

Los nuevos escenarios del **Turismo**

Sedolfo Carrasquero
Gorki Aguirre
José Bohórquez
Jorge Véliz



ISBN: 978-9942-614-09-4



9 789942 614094

Ing. Mara Cabanilla Guerra, PhD.

Rectora

Econ. Galo Cabanilla Guerra, PhD.

Canciller

Econ. Mercedes Conforme Salazar, PhD.

Vicerrectora académica

Ing. Diego Aguirre, MSc.

Decano de Grado

Econ. Karina Alvarado Quito, MSc.

Decano de Posgrado e Investigación

Dr. Xavier Landívar

Decano Ciencias de la Salud

Arq. José Bohórquez, PhD.

Secretario General

Luis Carlos Mussó

Editor

Ricardo Espinosa

Diseño

Libro revisado por pares

© Editorial UTEG

Primera edición, diciembre de 2022

© Del autor

ISBN 978-9942-614-09-4

Ecuador

Los nuevos escenarios del Turismo

*Sedolfo Carrasquero / Gorki Aguirre / José
Bohórquez / Jorge Véliz*



Contenido

7

Guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para emprendedores de Santa Elena

Dayanna Melissa Pincay Cantos, Sedolfo Carrasquero

24

Propuesta de creación de establecimientos impulsores de conocimientos sobre saberes ancestrales y costumbres de Guayaquil

María Isabel Solano, Gorki Aguirre

39

Estrategias para el desarrollo turístico y mejora en la calidad de servicio afectado por el tour-diario en Isabela-Galápagos

Angie Melina Valencia Gil, José Bohórquez

53

Análisis comparativo y propuesta de mejora sobre servicios de contenidos de video bajo demanda en empresas Napotv, Pastazatv y Cocavisión

David Elías Mayorga Velásquez, Jorge Véliz

Guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para emprendedores de Santa Elena

Dayanna Melissa Pincay Cantos / dayan19pincay@gmail.com

Sedolfo Carrasquero / scarrasquero@uteg.edu.ec

Resumen

El presente artículo tuvo como objetivo desarrollar los elementos que conforman una guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para emprendedores de Santa Elena. La metodología estuvo conformada por un enfoque cualitativo, alcance descriptivo, lógica inductiva, tipo no experimental y corte trasversal; se empleó la entrevista como técnica de recolección de datos, la cual se orientó a representantes de empresas turísticas de la provincia de Santa Elena. Según los resultados obtenidos, se identificó que el sector gastronómico ha generado un impacto ambiental en el ecosistema, dado la falta de conciencia de ciertos turistas, emprendimientos y comunidad en general con respecto a las políticas de conservación del medio ambiente y su difícil aplicación. Por consiguiente, se destacó la importancia de adoptar el concepto de turismo sostenible y establecerlo como un factor clave al momento de emprender a fin de promover un cambio cultural y la sostenibilidad del turismo en la provincia a futuro. Dentro de las buenas prácticas de gestión organizacional se enfatizó la relevancia de mejorar los procesos operativos y funcionales del negocio, en el ámbito cultural se determinó la necesidad de reducir el desperdicio de los alimentos, mientras que, en el ámbito ambiental se especificó la buena gestión de los desechos. En consecuencia, la guía se estructuró bajo la inclusión de los factores de gestión de procesos, cultural y ambiental, misma que deberá ser difundida a través de redes sociales, en reuniones y mediante el uso de medios tradicionales.

Palabras clave: Guía turística, gastronomía sostenible, buenas prácticas ambientales, emprendedores, turismo sostenible.

Introducción

A nivel mundial se ha vuelto indispensable el manejo de un turismo sostenible con responsabilidad ambiental, para asegurar en todo sentido el cuidado del medio ambiente (Pacherres, Vergara, & Sorhegui, 2020). En lo que respecta a turismo, Riveros y Olmedo (2020) acotaron que el término sostenibilidad lo que busca es atender todas las necesidades de los turistas persiguiendo el desarrollo de actividades económicas, que generen un menor impacto en el ecosistema.

Por otro lado, Altamirano, Marín y Ordóñez (2018) indicaron que el Ecuador es un punto turístico muy visitado por su gran biodiversidad ambiental, ya que cuenta con cuatro regiones capaces de albergar una gran variedad de flora, fauna y especies. El Ministerio de Turismo (2019) recalcó que la tercera fuente de ingreso de la economía ecuatoriana es el turismo. En este sentido, Ovalles et al. (2018) indicaron que las actividades turísticas normalmente incluyen actividades de alojamiento, transporte y gastronomía. Prestándole una mayor atención al área gastronómica se puede evidenciar que existen ciertos procesos que se realizan dentro de este sector que consumen considerablemente recursos naturales tales como energía eléctrica, agua, materiales, entre otros, además de que suelen generar una gran cantidad de residuos sólidos inorgánicos y orgánicos, responsables del deterioro y degradación ambiental.

El Ministerio de Gobierno (2019) señaló que Santa Elena es considerada una de las provincias más jóvenes del Ecuador con grandes atractivos turísticos y un gran número de emprendimientos que son aproximadamente 840 de donde 529 de ellos se dedican a la venta de alimentos y bebidas representando el 62.6% de los negocios turísticos (Bastidas, Suárez, Solís, & Argudo, 2020). Los turistas de esta provincia buscan disgustar platos típicos, por lo cual la demanda dentro de este sector ha aumentado considerablemente. Dicho esto, se debe mencionar que es muy importante estudiar el sector gastronómico y el impacto que puede generar el desarrollo de ciertas actividades empleadas por este sector para preservar el cuidado del ecosistema.

Conforme con lo anteriormente, surge el desarrollo del presente trabajo, cuyo objetivo es definir los elementos que conforman una guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para emprendedores de Santa Elena, para así poder mermar cualquier accionar que puede estar afectando el ecosistema y mal uso de los recursos naturales.

La línea de investigación del presente trabajo es Gestión empresarial, responsabilidad social y competitividad de la empresa ecuatoriana. La pregunta de investigación señala: ¿Cuáles son los elementos que conforman una guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales que ayudará a los emprendedores de la provincia de Santa Elena? El objetivo general consiste en definir los elementos de una guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para emprendedores de Santa Elena. Los objetivos específicos son: examinar la fundamentación teórica sobre turismo gastronómico sostenible y buenas prácticas ambientales; determinar la metodología de investigación para reconocer deficiencias de prácticas ambientales en emprendedores gastronómicos de Santa Elena; establecer los elementos que conforman una propuesta de buenas prácticas ambientales para el sector gastronómico de Santa Elena.

Antecedentes Referenciales

El trabajo investigativo de Horna, Tamara, Ochoa y Uribe (2018) efectuado en la ciudad de Lima, Perú tenía como objetivo determinar y especificar cuáles eran las principales fortalezas y debilidades de la responsabilidad y prácticas ambientales empleadas en los restaurantes del distrito de Miraflores. La metodología investigativa utilizada tuvo un enfoque y alcance cuantitativo-descriptivo, además se utilizó una encuesta la misma que fue aplicada a una muestra de 80 propietarios de restaurantes. Entre los hallazgos encontrados se evidenció que el 62% de los encuestados casi siempre realizan procesos de formación y capacitación para conocimientos en temas ambientales, el 37% acotó que siempre eligen proveedores que trabajen con procesos ambientales; el 30% atribuyó que siempre promueven en sus colaboradores que se empleen técnicas de reciclaje de ciertos insumos para así poder reducir costos operativos y contribuir a su vez con el cuidado del medio ambiente. Asimismo, el 21% mencionó que emplean un sistema de retorno de envases seguido del 60% de los propietarios encuestados que recalcaron que poseen sistemas de ahorro ecológicos para así poder cuidar los recursos naturales como la luz y el agua.

El estudio efectuado por Montesdeoca, Gil y Ruiz (2020) tenía como objetivo estimar y evaluar la influencia de las prácticas medioambientales en el desperdicio orgánico de los restaurantes del Ecuador, específicamente en las ciudades de Guayaquil y Manta. Para logro del objetivo propuesto se utilizó una metodología investigativa con enfoque cuantitativo, se aplicó un cuestionario a 120 propietarios de negocios gastronómicos para la obtención de información. Acorde con los resultados obtenidos se pudo constatar que las prácticas verdes comúnmente direccionadas a los clientes casi no tienen mucha influencia en la contribución de la reducción de residuos ($r=0,509$; $p < 0,01$) esto debido a que en ocasiones los clientes no tienen muchos conocimientos sobre el impacto ambiental que genera dicho accionar y además se suma a esto también la falta de compromiso de la sociedad. Por el contrario, se identificó que aquellas prácticas direccionadas al personal de cocina si inciden positivamente en la reducción de desperdicios orgánicos ($r=-0,227$; $p < 0,01$), esto porque al estar ellos directamente relacionados con el negocio pueden manejar adecuadamente la clasificación de los residuos para separar aquellos que pueden ser empleados en compost y demás procesos que mermar considerablemente los residuos emitidos. Concluyendo así que los propietarios de locales gastronómicos más deberían de invertir en formar a su personal de trabajo, para así fomentar acciones de innovación con miras ecológicas sostenibles.

Por otro lado, el estudio de Baloglu, Raab y Malek (2020) tenía como propósito examinar e identificar las actuales prácticas ecológicas empleadas en los comedores gastronómicos informales en el suroeste de EE.UU; para esto se utilizó una investigación con enfoque cuantitativo, cuya técnica de estudio fue una encuesta dirigida a 100 propietarios de negocios gastronómicos. Entre los resultados encontrados se pudo comprobar que el 54% manifestó que usan productos biodegradables para asegurar el bienestar y cuidado del planeta; el 44% indicó que usan materiales reutilizables; el 70% mencionó que clasifican los residuos según su categoría. Asimismo, se pudo palpar que unas de las prácticas menos adoptadas fueron las del cuidado del uso energético ya que no cuentan energía renovable o uso de focos ahorradores presentada por el 4%.

Turismo Gastronómico

Generalmente la terminología de turismo gastronómico se vincula con la búsqueda e interés en la cultura culinaria por parte de los turistas, para así poder disgustar una gran variedad de

platos que le permitan descubrir y experimentar nuevos sabores además de poder conocer los diferentes métodos y técnicas de preparación de ciertos alimentos. Los turistas en su mayoría valoran mucho el sector gastronómico, porque les permite salir de la rutina alimentaria normal, permitiéndoles conocer a través de los sabores las historias, costumbres y cultura de los países. Normalmente, se le debe prestar un gran interés al área gastronómica, ya que desempeña un papel esencial y fundamental en las experiencias vividas en los viajes efectuados. De esta manera, se destaca que el turismo gastronómico es de gran impacto económico porque próximamente un tercio de los turistas a nivel mundial dedican sus presupuestos al gasto de alimentos (Cunha, 2018).

Salazar y Garrido (2021) afirmaron que el turismo gastronómico del Ecuador es variado y muy característico debido a la gran diversidad que existe dentro de la región. Actualmente la gastronomía ecuatoriana ofrece un sinnúmero de platos típicos que tienen una larga historia ancestral y que han venido impulsándose en los últimos años para dar a conocer a los turistas la cultura culinaria que envuelve al país. El Ministerio de Turismo (2019) señaló que el turismo en términos generales fue capaz de aportar 2,3 millones de dólares a la economía ecuatoriana por lo cual se considera un factor muy influyente. Por otro lado, se recalcó además que existió un incremento del 4% de visitas turísticas en el año 2019. Dicho esto, el sector gastronómico no se puede quedar atrás, ya forma parte de una de las cadenas de valor del turismo que le proporcionan un valor y desarrollo social, económico y cultural al país.

Turismo Sostenible

Lalangui, Espinoza y Pérez (2017) mencionaron que el turismo sostenible se emplea y desarrolla como una actividad que busca impulsar la realización de procesos con un impacto reducido o mínimo en el medio ambiente. La clave del éxito de esta conceptualización es fomentar un turismo amistoso y respetuoso con el ecosistema. La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2019) afirmó que una de las principales directrices para el desarrollo del turismo sostenible y buenas prácticas ambientales en cualquier actividad turística y particularmente en el sector gastronómico, se debe incursionar de manera considerable en tres dimensiones de sostenibilidad a largo plazo. Como primer factor dimensional se tiene el óptimo uso de recursos ambientales, seguido de respetar la variedad sociocultural y establecer actividades económicas sostenibles.

Es decir, el uso óptimo de recursos consiste en crear elementos y procesos ecológicos que ayuden a conservar en todo momento la biodiversidad ambiental; el respeto a la sociocultural como su mismo nombre lo indica, dentro del área turística se debe aceptar los valores y contribuciones tradicionales de una comunidad para el cuidado del medio ambiente y por último; el desarrollo de actividades y crecimiento económico, regido de manera constante por la conservación del ecosistema saludable para asegurar un futuro para las próximas generaciones. En otras palabras, se debe fomentar una gestión de recursos encaminadas en priorizar procesos ecológicos que brinden un mejor sustento y calidad de vida (Cáceres, Duarte, & Lesmes, 2020).

Objetivos de Desarrollo Sostenible – Agenda 2030

Los objetivos de desarrollo sostenible fueron aprobados en el año 2015 mediante un consenso con más de 150 jefes de Gobierno. La Agenda del 2030 se encuentra conformada por 17 objetivos esenciales que buscan asegurar que todos los países sin excepción de ninguno adopten

medidas para mermar la contaminación ambiental y así poder asegurar que la comunidad en general pueda gozar en un futuro de un planeta libre de contaminación (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2017). La OMT (2020) afirmó los objetivos de desarrollo sostenible involucran varios factores para mejorar las condiciones de vida de la población y el cuidado del ecosistema.

En turismo según la Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2018) se encuentra directamente o indirectamente vinculado y relacionado con los objetivos de desarrollo sostenible, el mismo que puede contribuir de manera paulatina en el alcance de dichos cometidos a largo plazo. Entre ciertos de los objetivos involucrados en el cuidado del medio ambiente se tiene el ODS6, ODS7, ODS11, ODS 12, ODS13.

Desde una perspectiva gastronómica, el ODS6 sobre agua limpia y saneamiento estipula que el sector gastronómico puede contribuir mediante medidas de prevención y cuidado para salvaguardar el recurso vital; el ODS7 sobre la energía, al relacionarse con el turismo y gastronomía se pueden ir creando normas de cambio que contribuyan a la generación de nuevas inversiones innovadoras de ahorro energético o fuentes sostenibles que no impacten en gran medida al medio ambiente y se reduzca la generación de dióxido de carbono. El ODS11 en cambio hace alusión a las comunidades sostenibles, es decir, las ciudades deben estar condicionadas para que los turistas puedan disfrutar de infraestructuras con áreas verdes y climas más saludables; el ODS12 habla sobre los métodos responsables de producción y consumo, donde los microempresarios gastronómicos deben concientizar en todos los trabajadores el uso adecuado de los recursos para así poder reducir costos con buenos enfoques de ingresos económicos y ayuda socioambiental; el ODS13 sobre el accionar respecto al clima, el sector gastronómico puede ser uno de los principales contribuyentes en el alcance dicho objetivo, dado que si se utilizan normas de ahorro energético y fuentes renovables los niveles de contaminación ambiental pueden reducirse considerablemente (OMT, 2020).

Responsabilidad Ambiental en el Sector Gastronómico

Duarte et al. (2019) recalcaron que la responsabilidad ambiental gastronómica ha sido un tema desatendido a lo largo de las generaciones, pero en los últimos años este tipo de comportamiento ha dado un giro considerable. Por lo cual se ha buscado incursionar más a fondo dentro de este constructo para que los negocios creen y desarrollen acciones responsables y cuidadas en la conservación del ecosistema. Esta conceptualización hace referencia al conjunto de métodos utilizados para mermar y reducir el impacto que genera el desarrollo de las actividades gastronómicas al medio ambiente. Es decir, la responsabilidad ambiental dentro del sector gastronómico lo único que busca es poder establecer negocios con procesos de producción más limpios y con bajos grados de contaminación para así poder contribuir a una mejor calidad de vida para todos.

Generalmente, la responsabilidad ambiental gastronómica hace alusión al compromiso que una empresa tiene con la conservación del ecosistema. Normalmente, se suele confundir dicho concepto con la elaboración de campañas o publicidad sobre el cuidado ambiental, pero en realidad este no se vincula del todo. La oferta gastronómica es uno de los sectores que se mantiene en constante crecimiento y desarrollo de innovación. La globalización económica ha provocado que constantemente los sectores, en especial los gastronómicos, busquen nuevas estrategias para poder sobresalir y marcar diferencia entre la demás competencia y así poder subsistir dentro de este sector. Cuando se habla de sostenibilidad empresarial, turística y demás,

el sector gastronómico no puede ser la excepción, ya que se puede participar de la no contaminación mediante el uso de técnicas ecológicas que vinculen la reutilización de ciertos materiales, el reciclaje, la buena gestión de residuos, entre otros. Tener a cargo un restaurante o negocio de gastronomía representa una gran responsabilidad tanto sanitaria como ambiental. ámbito (Binz & De Conto, 2019).

Las principales actividades que se efectúan en los restaurantes comprenden la selección y limpieza de los alimentos, incorporación y mezcla de ingredientes, preparación y cocción, lavado de utensilios y limpieza del local. Todos y cada uno de los procesos anteriormente mencionados generen residuos gastronómicos y desgaste de los recursos naturales, por tal razón emplear una guía o plan de acción que permita aportar beneficios ambientales es esencial. Lo importante es efectuar evaluaciones de los procesos que utiliza el sector gastronómico para la prestación de sus servicios, debido a que son los principales factores que más influyen negativamente en las condiciones o afectaciones ambientales (Hennchen, 2019).

Beneficios de la Responsabilidad Ambiental en el Sector Gastronómico

Los beneficios que puede otorgar el buen manejo de una responsabilidad ambiental dentro del sector gastronómico son múltiples. En este sentido, se destaca que permite un mejor rendimiento económico-financiero, disminución en los costos productivos, mejora la imagen corporativa además genera una mayor afinidad y atracción de inversiones (Acosta et al., 2018).

Vélez, Cruz y Romero (2020) acotaron que el implementar una responsabilidad y buenas prácticas ambientales en área gastronómica son muy beneficiosas. Esta actividad mejora de manera considerable las tasas de retorno de inversión e inclusive puede llegar a superar las expectativas de los propietarios de los negocios; asimismo reduce los costos productivos ya que no se desperdicia ningún recurso, se fomenta la reutilización de materiales y además se promueve el eficiente uso de la energía eléctrica, agua, entre otros. El uso de buenas prácticas ambientales convierte a los negocios gastronómicos en centros más atractivos para los inversionistas, dado que las probabilidades de crecimiento económico en aquellas instituciones que hacen uso de estas técnicas ambientales tienen asegurado un mejor futuro y éxito. Por lo general, los inversionistas admiran en gran magnitud este tipo de compromiso por parte de las empresas dado que se visualizan una inversión sostenible a lo largo del tiempo.

Guía de Buenas Prácticas Ambientales

Merli, Preziosi, Acampora, Lucchetti y Ali (2019) manifestaron que las buenas prácticas ambientales surgieron por la necesidad de cuidar y conservar el medio ambiente dado los altos grados de contaminación que se han evidenciado en los últimos años por la falta de empatía y compromiso de la humanidad en general. De manera conceptual las buenas prácticas ambientales son un conjunto de varias acciones, técnicas, normas y consejos prácticos empleados mediante la utilización de manuales o guías que permitan dar a conocer pasos claves y puntuales sobre cómo manejar y transformar los hábitos cotidianos tanto en el área personal como profesional, para aportar de algún modo con la generación de buenas conductas ecológicas que contribuyan al cuidado y conservación socioambiental para asegurar un futuro saludable.

En general, las guías de buenas prácticas ambientales están conformadas por valores éticos sostenibles que reflejan cada una de las actividades diarias que se deben realizar para reducir el impacto degenerativo que provoca en ocasiones el uso inadecuado de ciertos recursos. En términos de negocio o empresariales, las buenas prácticas ambientales pueden ser normas adoptadas y adecuadas en función de la actividad comercial que se realiza para incentivar y motivar a los directos y colaboradores de la organización para que participen de manera constante en cada uno de los programas planteados en la elaboración de una guía práctica, para en este sentido poder efectuar cambios organizacionales y transformación de acciones laborales rutinarias que reduzcan los agentes contaminantes (González, 2019).

Dentro de este ámbito, la implementación de guías de buenas prácticas ambientales se ha convertido en un proceso casi indispensable y necesario dentro de cualquier organización, porque además de contribuir al cuidado del medio ambiente también beneficia directamente a la institución, dado que la gestión de procesos operativos desarrollados generan costos mucho más reducidos y adicional disminuyen cualquier tipo de riesgo o accidente laboral. Además, proporcionan una cadena de valor agregado a la organización, porque mejora considerablemente la imagen corporativa. Hoy en día ser empresarios ecológicos se ha transformado en un sistema de planeación estratégica eficiente que otorga grandes ventajas competitivas (Merli et al., 2019).

Metodología

La metodología formulada para dar solución al problema investigativo parte del estudio del fenómeno en su contexto natural a través de la investigación no experimental, teniendo como parámetro que la información se toma en una ocasión tornándose transversal. El estudio es fundamentado con un enfoque cualitativo que proporciona amplitud a la investigación por medio de la interpretación de los datos contextualizados con el alcance descriptivo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Lo que se busca en el siguiente trabajo es alcanzar profundidad de significados de las buenas prácticas ambientales de los emprendedores de Santa Elena orientado a una gastronomía sostenible.

La metodología aplicada es lógica inductiva, por tanto, antes de formular proposiciones individual, cuyo enfoque trata de entablar una comunicación estructurada con un grupo de individuos con la finalidad de recopilar información sobre un tema, mediante las ideas u opiniones turísticas para establecer como se están desarrollando los emprendimientos dentro de la industria de Santa Elena específicamente en la zona norte del territorio la parroquia rural Manglaralto que comprende cinco comunidades, de las cuales se destaca para el presente estudio Montañita, Olón y La Entrada. A continuación, se presentan los datos de los participantes de la entrevista.

Tabla 1: Datos de entrevistados

Individuo	Negocio	Tiempo en mercado	Zona
Marlon Matías	Cabaña Comedor Montañita	10 años	Montañita
José Francisco Martínez Tineo	Sweet spot	3 años	Montañita
Josué Limón	Restaurante El buen gusto	3 años	Olón
Kleber Limón Rosal	Nissi Restaurante	15 años	Montañita
Julio Clemente Borbor	Home Grill	6 años	Montañita
Jonathan Zamora	Cafetería: Mil Hojas	5 años	Olón

Fuente: Elaboración propia

Resultados

El turismo con todo lo que conlleva representa un desarrollo integral para los emprendedores de Santa Elena; por tanto, estos actores promueven de forma constante la responsabilidad social a nivel individual y colectivo, ya que tienen como perspectiva alcanzar el desarrollo sostenible. La fundamentación de la aplicación de estas buenas prácticas está orientada por la pirámide de la responsabilidad social, que parte desde lograr que el emprendimiento sea rentable, obedeciendo todo lo dispuesto por la ley, siendo ético en el proceso, dando como resultado ser un buen ciudadano. Estas acciones conjuntas con el desarrollo sostenible permiten erradicar la pobreza del sector; es decir, se reduce el hambre y mejora la salud y bienestar por la reactivación económica de los negocios (Sarabia, García, & Bravo, 2019).

Este nuevo tipo de administración de los emprendimientos está sustentado por lo descrito por la Organización Mundial del Turismo; por tanto, recibe constante apoyo de actores públicos y privados con la finalidad de que la comunidad esté informada de las directrices a seguir y se apoyen a través de una guía que se fortalece con la comunicación en redes sociales y demás herramientas tecnológicas existentes. Con estos antecedentes se denota que la aplicación de la responsabilidad en las buenas prácticas; por tanto, la implementación del giro comercial sostenible permitirá mejor posicionamiento a los emprendedores de Santa Elena por medio de una guía y con el fin de realizar mejoras continuas crear un sistema de información para medir la evolución (Organization of American States [OAS], 2018). Cabe mencionar que esta guía turística gastronómica sostenible estará dirigida a la provincia Santa Elena,

Resultados de la entrevista

La entrevista se aplicó a tres representantes de empresas turísticas de la provincia Santa Elena, cuyos resultados se presentan de forma global por cada interrogante.

1. ¿Qué impacto ha generado el sector gastronómico de Santa Elena en la preservación del ecosistema?

De acuerdo con los entrevistados, se determinó que el impacto generado en el sector gastronómico ha sido importante, debido que hoy en día no existe únicamente una sola línea de oferta gastronómica que implique la venta de mariscos, sino también de otros productos que representan la apertura de nuevos negocios que si bien, es bueno en el ámbito económico, puede generar un impacto negativo en la preservación del sector. Tal es el caso de los envases reciclados o eco amigables que no los comercializan dentro de la provincia teniendo los emprendimientos como única oferta el material plástico, aspecto que produce un gran impacto al no reducir los residuos y contaminar las playas, dado que muchas personas que comen frente a la playa algunos están conscientes de la importancia del ecosistema, pero hay otros que no y suelen dejar en la playa su basura que al final termina llevándosela el mar. Esto, produce la intervención de los emprendimientos, quienes deben actuar mediante políticas orientadas a la conservación del ecosistema, un aspecto que en muchos casos resulta dificultoso pero que se trata de realizar.

2. ¿Cuál sería la finalidad de adoptar el concepto de turismo sostenible en Santa Elena?

Los entrevistados indicaron que la finalidad de adoptar el concepto del turismo sostenible en la zona de estudio es promover el desarrollo de la comunidad como tal, es decir, fomentar un turismo comunitario y responsable donde los turistas viajen manteniendo como enfoque principal el respeto a la cultura local, su entorno y naturaleza. De esta forma, este concepto representaría un atractivo clave para muchos viajeros, escenario que debe desarrollarse bajo la participación

de la comunidad y de los emprendimientos, mimos que siempre deben estar capacitados y acoplados con este término. Cabe resaltar que, a través de la adopción del turismo sostenible en la provincia se busca promover el uso responsable de los recursos naturales y culturales, a fin de garantizar la sostenibilidad del turismo en el futuro.

3. ¿Qué beneficios generaría una guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para los emprendedores de Santa Elena?

Según los entrevistados, los beneficios que traería una guía en esta zona serían bastante amplios e interesantes, puesto que, la mayoría de los emprendimientos han surgido de forma empírica desconociendo el nivel de impacto que los mismos generan en el ámbito ambiental. A través de una guía sencilla pero práctica, los negocios pueden adoptar conocimientos de aquellas prácticas que realizan e impactan al medio ambiente, gestionando cambios que conlleven a la creación de una nueva cultura donde se garantice la concientización del entorno. En síntesis, una guía de buenas prácticas ambientales generaría un menor impacto ambiental, un mayor conocimiento sobre la cultura y gastronomía local, menor gasto de agua y energía, reducción en el uso de plásticos y desperdicio de alimentos.

4. ¿Qué aspectos de buenas prácticas en gestión organizacional se debería considerar en la guía turística gastronómica sostenible para los emprendedores de Santa Elena?

Los entrevistados indicaron que en las buenas prácticas en gestión se deben considerar recomendaciones para mejorar los procesos de las actividades que los emprendedores realizan tanto en el ámbito operativo como funcional (cocina y venta). En este caso, se enfatiza el buen manejo de los residuos para un proceso correcto de reciclaje, la planificación y organización empresarial en conjunto con la capacitación del personal. Las buenas prácticas en gestión deben fomentar una cultura de consumo responsable, promover la conservación y respeto de los recursos naturales y sensibilizar a los turistas sobre la importancia de la cultura gastronómica.

5. ¿Qué aspectos de buenas prácticas culturales se debería considerar en la guía turística gastronómica sostenible para los emprendedores de Santa Elena?

Bajo la percepción de los entrevistados, se determinaron aspectos como el uso de alimentos estacionales, la preferencia por productores más cercanos al establecimiento, uso de recetas/platos de la cultura regional, uso de alimentos innatural mínimamente procesados y elaboración de menús y platos buscando evitar desperdicios, al igual que, aplicar el marketing verde. Estos factores podrían ser un impulso para el sector gastronómico, puesto que genera que los emprendimientos y los consumidores sean conscientes del impacto que produce en el medio ambiente, logrando un enfoque de diferenciación frente a otros balnearios, negocios o provincias.

6. ¿Qué aspectos de buenas prácticas ambientales se debería considerar en la guía turística gastronómica sostenible para los emprendedores de Santa Elena?

Los entrevistados indicaron que en las buenas prácticas ambientales se debe fomentar el concepto de turismo gastronómico sostenible, el cual debe pasar de ser un concepto a ser un eje principal al momento de emprender, logrando una diferenciación que puede transformar al sector en un mercado atractivo, debido que no solo se piensa en los productos por ofrecer, sino también en las condiciones que el negocio promueve para preservar el entorno. En este ámbito, se destacaron aspectos como uso racional del agua, eficiencia energética, productos y materias primas de elaboración, educación ambiental, y responsabilidad ambiental, la buena gestión de los desechos donde se tenga presente la prevención y tratamiento de residuos, vínculo con la comunidad y estilos de vida sostenibles, así como, desarrollar programas y proyectos socioam-

bientales, criterios importantes que pueden marcar una gran diferencia con el resto de los destinos turísticos del país.

7. ¿Qué otros aspectos se deberían considerar en la guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para los emprendedores de Santa Elena?

Bajo la concepción de los entrevistados, se determinaron aspectos importantes como la preparación y capacitación continua sobre el tema de prácticas ambientales a fin de crear y establecer dicha tendencia en los emprendedores de la provincia. Esto debe lograrse a través de la participación de los líderes o representantes de las comunidades a fin de desarrollar actividades que preserven el cuidado del ecosistema; dentro de este marco, los emprendimientos pueden buscar formas que logren de forma igualitaria conservar el medio ambiente, destacando como acción principal la búsqueda de proveedores de ecoetiquetado.

8. ¿Bajo qué medios se puede difundir la guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para los emprendedores de Santa Elena?

Los entrevistados manifestaron que, una de las formas más factibles y que tendría mayor alcance la difusión de la guía turística gastronómica en la actualidad sería a través de las redes sociales, medio que permitiría propagar esta nueva tendencia a nivel nacional. Otra forma de difusión que se puede generar involucra las reuniones semanales o mensuales que realizan las comunas, donde participan líderes o dueños de negocios. Adicional, se puede gestionar la difusión tradicional como la entrega de folletos o la presencia de pancartas en los emprendimientos, donde se brinde información importante que la gente pueda leer a simple vista y aplicarlos.

Propuesta de buenas prácticas ambientales para el sector gastronómico de Santa Elena

Esta propuesta se encuentra segmentada en tres factores que corresponden a las buenas prácticas en gestión, buenas prácticas culturales y buenas prácticas ambientales.

Buenas prácticas en gestión

- **Planificación y organización empresarial:** Desarrollar las actividades operativas y funcionales de los emprendimientos bajo un conjunto de principios éticos como el respeto por los demás, tolerancia a las múltiples culturas, transparencia y conservación del medio ambiente. Además, preservar materiales amigables y sustentables con el entorno, en conjunto con la consolidación de una conexión con las comunidades para establecer acuerdos que faciliten la creación de negocios que garanticen el cuidado del medio ambiente.
- **Comunicación:** Los negocios deben poseer materiales que eduquen a los turistas y comunidad en general sobre las actividades para conservar el medio ambiente, como la promoción del reciclaje, el consumo responsable de los alimentos para evitar el desperdicio y el uso de productos ecológicos.
- **Pesca ecológica:** Los establecimientos gastronómicos deben adquirir sus mariscos de proveedores que practiquen la pesca ecológica mediante una técnica de captura selectiva, promover la conservación de los recursos pesqueros y la preservación del medio ambiente.
- **Agricultura ecológica:** Los emprendedores de negocios gastronómicos deben adquirir sus vegetales y frutas de proveedores que cultiven de manera orgánica lo cual implica el uso de fertilizantes naturales y el cuidado del suelo. De esta forma, se respeta el medio ambiente y

se produce un alimento sano y orgánico.

- **Plan de desarrollo de cadenas cortas de suministro de alimentos:** Los negocios deben encontrar proveedores cercanos a sus negocios que les permita abastecerse y que cumplan reducir el costo de producción, mejorar la calidad de los productos y reducir el impacto ambiental.

Tabla 2: Buenas prácticas de gestión

Eje	Finalidad
Planificación y organización empresarial	Aplicando principios éticos, preservando materiales amigables y sustentables con el entorno, y conectando con comunidades.
Comunicación	Materiales educativos sobre actividades de conservación del medioambiente.
Pesca ecológica	Proveedores que practiquen pesca selectiva
Agricultura ecológica	Proveedores que cultiven de manera orgánica
Plan de desarrollo de cadenas cortas de suministro de alimentos	Elegir proveedores cercanos al negocio que cumplan con sus expectativas.

Fuentes: Elaboración propia

Buenas prácticas culturales

Evitar el desperdicio de los alimentos: Los restaurantes pueden implementar política como la reducción de la cantidad de alimentos que sirven a los clientes en los platos y la cantidad de alimentos que se malgastan. Además, se debe planificar los menús conforme la demanda del negocio, establecer un sistema de control de inventario de alimentos y establecer una política de reciclaje de comida, es decir, de los alimentos que no lograron venderse.

Consumo de productos ecológicos: Los emprendimientos pueden iniciar con el uso de envases reutilizables, biodegradables, evitar el uso de plásticos y emplear menos embalajes para la entrega de las ofertas gastronómicas.

Cultura del turismo responsable: Los emprendimientos pueden emplear un código conformado por un conjunto de actividades orientadas al respeto por la cultura y los valores locales, el medio ambiente y la promoción de un turismo sostenible, difundido mediante el desarrollo de programas por parte de la comunidad e instituciones correspondientes.

Sistema Slow Food: La alianza slow Food es una red solidaria que emplea productos de los baluartes y de productores locales comprometiéndose a ponerlos en valor. Mercados de la tierra son mercados comunitarios donde proponen alimentación sana, de calidad y a precio justo que garantizan métodos sostenibles. Ejemplos de productos locales que han sobresalido en el medio están la Calderada que es una sopa a base de mariscos y las ostras gratinadas. Slow Food Travel propone intercambio con agricultores, viticultores, queseros, pastores, agricultores, carniceros y panaderos en conjunto con chefs guían a los visitantes a que descubran tradiciones locales. La etiqueta narrativa comprende la redacción de contraetiqueta sobre las variedades y razas protagonistas de proyectos, técnicas de cultivo, elaboración de productos transformados, territorios de proveniencia, bienestar animal y modalidades de conservación y consumo.

Tabla 3: Buenas prácticas culturales

Eje	Finalidad
Evitar el desperdicio de los alimentos	Implementar políticas de reducción de comida y el desgaste de ellos, planificar menús de acuerdo con la demanda, un sistema de control de inventario.
Consumo de productos ecológicos	Uso de envases biodegradables, reutilizables, evitar usar plástico y reducir el uso de embalajes de los productos.
Cultura del turismo responsable	Emplear código conformado por conjunto de actividades acerca del respeto a la cultura y valores locales, medioambiente y promoción de turismo sostenible.
Sistema de Slow Food	La alianza slow Food es una red solidaria que emplea productos locales. Mercado de la tierra proponen alimentación sana, de calidad y a precio justo. Slow Food Travel plantea intercambio con profesionales y chef para guiar a descubrir tradiciones locales. La etiqueta narrativa es la redacción de contraetiqueta de los productos para que consumidores tomen decisiones conscientes.

Buenas prácticas ambientales

Concepto de turismo gastronómico sostenible: Los emprendimientos deben trabajar con proveedores que respeten el medio ambiente, deben reducir el consumo de plásticos y fomentar el uso de energías renovables.

- **Manejo de los desechos:** Los emprendimientos deben evitar utilizar productos que dejen cantidades de residuos innecesarios; en este caso, se pueden emplear otro tipo de material para servir los platos. Asimismo, reducir la cantidad de fundas u otro tipo de elementos para el embalaje de los productos y participar en programas locales sobre temas de reciclaje e incentivar la intervención de la comunidad.
- **Manejo del agua y energía:** Los emprendimientos pueden gestionar un plan de reciclaje y reducción del agua para disminuir sus niveles de consumo, así como, determinar un programa para gestionar de forma eficiente el uso de la energía.
- **Educación y responsabilidad ambiental:** Los emprendimientos pueden realizar actividades educativas para mejorar el grado de responsabilidad de la comunidad con el medio ambiente, indicando la importancia del reciclaje, el consumo efectivo de los alimentos y el uso del agua y energía.
- **Otros aspectos:** Los emprendimientos deben estar sujetos a una preparación y capacitación continua sobre el tema de prácticas ambientales, esto a través de charlas, talleres, actividades de campo, uso de medios audiovisuales entre otros elementos que promuevan la cultura ambiental.
- **Asociación de emprendimientos sostenibles:** consiste en asociarse varios emprendimientos gastronómicos con el fin de mejorar la gestión de sus negocios mediante asesoramiento en temas de sostenibilidad, formación en temas gastronómicos, networking y contacto con otros emprendedores.
- **Desarrollo festival gastronómico sostenible:** Realizar una feria de comida donde los restaurantes ofrezcan menús especiales basados en productos ecológicos y de temporada.

Además, donde se promueva el consumo responsable de alimentos y se fomente la cultura de alimentación saludable. En este punto se destaca la Feria del Ceviche realizada en Montañita con apoyo del Municipio de la zona, misma que se caracterizó por hacer el Ceviche más grande del Ecuador; de allí ferias constantes que se realizan en la zona son la Feria del Pan de Cadeate y la Feria de Mesa de Muerto en Manglaralto.

Tabla 4: Buenas Prácticas ambientales

Ejes	Finalidad
Concepto de turismo gastronómico sostenible	Trabajar con proveedores que respeten medioambiente, reducir consumo de plástico y fomentar energías renovables.
Manejo de los desechos	Evitar residuos innecesarios, reducir uso de fundas u otro embalaje, participar en programas locales sobre reciclaje.
Manejo del agua y energía	Gestionar plan de reciclaje y reducción de agua, determinar programa para gestión de energía eficiente.
Educación y responsabilidad ambiental	Actividades educativas sobre responsabilidad medioambiental.
Otros aspectos	Estar sujetos a capacitación continua sobre prácticas ambientales que ayuden a promover la cultura ambiental.
Asociación de emprendimientos sostenibles	Asociarse entre emprendedores gastronómicos con el fin de mejorar su gestión.
Desarrollar festival gastronómico sostenible	Realizar ferias de comida con menús especiales con productos ecológicos y de temporada.

Conclusiones

Se concluye que el turismo gastronómico es un factor que permite a los viajeros experimentar y descubrir nuevos sabores procedentes de otras civilizaciones, lo cual favorece el intercambio cultural y el desarrollo de la sostenibilidad. Además, deben considerar el impacto ambiental de sus actividades en la economía y la sociedad.

La metodología aplicada fue de tipo no experimental, corte transversal, enfoque cualitativo, alcance descriptivo y la lógica inductiva, así como, la técnica fue la entrevista. Las políticas de conservación del medio ambiente son difíciles de aplicar, debido a la falta de conciencia que tienen algunos negocios y turistas con respecto a ellas.

Se diseñó como propuesta una guía para los emprendedores gastronómicos de Santa Elena acerca de las buenas prácticas en gestión, culturales y ambientales. Esta debe ser difundida a través de las redes sociales, reuniones comunitarias y medios tradicionales.

Referencias

- Acosta, M., Lovato, S., Buñay, J., Acosta-Véliz, M., Lovato-Torres, S., & Buñay-Cantos, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Altamirano, V., Marín, I., & Ordóñez, K. (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 633-647. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1273>
- Baloglu, S., Raab, C., & Malek, K. (2020). Organizational Motivations for Green Practices in Casual Restaurants. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 0(0), 1-20. <https://doi.org/10.1080/15256480.2020.1746216>
- Bastidas, R. F. A., Suárez, E., Solís, E., & Argudo, N. (2020). Análisis de los productos turísticos: Caso Península de Santa Elena, Ecuador. *PODIUM*, (38), 139-158. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.9>
- Binz, P., & De Conto, S. (2019). Gestión de la gastronomía sustentable: Prácticas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 507-525.
- Cáceres, L., Duarte, G., & Lesmes, A. (2020). Turismo Sostenible: Una aproximación conceptual. *Revista CONVICCIONES*, 7(14), 89-96.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>
- Cunha, S. (2018). Turismo gastronómico, un factor de diferenciación. *Millenium*, 2(5), 9.
- Duarte, T., Costa, F., Bifano, M., Araque, W., Ocaña, W., Llugsha, V., ... Maris, S. (2019). *Observatorios de turismo: Conceptualización y experiencias prácticas (1.a ed.)*. Quito: UTE. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Walter-Ocana/publication/341539678_Observatorios_de_turismo_Conceptualizacion_y_experiencias_practicas/links/5ec5f543299bf1c09acfae84/Observatorios-de-turismo-Conceptualizacion-y-experiencias-practicas.pdf#page=100
- González, P. (2019). Buenas prácticas ambientales en la solución de la problemática socio-ambiental. UF0736. Tutor Formación.
- Hennchen, B. (2019). Knowing the kitchen: Applying practice theory to issues of food waste in the food service sector. *Journal of Cleaner Production*, 225, 675-683. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.03.293>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF: McGraw-Hill Education.
- Horna, E., Tamara, S., Ochoa, F., & Uribe, Y. (2018). Responsabilidad social en restaurantes de Miraflores, Lima. *Revista de Investigaciones de la Universidad Le Cordon Bleu*, 5(1), 33-42. <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2018v5n1.003>
- Lalanguí, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (2017). Turismo Sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. 9(1), 148-153.
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M., & Ali, F. (2019). The impact of green practices in

coastal tourism: An empirical investigation on an eco-labelled beach club. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 471-482. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.08.011>

Ministerio de Gobierno. (2019). Turismo en la provincia de Santa Elena. Recuperado 14 de diciembre de 2021, de <https://www.gobernacionsantaelena.gob.ec/turismo-en-la-provincia/>

Ministerio de Turismo. (2019a). Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019. Recuperado 16 de diciembre de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>

Ministerio de Turismo. (2019b). Turismo aportó con más de 2.300 millones a la economía ecuatoriana en 2018. Recuperado 15 de diciembre de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/turismo-aporto-con-mas-de-2-300-millones-a-la-economia-ecuatorial-en-2018/>

Montesdeoca, M., Gil, I., & Ruiz, M. (2020). ¿Cómo influyen las prácticas verdes y el manejo del desperdicio alimentario en el capital de marca de los restaurantes? *Estudios Gerenciales*, 36(154), 100-113. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3349>

Organización de las Naciones Unidas. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado 15 de diciembre de 2021, de UNDP website: <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Organización Mundial del Turismo. (2019). Desarrollo sostenible. Recuperado 13 de diciembre de 2021, de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Organización Mundial del Turismo. (2020). El turismo en la Agenda 2030. Recuperado 14 de diciembre de 2021, de <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>

Organization of American States (OAS). (2018). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas (World Tourism Organization (UNWTO), Ed.). Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284419937>

Ovalles, L., Carvajal, P., Chaustre, D., Espinoza, S., Sepúlveda, Y., & González, J. (2018). Contribución de la ética ambiental y empresarial a las organizaciones. *Mundo FESC*, 8(15), 62-72.

Pacherres, S., Vergara, A., & Sorhegui, R. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 7(2), 1-20. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.72.340>

Riveros, T., & Olmedo, S. (2020). El turismo como opción de desarrollo sostenible. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 13(28), 15-40.

Salazar, J., & Garrido, A. (2021). Efectos del covid-19 en el turismo gastronómico del Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 7(4), 1071-1088.

Sarabia, M., García, L., & Bravo, O. (2019). Responsabilidad social y turismo comunitario en la provincia Santa Elena. *Revista Espacios*, 40(30). Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n30/19403002.html>

Vélez, C., Cruz, L., & Romero, M. (2020). Beneficios tributarios por la adopción de políticas de responsabilidad social empresarial (RSE). *Dictamen Libre*, (26), 17-36.

Anexos

Anexo A. Preguntas de la entrevista

¿Qué impacto ha generado el sector gastronómico de Santa Elena en la preservación del ecosistema?

¿Cuál sería la finalidad de adoptar el concepto de turismo sostenible en Santa Elena?

¿Qué beneficios generaría una guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para los emprendedores de Santa Elena?

¿Qué aspectos de buenas prácticas en gestión se debería considerar en la guía turística gastronómica sostenible para los emprendedores de Santa Elena?

¿Qué aspectos de buenas prácticas culturales se debería considerar en la guía turística gastronómica sostenible para los emprendedores de Santa Elena?

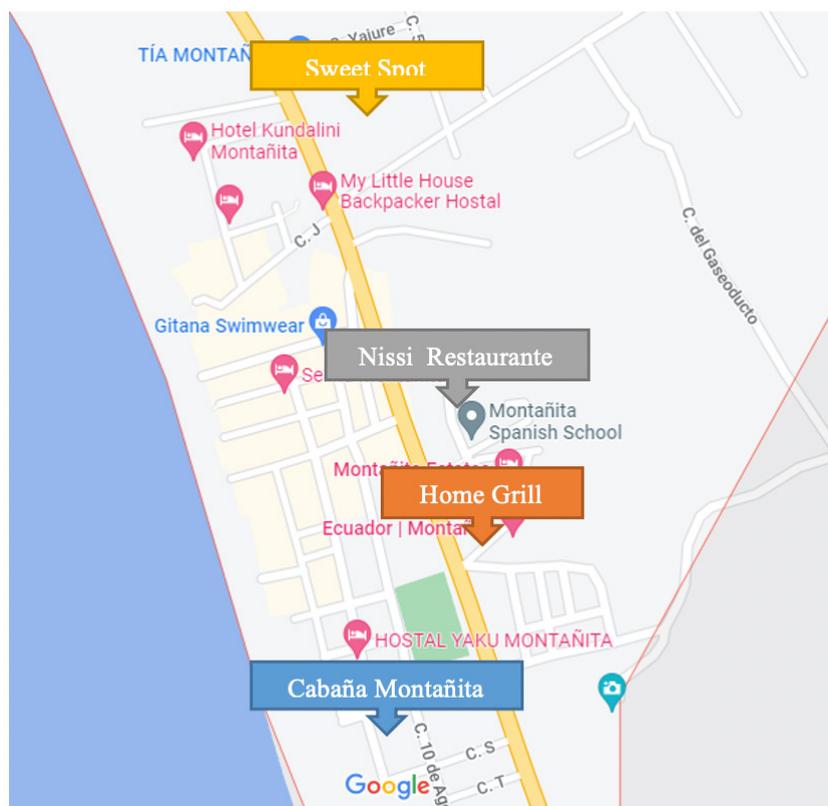
¿Qué aspectos de buenas prácticas ambientales se debería considerar en la guía turística gastronómica sostenible para los emprendedores de Santa Elena?

¿Qué otros aspectos se deberían considerar en la guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para los emprendedores de Santa Elena?

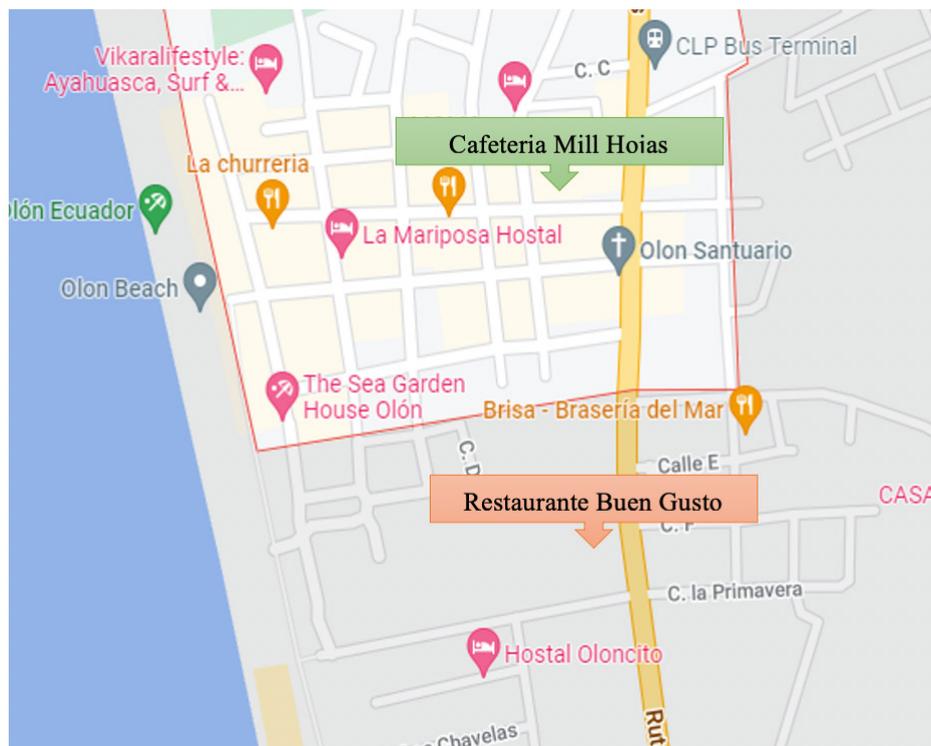
¿Bajo qué medios se puede difundir la guía turística gastronómica sostenible de buenas prácticas ambientales para los emprendedores de Santa Elena?

Anexo B. Mapas de los sitios

Montañita



Olón



Propuesta de creación de establecimientos impulsadores de conocimientos sobre saberes ancestrales y costumbres de Guayaquil

María Isabel Solano / mariaisolano@yahoo.com

Gorki Aguirre / director.icp@uteg.edu.ec

Resumen

La cultura de un país abarca características como la vestimenta, tradiciones, lengua, creencias espirituales y demás conocimientos impartidos a través de la historia, lo cual permite crear y fomentar la identidad propia a lo largo del tiempo. La presente investigación posee como objetivo general plantear la creación de establecimientos que impulsen los conocimientos sobre saberes ancestrales y costumbres de la ciudad de Guayaquil. La investigación metodológica se compuso de un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, diseño no experimental con corte transversal y método deductivo; la muestra fue de 384 personas mayores de 18 años en la ciudad de Guayaquil. Dentro de los resultados se evidenció un nivel medio y bajo de conocimiento sobre el uso de medicinas, vestimenta, costumbres religiosas, musicales y tradiciones ancestrales. Adicional se observó que los juegos, las palabras, dichos y refranes se usan de manera periódica en la vida diaria de los habitantes, así como también existen un conocimiento alto sobre las comidas tradicionales de la ciudad, el uso de alimentos locales y manualidades usadas en la ciudad de Guayaquil. En consecuencia, se propuso estrategias para difundir el conocimiento y saberes ancestrales relacionados al desarrollo del turismo en el área de influencia.

Palabras Clave: Saberes ancestrales, Cultura, Turismo, Costumbres, Emprendimiento.

Introducción

De acuerdo con lo establecido por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) el Ecuador ha sido considerado dentro de los 11 principales países que cuentan con la promoción de cultura a través de la identidad nacional; no obstante, el país posee varias riquezas nacionales y cuenta con una diversidad cultural y desarrollo económico, por lo que es considerado un territorio con grandes potenciales de crecimiento a nivel mundial.

Como parte del crecimiento humano no solo es vital la educación académica, sino también la ancestral, puesto que los conocimientos que se absorben desde la niñez están sujetos a las enseñanzas de los ancestros, sus costumbres y prácticas culturales, que con el pasar del tiem-

po ayudan a identificar la naturaleza e intereses de cada individuo. Sin embargo, en las ciudades poco asociadas a las actividades ancestrales, tradicionales y culturales, son mayoritarias las nuevas generaciones que no conocen sobre su evolución como sociedad, perdiéndose así la diversidad e identidad cultural. En este contexto, La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) manifiesta que la universalidad se ve seriamente amenazada sobre todo en la preservación de valores culturales ancestrales y a su vez acarrea mayor complejidad para las naciones al involucrar las disimilitudes en la convivencia social.

Se denominan conocimientos y saberes ancestrales a aquellas costumbres, lengua, tradiciones, gastronomía, festividades, rituales y demás comportamientos que caracterizan a una comunidad, dentro de un país. Se considera que los saberes ancestrales son transmitidos de generación en generación, estos son enseñados de manera verbal y con la práctica diaria, por lo que se ve afectada la transición de estos conocimientos con la existencia de la migración. En consecuencia, el Estado dentro del objetivo dos establecido en el Plan Nacional de Desarrollo, estipuló la revalorización de la interculturalidad y plurinacionalidad de las diferentes entidades que conforman el país con el objetivo de que los conocimientos ancestrales sean incluidos e impartidos a la nueva generación.

El fortalecer los saberes ancestrales y comprenderlos como parte de los aspectos emergentes para la perspicacia de conocimientos, permitirá generar continuidad a las diferentes clases de expresiones que pueden girar en torno a los procedimientos culturales, yendo en conjunto con los componentes que se han ido vinculando en los últimos tiempos. Esto como parte de una propuesta mediada por un método concordante entre las distintas disciplinas y ramas de la ciencias sociales, antropológicas y lingüísticas, desarrollando un argumento específico sobre la diversificación de experiencias que se dan dentro de una sociedad.

La problemática de la presente investigación se centra en ciertos aspectos evidenciados en los contextos anteriores, como el escaso conocimiento de los saberes ancestrales y costumbres, el desinterés por conocer del mismo por parte de la nueva generación y la poca difusión de medios informativos. Por eso es importante la enseñanza y capacitación desde la etapa escolar, ya que todos estos factores han ido en aumento con el pasar de los años generando menor relevancia en la comunidad, como consecuencia recae en la poca información dada a los turistas nacionales o extranjeros que visitan la ciudad de Guayaquil. Todos estos aspectos aluden a desarrollar la siguiente interrogante: ¿Cómo impacta en la ciudadanía la creación de establecimientos que promuevan los conocimientos relacionados a los saberes ancestrales y costumbres de la ciudad de Guayaquil?

La presente investigación se justifica teóricamente mediante el uso de referentes literarios en fuentes de expertos de carácter científico, los cuales han sido recopilados en revistas académicas, posteriormente la justificación social data de la recopilación de información primaria en la ciudad objeto de estudio, lo cual servirá de apoyo para una adecuada toma de decisiones; la justificación práctica está sujeta al uso de los resultados. Esta investigación empieza con el desarrollo temático que se encuentra conformado por los antecedentes referenciales y teóricos asociados con la variable de estudio. En la siguiente sección se alude a la metodología de investigación, donde se determinan un conjunto de procedimientos que favorecen el desarrollo del trabajo, tales como el tipo y método de estudio, el reconocimiento de la unidad de análisis, la delimitación del instrumento de recolección de datos y el procesamiento de la información. Por otro lado, se integran los resultados, mismos que son presentados a través de gráficos estadísticos en conjunto con una interpretación general; dentro de este marco, se destaca la propuesta y sus características, por último, se hace énfasis en las conclusiones del estudio.

Objetivo general

Proponer la creación de establecimientos turísticos para impulsar los conocimientos sobre saberes ancestrales y costumbres de Guayaquil.

Objetivos específicos

1. Revisar las bases teóricas y referenciales sobre establecimientos impulsores de conocimientos de saberes ancestrales y costumbres a nivel turístico.
2. Identificar la metodología oportuna para recopilar información sobre establecimientos impulsores de conocimientos de saberes ancestrales y costumbres de Guayaquil.
3. Determinar los elementos que permitan la creación de establecimientos que impulsen los conocimientos sobre saberes ancestrales y costumbres de Guayaquil.

Desarrollo temático

A continuación, se toman en cuenta diversos estudios de investigación publicados en los últimos años que poseen relación con el objeto de estudio, los cuales son:

A nivel macro, se menciona al estudio de Orejuela (2021) en la ciudad de Cali el cual tuvo como objetivo general determinar acciones publicitarias que permitan la preservación de la identidad cultural física y ancestral en los jóvenes de un sector de Cali, misma que se llevó a cabo bajo el título "Campaña publicitaria para el fomento de la identidad cultural ancestral en los jóvenes indígenas de 18 a 25 años de edad en la comunidad Misak de Silvia" (p. 1). La metodología investigativa se compuso de un enfoque mixto, de tipo descriptivo, método inductivo, como técnica para la recolección de los datos se estableció la encuesta y la entrevista, bajo un cuestionario aplicado a una muestra compuesta de 100 personas.

Dentro de los resultados obtenidos, se encontró un porcentaje alto de deserción escolar, desapego a las costumbres y raíces ancestrales, dado por una gran participación de racismo cultural en el sector; a su vez, se identificó un empobrecimiento de las tradiciones locales tanto a nivel cultural y gastronómico. Los principales factores de alejamiento fueron la inserción de personas extranjeras, las cuales imparten su cultura, realizando desaires a culturas propias, por lo que los jóvenes buscan adaptarse para encajar, sin identificar el alejamiento de su cultura natal (Orejuela, 2021).

A nivel nacional, se alude al estudio de Maldonado (2018) titulado "Turismo cultural: un estudio de caso del Centro Histórico de Quito" (p. 1), la cual fue realizada en Ecuador, tuvo como objetivo general conocer la oferta existente del turismo cultural en la capital con el fin de emprender y comercializar productos atractivos para los turistas. La investigación fue realizada a través de una metodología de tipo cualitativo, como herramienta predominó la entrevista a empresas orientadas al turismo, obteniendo como muestra 5 empresas que brindan servicio de turismo en el centro objeto de estudio. Se pudo evidenciar a través de los datos recolectados que la idea de negocio se dio con el objetivo de brindar una experiencia y dar a conocer la cultura de la ciudad, así como también su historia. Las empresas surgieron de investigaciones académicas en su mayoría, lo cual ha dado hoy en día paso a empresas formalmente constituidas, siendo su principal medio publicitario las recomendaciones de clientes; otro de los aspectos evidenciados fue el gran potencial que consideran tiene el Ecuador en todas sus regiones. Se puede concluir que el Ecuador, por ser un país que posee una amplia diversidad de culturas, clima, gastronomía y

costumbres puede llegar a alcanzar gran reconocimiento a nivel mundial.

A nivel local, se menciona a la investigación de Yaucan (2019) denominado "El turismo comunitario como una alternativa de desarrollo para la comuna Data de la parroquia Posorja" (p. 1), tuvo como objetivo general identificar aquellos factores que limitan o impulsan el desarrollo de turismo comunitario en la comuna. La metodología de investigación aplicada estuvo compuesta por un enfoque mixto, descriptivo, lógico deductivo, como muestra de estudio se estableció 300 personas a quienes se les aplicó la encuesta como instrumento de investigación. Dentro de los resultados obtenidos, se identificó que el 62% de habitantes de la comuna se encuentra en un rango de edad de 26 a 45 años, el 70% cuenta con instrucción primaria; dentro de las actividades desarrolladas, el 22% corresponde al sector turismo, el 20% a la agricultura, el 12% a la pesca, mientras que el comercio abarca el 28%. Con relación a las iniciativas turísticas comunitarias, el 90% de personas no conoce al respecto, no han recibido capacitación relacionada al turismo comunitario.

Los resultados de las entrevistas dieron a conocer que en la comuna Data de Posorja, las principales actividades son la construcción, turismo y pesca, con ingresos económico que varían de acuerdo a la actividad desempeñada por los usuarios y por las temporadas, siendo los atractivos turísticos y la disposición de los habitantes las mayores fortalezas que posee la parroquia para impulsar el turismo comunitario. A su vez, consideran que la implementación de acciones por parte de la empresa pública o privada para el desarrollo de turismo comunitario sería un impulso económico muy bueno para la comuna, permitiendo así dar a conocer la cultura y costumbres propias de esta a los turistas nacionales y extranjeros. Según lo expuesto, se puede evidenciar la importancia que posee impulsar el turismo de tipo comunitario, ya que no solo generará más ingresos, sino que este a su vez hará que la comuna obtenga mayor reconocimiento a nivel turístico (Yaucan, 2019).

Los antecedentes teóricos se centran en diversos conceptos en relación a la investigación, con la finalidad de brindarle soporte a la misma.

De acuerdo con lo establecido por Sánchez y Torres (2020) los conocimientos y/o saberes ancestrales que poseen las personas, han sido adquiridos gracias a la trasmisión de conocimientos de manera verbal que se ha dado de padres a hijos, lo cual permite que las costumbres y saberes perduren en el tiempo. Estos saberes fueron heredados por las personas mayores quienes también eran consideradas como sabias, puesto que trataban enfermedades o malestares con plantas de uso medicinal, realizaban cierto tipo de rituales relacionados con la fertilización del suelo, previo a la siembra de plantas para obtener una buena cosecha, así como rituales para que no haya sequía en los sembríos. Sin embargo, en la actualidad estos conocimientos y saberes se han ido dejando de transmitir, generando que muchos de los jóvenes en la actualidad no conozcan las tradiciones y costumbres que caracteriza a la ciudad natal (Salgado, Keyser, & Ruiz, 2018).

Arrata (2019) mencionó que las principales causas que generan la falta de conocimiento ancestral se relacionan con la migración en los países, ya sea por parte de la familia completa o por uno de los padres, en donde intervienen los cambios de domicilio dentro y fuera del país; ya que las personas se adaptan al nuevo entorno donde viven y van dejando a lado las tradiciones y costumbres de sus antepasados. En el caso de personas que migran al exterior, la vestimenta y la lengua es una de las que mayor cambio genera, seguido de las costumbres medicinales y el uso de ciertos alimentos necesarios para la preparación de platos tradicionales, las mismas que con el tiempo no pueden ser transmitidas a la nueva generación.

El Ecuador es considerado un país megadiverso y pluricultural, debido a la variedad de costumbres y tradiciones que posee cada una de las ciudades que lo componen, siendo los conocimientos y saberes ancestrales más comunes en el país los rituales realizados a la tierra, las plantas, al sol, la lluvia, para la fertilización de las mujeres, entre otros. La vestimenta de los habitantes varía de acuerdo a cada sector; creencias medicinales, la historia, el arte y los materiales usados en la construcción y artesanía, la gastronomía y el dialecto usado en las comunidades. El Instituto de Idiomas, Ciencias y Saberes Ancestrales (2017) mencionó que el Ecuador posee varias lenguas ancestrales que han sido parte de los antepasados, siendo más practicadas en el sector Sierra, Oriente y la Amazonía, en donde se puede mencionar entre las más comunes el Shuaricham, Shiwiarchicham, Paaikoka, Kichwa, Achuaricham, Andoa, Awapit, Siapedee, Cha'palaa, Tsa'fiki, A'ingae, Baaikoka, Waotededo, las cuales son usadas en Pastaza, Santo Domingo, Sucumbios, Esmeralda, Carchi, entre otras.

La cultura de una población o país abarca un sinnúmero de características que la diferencian de las demás, como lo es la lengua, vestimenta, conocimientos, tradiciones, creencias espirituales y bienes materiales que han sido heredados a través de los años. Espeso (2019) definió a la cultura como parte principal de las personas y de la vida de un país, la cual se encuentra conformada por un conjunto de ideas y creencias diversas. Esta ha sido aplicada de manera constante a través del tiempo dando como resultado la creación de una costumbre, la cual va a variar de acuerdo a las acciones de cada grupo, comuna, ciudad o país (Lima, Rodríguez, Padilla, & Luna, 2018). Dentro de las características que componen la cultura, se puede mencionar que esta es dinámica, compartida y aprendida a lo largo de la vida de una persona o sociedad y es transmitida de generación en generación a través de la práctica y la comunicación, por lo que se considera que la cultura puede cambiar la perspectiva, actuación y expresiones de las personas, ya que es adquirida de manera inconsciente por el entorno en donde vive y se relaciona el ser humano (Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, 2021).

A lo largo de los años el sector turístico a nivel mundial se ha ido esparciendo y abarcando nuevos modelos y formas de realizar turismo, los cuales dependerán del tiempo de duración, los lugares y/o destinos a visitar. Dentro de los cuales Navas (2019) mencionó el turismo sustentable, agroturismo, turismo responsable y el turismo comunitario o cultural, este tipo de turismo tiene como objetivo principal explotar los recursos naturales que posee el territorio, así como también dar a conocer la diversidad de culturas, costumbres y riquezas naturales que se han ido cosechando a través del tiempo.

El sector turístico a nivel mundial se caracteriza por ser megadiverso, puesto que este se ha ido adaptando a las preferencias y gustos de las personas, este va de la mano con la diversidad que posee cada país. Bajo este enfoque, se puede mencionar el turismo gastronómico, en donde se muestra la variedad de comidas típicas que caracterizan al territorio; el turismo cultural, que es conformado por las iglesias, monumentos, lugares históricos, cultura y costumbres; el turismo deportivo, conformado por la práctica de deportes extremos, que suelen ir acompañados de grandes paisajes; el turismo de naturaleza, como su nombre lo indica se realiza en la naturaleza en su estado natural, aquí se puede apreciar la variedad de animales, aves, plantas que tiene un sector; el turismo de esparcimiento que es destinado a aquellas personas que buscan distracción y relajamiento durante su viaje y suele ser acompañado del turismo de playa y de placer (Flacón, 2020).

Dentro de las principales ventajas que posee el turismo comunitario se encuentran la creación de nuevos ingresos económicos, esparcimiento de la cultura y costumbres locales, fomento del desarrollo turístico a nivel nacional. La creación de nuevos ingresos económicos se da a través

de las plazas laborales que se habilitan al crear nuevos emprendimientos, los cuales necesitan ser cubiertos por habitantes del sector, puesto que estos tienen conocimientos sobre el manejo y la creación de su comuna o ciudad; el esparcimiento de la cultura y las costumbres locales permite que las culturas de dichos sectores sean conocidas por los turistas nacionales y extranjeros, así como también dan la oportunidad a que dichas costumbres sean perdurables en el tiempo, logrando que identifiquen y reconozcan al sector por la cultura, además de culturalizar a los visitantes (Alcívar & Freire, 2018).

Las ventajas que posee el turismo comunitario se encuentran asociadas a la participación local de los habitantes, quienes darán a conocer la forma en la que viven, las creencias que poseen a nivel espiritual, medicinal y cultural a través de la gastronomía, lengua autóctona, vestimenta, entre otras. Otra de las ventajas es la optimización de los recursos naturales, puesto que este tipo de turismo se caracteriza por dar a conocer la diversidad del sector en su estado natural, preservando la biodiversidad de sus animales, aguas y ambiente, el cual es su principal atractivo; la identificación de tradiciones, generan a los visitantes una experiencia nueva, la cual se encuentra cargada de nuevos conocimientos y vivencias, en donde la interacción con los bailes, cánticos, rituales, comida y demás costumbres es realizada de manera directa (Mullo, Vera, & Guillén, 2019).

Desde el punto de vista del turista, el aporte que brinda el realizar turismo comunitario, se dirige principalmente a las experiencias y aprendizajes que pueden obtener con sus visitas; sin embargo, el aporte real va más allá del reconocimiento público. Esto dado que para los habitantes genera muchos más beneficios, siendo estos la generación de empleos, abastecimiento de recursos básicos, incremento de la educación e ingresos económicos, así como también reduce la vulnerabilidad de sus habitantes y el índice de migración nacional y extranjera, a través de la inclusión, protección y sostenibilidad al medio ambiente y a las tradiciones y costumbres locales, este tipo de turismo permite que los jóvenes de la comunidad se asocien e involucren con las tradiciones y sean embajadores turísticos de su sector.

Por su parte, García (2017) mencionó que el turismo comunitario o ancestral brinda beneficios a las comunidades a corto y a largo plazo, dentro de los cuales se pueden mencionar que, a corto plazo, se obtiene la rentabilidad económica, protección de las costumbres y culturas del sector, mayor diversificación de ingresos económicos, involucramiento de jóvenes y mujeres a la cultura y al turismo, optimización de recursos naturales. Mientras que los beneficios a largo plazo pueden ser identificados a través del empoderamiento de la cultura y raíces de su comunidad, incremento de ingreso de extranjeros, intercambio cultural, autonomía comunitaria, disminución de pobreza, incremento de interés académico, facilidad a obtención de préstamos bancarios, apoyo comunitario, convenios con empresas turísticas nacionales y extranjeras, entre otros. Todos estos beneficios a su vez aportarán al crecimiento y desarrollo del sector, puesto que por la demanda de turistas y el incremento económico que estos representan se podrán mejorar sus calles y el acceso a servicios básicos y demás infraestructura necesaria para cubrir la demanda turística (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, 2017).

El turismo cultural abarca ámbitos como las tradiciones, hábitos, patrimonio cultural, dialecto, infraestructura y gastronomía local que caracteriza cada lugar. Este tipo de turismo permite a las ciudades darse a conocer, a través de las creaciones dadas por la naturaleza o el arte de sus habitantes, los cuales han sido plasmados en edificaciones, pinturas, murales, música, juegos, comida, entre otros, donde se puedan palpar las tradiciones. Dentro de las ventajas que posee se puede mencionar la generación de empleo y optimización de recursos, puesto que se basa en dar a conocer a las personas la forma y estilo de vida que llevan los habitantes en donde se destaca el servicio y atención dada por los habitantes y operadores turísticos. El principal objetivo es

la preservación de las costumbres, cultura y patrimonio, en donde los habitantes de los pueblos son los principales beneficiarios, priorizando el consumo local (Bravo & Zambrano, 2018).

Metodología

Tipo de Investigación

De acuerdo con lo expuesto por Hernández y Mendoza (2018) el enfoque cuantitativo se caracteriza por ser medible, siendo más usado en conjunto con la encuesta, por ser objetiva. El tipo descriptivo como lo indica su nombre permite describir las características de la muestra estudiada. El diseño no experimental de corte transversal se diferencia por no alterar los datos durante su recolección, ni en el procesamiento de datos, aplicando un análisis sobre los resultados; se denomina transversal, puesto que no se realiza comparación de resultados, ni se toman los mismos en más de una ocasión.

El presente trabajo de investigación se desarrolló con base a un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, lo cual permitió conocer las características de los encuestados; a través de la aplicación de este enfoque, los resultados pudieron ser cuantificados, permitiendo tener una mejor visión sobre la percepción de los ciudadanos con respecto a la temática abordada. A su vez, la investigación fue de corte transversal, ya que los datos se recolectaron en una misma línea de tiempo y fue de diseño no experimental, debido a que no se realizaron cambios en la información recolectada.

Método de Investigación

Según lo expuesto por Baena (2017) el método deductivo posee la particularidad de basarse en una revisión de la literatura previa, donde se establecen los preceptos generales con respecto a la problemática o variables de estudio; luego de esto, se procede a evaluar estos abordajes teóricos generales en situaciones específicas, por lo cual va de lo general a lo particular. Es por ello que, se seleccionó el método deductivo para el desarrollo de la investigación, ya que brinda la oportunidad de partir de una revisión bibliográfica, para luego contextualizarla y conocer la percepción de los ciudadanos con respecto a la creación de establecimientos impulsores de conocimientos sobre saberes ancestrales y costumbres de Guayaquil.

Unidad de Análisis, Población y Muestra

En el presente estudio investigativo, la unidad de análisis seleccionada fueron los habitantes de la ciudad de Guayaquil. Como población Maldonado (2018) mencionó que esta se refiere a un grupo de personas que poseen características similares o habitan en una misma área geográfica; por lo que en la población seleccionada se delimitó a las personas que habitan en la ciudad objeto de estudio, dando un total de 2'723.665 habitantes; sin embargo, como normas de inclusión se determinan ciudadanos en edades entre 20 y 64 años, dando como total 2'475.764 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2020).

Con los datos obtenidos de los habitantes de la ciudad, se procede a aplicar los datos para población conocida en donde N = tamaño de la población, Z_{α} = nivel de confianza, p = probabilidad de éxito esperada, q = probabilidad de fracaso, d = precisión y n = tamaño de la muestra. Una vez aplicada la muestra para población conocida, se procedió a reemplazar los datos, $N= 2'475,764$, $Z_{\alpha}= 1.96$, $p= 0.5$, $q= 0.5$, $d= 0.05$, dando una muestra de $n= 384$ habitantes a quienes se aplicará la encuesta.

$$n = \frac{(N * Z_{\alpha}^2 * p * q)}{[d^2 * (N - 1)] + (Z_{\alpha}^2 * q * p)}$$

$$n = \frac{(2'475,764 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5)}{[0.05^2 * (2'475,764 - 1)] + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 384$$

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica seleccionada para llevar a cabo la recolección de los datos fue la encuesta, determinando como instrumento el cuestionario, que estuvo compuesto por 21 preguntas, las cuales fueron divididas en tres dimensiones denominadas conocimiento con 9 ítems, identidad con 8 preguntas y 4 para la dimensión turismo (Ver Anexo 1).

Procesamiento de la Información

Los datos una vez recolectados serán ingresados a una base de datos a través del programa Microsoft Excel 2016, para luego proceder a ingresar dicha base en el programa estadístico SPSS 25, en donde se podrán ver reflejados los resultados a través de gráficos estadísticos, permitiendo una comprensión visual más precisa y detallada de los hallazgos.

Resultados

Dimensión Conocimiento

Posee conocimiento sobre la forma de curación de enfermedades usadas por sus antepasados.

De acuerdo con las encuestas realizadas, se pudo determinar que el 79.4% de las personas no poseen conocimientos sobre la manera en que sus antepasados realizaban curaciones, siendo solo el 20.6% aquellos que sí poseen conocimientos al respecto.

Elabora y usa remedios caseros para curar dolores o golpes.

El poco conocimiento de los usuarios respecto a las formas y curaciones aplicadas en años anteriores se puede evidenciar en la presencia de un 78.4% que no elabora ni usa remedios caseros ante la presencia de malestares o enfermedades, observando que el 21.6% de la ciudadanía sí lo aplica.

Conoce el tipo de manualidades autóctonas de su ciudad.

Con respecto a las manualidades autóctonas que representan a la ciudad de Guayaquil, el 70.1% mencionó no poseer conocimiento alguno, mientras que el 29.9% sí conoce las manualidades autóctonas.

Conoce las comidas típicas de la ciudad de Guayaquil.

Pese a que los usuarios mostraron poco acercamiento con las manualidades, en lo que respecta las comidas típicas guayaquileñas se pudo observar que el 89.1% sí conoce cuáles son las comidas que representan a la ciudad, mientras que con el 10.9% estuvieron aquellos que no conocen las comidas típicas.

Comparte los conocimientos de sus ancestros con la nueva generación.

El 62.0% no comparte los conocimientos dados por sus antepasados con la nueva generación, mientras que el 38.0% expresó sí hacerlo.

Comparte con la nueva generación las músicas, mitos o creencias usadas por sus antepasados.

Escenario similar a la anterior pregunta se aprecia en actividades como la música, los mitos o creencias que predicaban la antigua generación, puesto que el 65.6% mencionó no compartir con sus hijos estas costumbres impartidas en generaciones anteriores, por otra parte, el 34.4% indicó que estas actividades son parte de su tradición por lo que sí las muestran a sus hijos.

Participa de juegos tradicionales propios de la localidad.

Otras de las tradiciones con las que cuenta la ciudad de Guayaquil, son los juegos realizados generalmente en días festivos de la ciudad, siendo estos más aplicados en la ciudadanía con una participación positiva del 51.8%, mientras que los que no practican los juegos tradicionales ocupan un 48.2%.

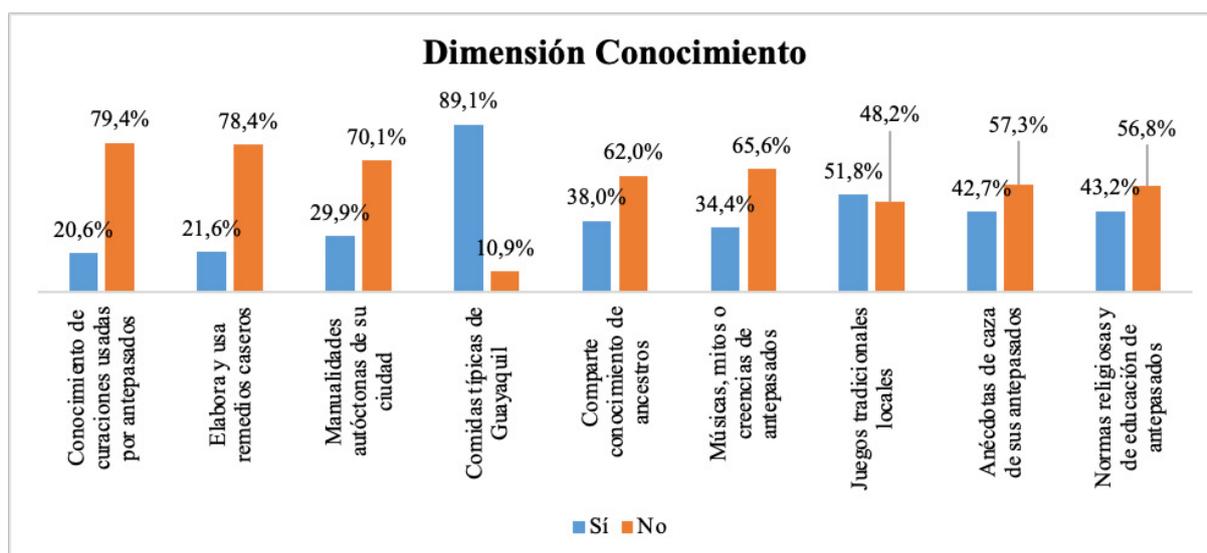
Comparte anécdotas de caza, conquista que realizaban sus ancestros.

Las anécdotas relacionadas a la caza realizada para la obtención de alimentos no son compartidas en la familia en un 57.3%.

Comparte normas religiosas y de educación de las cuales se regían sus ancestros.

Las normas y costumbres religiosas y educativas son compartidas e inculcadas en el 43.2% de las familias. El 56.8% los ciudadanos practican normas diferentes a los de sus antepasados. A continuación, se evidencia el gráfico de las preguntas que conforman la dimensión conocimiento.

Figura 1. Dimensión Conocimiento



II. Dimensión identidad

10. Participa en actividades que fomenten la cultura, tradiciones y costumbres de la ciudad de Guayaquil.

En la participación de actividades para fomentar las tradiciones y costumbres de la ciudad el 24.0% no participa en ninguna de ellas.

11. Utiliza en su vida diaria, refranes, dichos o palabras usadas por sus antepasados.

Se evidencia una interacción del 83.5% con los dichos, refranes y palabras en el uso diario.

12. Se identifica con las actitudes, valores, acciones y sentimientos que se enseñan en su ciudad.

En los valores, actitudes, acciones y sentimientos hacia la ciudad de Guayaquil el 31.0% mencionó no sentirse identificados.

13. Se identifica con las costumbres de su ciudad.

En cuanto a las costumbres, el 38.5% de ciudadanos no se encuentra identificado.

14. Se identifica con las costumbres musicales de su ciudad.

Con respecto a las costumbres musicales, el 74.2% de personas no se identifica.

15. Se identifica con las comidas tradicionales de su ciudad.

Se observó una identificación positiva del 89.6% con las comidas tradicionales.

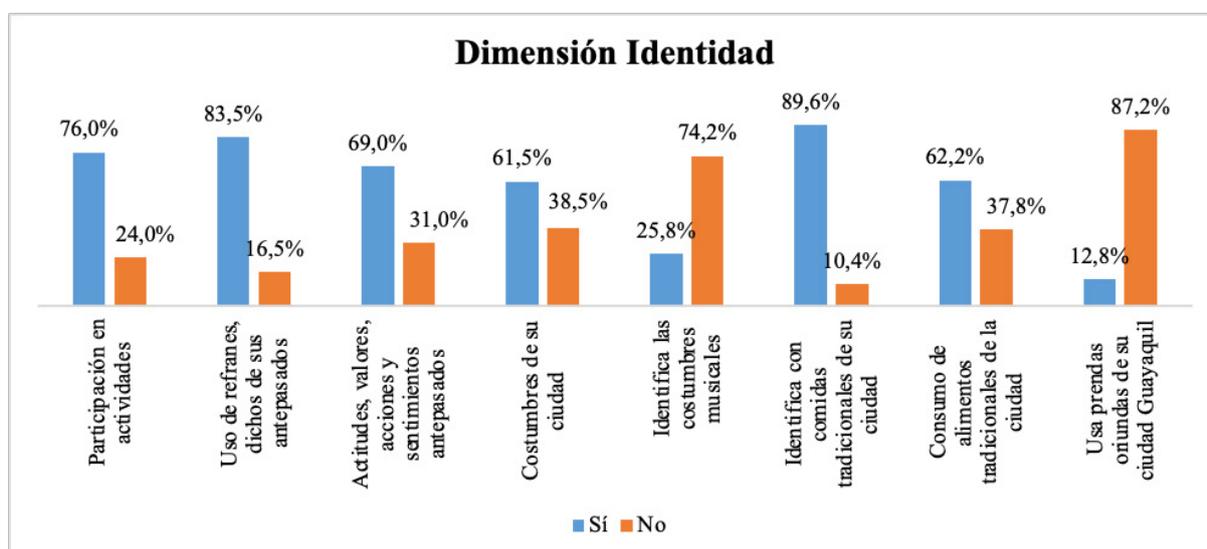
16. Consume los alimentos tradicionales de su ciudad.

Se evidenció un consumo de alimentos locales del 62.2%.

17. Utiliza prendas oriundas de su ciudad.

En lo que respecta a la vestimenta de los ciudadanos, el 12.8% usa prendas oriundas de su ciudad. A continuación, se evidencia el gráfico de las preguntas que conforman la dimensión identidad.

Figura 2. Dimensión Identidad



III. Dimensión turismo

18. ¿En la ciudad, se promueven actividades sobre “saberes ancestrales”?

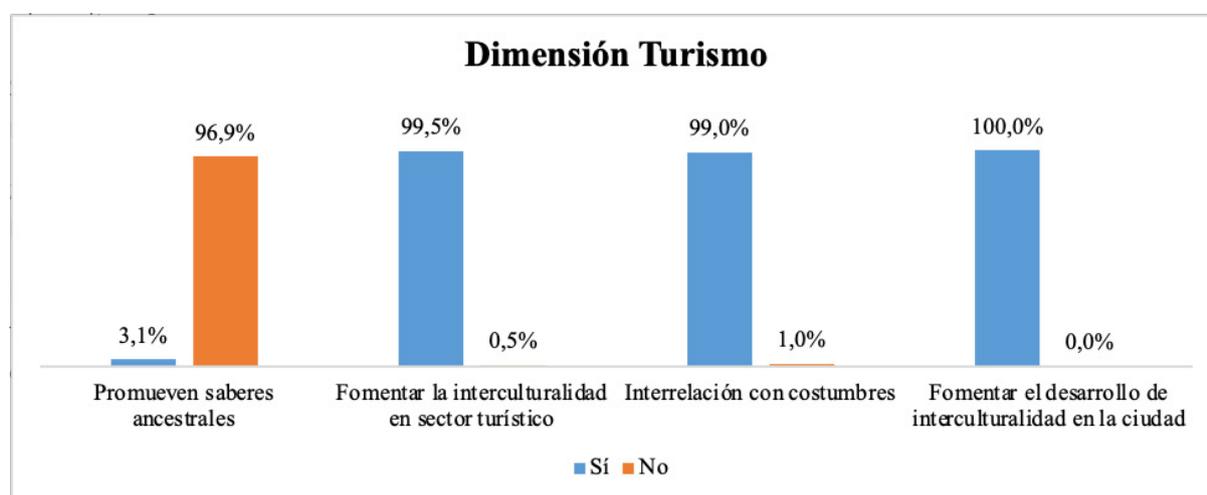
Por otra parte, los encuestados en un 96,9% expresaron que en la actualidad en la ciudad de Guayaquil no se promueven las actividades sobre saberes ancestrales.

19. ¿Considera importante fomentar la interculturalidad en el medio turístico mediante el reconocimiento de los saberes ancestrales?

Se identificó que las personas en un 99,5% consideran de gran importancia fomentar la interculturalidad en el sector turístico.

20. ¿Cree usted, que la ciudadanía nacional y extranjera debe interrelacionarse en un mismo nivel

Figura 3. Dimensión Turismo



Análisis general de resultados

Se puede establecer que es de gran importancia la creación y difusión de las costumbres y saberes ancestrales dentro de la ciudadanía, ya que de acuerdo con los resultados se ve la poca presencia de las tradiciones en la población guayaquileña, situación que puede estar alineada a la migración o inmigración evidenciada en el país a lo largo de la historia, al igual que a la inserción de nuevas culturas y tradiciones por parte de población extranjera en el país, lo cual pone en riesgo la sucesión de las tradiciones de la ciudad a lo largo de los años.

Es por esta razón que se plantea como propuesta para el estudio, la creación de establecimientos impulsores de conocimientos sobre saberes ancestrales y costumbres en la ciudad de Guayaquil; el cual se encuentra alineado a un tipo de turismo cultural, puesto que posee como característica una enseñanza generalizada abarcando varios ámbitos y aspectos importantes que representan la ciudad.

Para la puesta en marcha de la propuesta, es necesario contar con:

Determinación de un local físico: el local deberá estar situado en áreas cercanas al Malecón 2000 y la Av. 9 de octubre, puesto que se consideran puntos focales del sector turístico de la ciudad.

Personal: Se deberá realizar la contratación de personal capacitado y con experiencia en áreas de turismo cultural, siendo como criterio de inclusión nativos de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de que puedan brindar parte de sus vivencias y experiencias a los turistas nacionales y extranjeros.

Paquetes turísticos: Es necesario la realización de dos paquetes turísticos en los cuales intervengan todas las tradiciones de la ciudad, logrando identificarlas de la siguiente manera:

Paquete básico: Breve reseña sobre la forma en la que vivían los antepasados, tradiciones, costumbres, acciones realizadas para conseguir la alimentación, vestimenta, aplicación de plantas medicinales, comidas típicas, juegos tradicionales, días festivos, la historia de la ciudad a lo largo de los años. En este paquete se brindará información de manera hablada y con fotografías donde se muestren las actividades y comidas.

Mientras que en el **paquete Premium**, los asistentes tendrán como extra la observación y muestra de cómo preparaban las medicinas para curaciones, breve descripción de los componentes usados para la realización de platos típicos de la ciudad con su respectiva degustación; así como también una demostración de los juegos íconos de la ciudad, haciendo este paquete más visual y con mayor interacción de los turistas.

Promoción del servicio: Para poder llegar a más personas de manera eficaz, se propone la publicidad a través de redes sociales y página web, entrega de volantes en los alrededores del local y el Malecón 2000.

Conclusiones

Dentro de los beneficios identificados de impulsar las costumbres y conocimientos ancestrales de la ciudad de Guayaquil en el área turística, se concluye que son el empoderamiento de los ciudadanos guayaquileños, la sucesión y preservación de las costumbres y tradiciones de la ciudad a lo largo del tiempo, nueva forma de hacer turismo, mayores ingresos económicos para el sector turístico en la ciudad de Guayaquil y reconocimiento e identidad de la ciudad a nivel nacional e internacional.

Dentro de los factores que permitirán impulsar los conocimientos sobre saberes ancestrales y costumbres de la ciudad de Guayaquil se determina que son la diversidad cultural y gastronómica que posee la ciudad, así como también la aceptación y predisposición de los guayaquileños en que se fomenten la interculturalidad y conocimientos a nivel turístico para la poblacional nacional y extranjera.

Por otro lado, la estrategia planteada para que se pueda dar la creación de un establecimiento que permita impulsar los saberes y costumbres de la ciudad de Guayaquil se encuentra compuesta de tres puntos importantes en donde como primer factor se menciona la selección de un establecimiento físico en el sector turístico de la ciudad, la contratación de personal especializado en el área de turismo cultural, la creación de paquetes turísticos y la promoción del servicio a través de diferentes medios para poder abarcar el mercado.

Bibliografía

- Alcivar, I., & Freire, Á. (2018). Caracterización turística de la comunidad de Ligüiqui-Manta-Ecuador, como contribución al turismo comunitario. *Revista Multidisciplinaria de Investigación Espirales*, 2(17), 86-99. doi:<https://doi.org/10.31876/re.v2i17.268>
- Arrata, V. (2019). Saberes ancestrales, observaciones generales de la experiencia ecuatoriana. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, Marzo 2018, 1-7. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/03/saberes-ancestrales.html//hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1903saberes-ancestrales>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Grupo Editorial Patria.
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: Un desafío para la Comuna 23 de noviembre, Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 28. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>
- Espeso, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *ASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1101-1112. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>
- Flacón, P. (2020). Clasificación y Tipos de turismo. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/clasificacion-y-tipos-de-turismo/>
- García, R. (2017). Turismo Rural Comunitario (TRC). Obtenido de <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Instituto de Idiomas, Ciencias y Saberes Ancestrales. (2017). Perfiles de las lenguas y saberes del Ecuador. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Catalina-Alvarez-21/publication/343426651_PERFILES_DE_LAS_LENGUAS_Y_SABERES_DEL_ECUADOR/links/5f298098299bf13404a104b3/PERFILES-DE-LAS-LENGUAS-Y-SABERES-DEL-ECUADOR.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). Guayaquil en cifras. Obtenido de *Proyecciones Poblacionales*: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Maldonado, J. (2018). *Metodología de la investigación social*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Maldonado, L. (2018). Turismo cultural: Un estudio de caso del Centro Histórico de Quito. Repositorio Digital de la Universidad Central del Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/16791>.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2021). Unesco destaca labor de Ecuador en cultura y desarrollo. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/unesco-destaca-labor-de-ecuador-en-cultura-y-desarrollo/>
- Mullo, E., Vera, V., & Guillén, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200178
- Navas, M. (2019). Revisión sistemática del concepto turismo comunitario. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 14(2), 144-164. doi:10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5884
- Orejuela, R. (2021). Campaña publicitaria para el fomento de la identidad cultural ancestral en los

jóvenes indígenas de 18 a 25 años de edad en la comunidad Misak de Silvia. Repositorio de la Universidad Santiago de Cali. <https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/5130/PROPUESTA%20DE%20UNA%20CAMPA%C3%91A.pdf?sequence=2>.

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. (2017). Derechos para todos, durante toda la vida. https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf.

Sánchez, J., & Torres, L. (2020). Educación, etnobotánica y rescate de saberes ancestrales en el Ecuador. *Revista Espacios*, 41(23), 158-170. Obtenido de <http://www.ifac.revistaespacios.com/a20v41n23/a20v41n23p14.pdf>

Yaucan, A. (2019). El turismo comunitario como una alternativa de desarrollo para la comuna Data de la parroquia Posorja, Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas. Repositorio Digital de la Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46745/1/T-YAUCAN%20CURICAMA%20ANG%c3%89LICA%20ELIZABETH.pdf>.

ANEXO 1:

Tabla 1: Encuesta

	Si	No
Conocimiento		
1. Posee conocimiento sobre la forma de curación de enfermedades usadas por sus antepasados		
2. Elabora y usa remedios caseros para curar dolores o golpes		
3. Conoce el tipo de manualidades autóctonas de su ciudad		
4. Conoce las comidas típicas de la ciudad de Guayaquil		
5. Comparte los conocimientos de sus ancestros con la nueva generación		
6. Comparte con la nueva generación las músicas, mitos o creencias usadas por sus antepasados		
7. Participa de juegos tradicionales propios de la localidad		
8. Comparte anécdotas de caza, conquista que realizaban sus ancestros		
9. Comparte normas religiosas y de educación de las cuales se regían sus ancestros		
Identidad		
10. Participa en actividades que fomenten la cultura, tradiciones y costumbres de la ciudad de Guayaquil		
11. Utiliza en su vida diaria, refranes, dichos o palabras usadas por sus antepasados		
12. Se identifica con las actitudes, valores, acciones y sentimientos que se enseñan en su ciudad		
13. Se identifica con las costumbres de su ciudad		
14. Se identifica con las costumbres musicales de su ciudad		
15. Se identifica con las comidas tradicionales de su ciudad		
16. Consume los alimentos tradicionales de su ciudad		
17. Utiliza prendas oriundas de su ciudad		
Turismo		
18. ¿En la ciudad, se promueven actividades sobre "saberes ancestrales"?		
19. ¿Considera importante fomentar la interculturalidad en el medio turístico mediante el reconocimiento de los saberes ancestrales?		
20. ¿Cree usted, que la ciudadanía nacional y extranjera debe interrelacionarse en un mismo nivel de cultura?		
21. ¿Cree que se debería fomentar el desarrollo de la interculturalidad con mayor frecuencia en las áreas de la ciudad?		

Estrategias para el desarrollo turístico y mejora en la calidad de servicio afectado por el tour-diario en Isabela-Galápagos

Angie Melina Valencia Gil / melina_vg98@hotmail.com

José Bohórquez / secretariogeneral@uteg.edu.ec

Resumen

El presente estudio se realizó con el objetivo de establecer estrategias dirigidas al desarrollo turístico y mejora en la calidad de servicio afectado por el tour-diario en Isabela-Galápagos. La metodología aplicada correspondió a un diseño no experimental, corte transversal, enfoque cualitativo y método inductivo; la recolección de la información se generó a través de una entrevista orientada a cinco personas. Dentro de los resultados se identificó que la diversidad de paisajes, la amplia oferta de servicios, diversidad cultural y los atractivos turísticos son factores que han fomentado al Ecuador como uno de los mejores destinos turísticos a nivel mundial, siendo el turismo un sector que aporta significativamente en el desarrollo y crecimiento nacional. A pesar de esto, surge como principal problemática la baja estancia de turistas en la isla Isabela-Galápagos, generando efectos negativos en el sector gastronómico, hotelero y comercial del sector. Las desventajas que ha presentado el lugar para potenciar el desarrollo turístico apuntan a la lejanía de la isla, infraestructura turística limitada y las deficiencias de calidad en el servicio. En consecuencia, como alternativas para solucionar la oferta turística de la isla Isabela-Galápagos se determinaron estrategias enfocadas en la capacitación del personal de los servicios turísticos, promoción del intercambio de experiencia en los prestadores de servicios, fomentar el turismo responsable y gestionar incentivos para la captación de una mayor estadía de los turistas en la isla.

Palabras clave: Desarrollo turístico, calidad de servicio, isla Isabela, Galápagos.

Introducción

A pesar del caos económico dado en diversos países, el turismo mantiene un desarrollo creciente que lo convierte en uno de los ejes económicos de gran aumento, catalogado como uno de los sectores más sólidos en el campo de los negocios; incluso, comparado de forma similar a las exportaciones, producción automovilística y de alimentos, posicionándose como uno de los campos con mayor relevancia de la economía (Benavides, 2020). El turismo brinda aproximadamente un 10% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, donde uno de cada 11 colaboradores en el mundo se encuentra relacionado con el turismo, generando exportaciones de cerca de

\$1,5 billones, y representado un 7% del comercio internacional y un 30% de las exportaciones de servicios (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020).

En el caso de Ecuador, cuenta con múltiples capacidades para un buen desarrollo turístico como diversidad natural, espacio vial, diversidad cultural y étnica, atractivos turísticos, y demás sectores atractivos, convirtiéndolo en un país con gran potencial para el desarrollo del turismo, gracias a que dispone de una buena infraestructura (Chávez, Fernández, & Gómez, 2017). El sector turístico se posiciona como uno de los indicadores de generación de divisas, laboral y de creación de productos integradores y complementarios; no obstante, cada puesto laboral dado por el turismo, acarrea entre tres y seis cargos de empleo indirecto, representando cerca del 2% del PIB, por ende, es vital que la competencia de política pública desarrolle ventajas que vayan más allá de lo económico, centrándose principalmente en la oferta de productos y servicios a fin de evitar gastos innecesarios y acarrear mayor ganancia de la oferta turística (Santamaria & López, 2019).

La isla Isabela se está viendo afectada por la poca estancia de turistas quienes la visitan en tours diarios, especialmente desde la isla Santa Cruz. Por esta razón, el sector hotelero, gastronómico, comercial, entre otros, están buscando mecanismos que incentiven la estadía en la isla. La situación actual del sector turístico referente a la poca estancia de turistas sigue en aumento, por ende, es vital el aprovechamiento de la diversidad natural, cultural y étnica del Ecuador, para efecto de este, se propondrán estrategias de mejora en la calidad de servicio e incentivos para una mayor estadía.

Por ese motivo, es indispensable que se formule la siguiente pregunta ¿Cuáles son las estrategias que promuevan el desarrollo turístico y mejora en la calidad de servicio afectado por el tour-diario en Isabela, Galápagos? Esta investigación se enmarca en la línea: Gestión de destinos, productos y organizaciones turísticas, y se planteó como objetivo general: Establecer estrategias dirigidas al desarrollo turístico y mejora en la calidad de servicio afectado por el tour-diario en Isabela-Galápagos. Para alcanzar este objetivo es necesario que se cumplan los siguientes objetivos específicos, Describir las bases teóricas sobre el desarrollo turístico, calidad de servicio y demás factores que afectan el turismo de la isla Isabela-Galápagos; determinar la evolución del turismo en las islas Galápagos y las desventajas que presenta Isabela para el desarrollo turístico; Generar estrategias enfocadas en la oferta turística de la isla Isabela-Galápagos.

Antecedentes Referenciales

Orellana y Lalvay (2018) realizaron un estudio con la finalidad de efectuar un análisis en torno a la importancia de los medios naturales y su relación en el desarrollo turístico, cuya metodología implicó la observación directa, mediante la técnica de recolección de datos denominada como encuesta. Los resultados manifestaron que el 54% de los participantes aluden que el buen manejo de los recursos naturales son ejes esenciales para el desarrollo turístico de un lugar, en el caso del cantón analizado aproximadamente el 18% representa al uso del agua y 17% al resto de la vegetación. Mediante dichos recursos, se permite la subsistencia de la población, finalizando que uno de los medios de ingresos económicos de un lugar, habitantes y establecimientos recae en el desarrollo del turismo local, para efecto de este, debe estar sujeto a la vulnerabilidad de los ecosistemas, cuidando y valorando el ambiente natural.

Bernal, Cáceres, Nieto, Andrade y Mancheno (2019) efectuaron una investigación con el objetivo de diseñar un modelo turístico para el cantón Quero, la metodología de investigación mantuvo un enfoque tipo descriptivo y de campo, cuyos resultados manifestaron que la demanda se in-

teresa por el turismo de naturaleza representado por un 44%, donde la oferta turística perenne no cumple con los requisitos del tamaño de la demanda, por ende, sectores aledaños pueden interferir en el plan turístico de la zona, finalmente, un 56% de los participantes argumentan que los servicios que se oferten deben estar orientados a la alimentación, transporte, hospedaje y guías turísticos, mientras que, un 61% expresa que la forma de recibir información por paquetes turísticos es mediante internet, especialmente las redes sociales.

Zambrano y Angulo (2018) efectuaron un estudio con la finalidad de analizar la calidad en el sector servicios como parte de la competitividad turística del Ecuador, desde el ámbito de las experiencias. El trabajo mantuvo un diseño investigativo tipo descriptivo y exploratorio, cuyo enfoque fue cualitativo mediante la técnica de recolección de datos denominada como encuesta a clientes considerando los patrones de la calidad del servicio del modelo Servqual. Según los resultados recopilados obtuvieron que, el 83,3% de los locales no cuentan con una correcta planeación estratégica; el 90% no dispone de un organigrama y designación de operaciones, seguido del 76,7% que no conoce el perfil de sus clientes. En cuanto al rango de satisfacción del cliente en los espacios turísticos y de hospitalidad evidenciaron que, el 56,7% se posiciona en un nivel medio, el 33,3% en un rango medio alto, mientras que, un 10% se encuentra en un nivel bajo, el 66,7% de los locales no cuenta o no aplica gestión de servicio, el 26,7% dispone de alguna clase de protocolo o los aplican rara vez, a diferencia del 6,7% que dispone y emplea correctamente sus protocolos de servicio.

Turismo internacional

El turismo en el mundo manifestó múltiples conflictos en cuanto a la economía, provocado por la Covid-19 (Hoque, Shikha, Hasanat, Arif, & Hamid, 2020; Jaipuria, Parida, & Ray, 2021; Yeh, 2021); en este punto vale destacar que, los flujos de personas son una evidencia de la gestión de países con respecto a la globalización e integración global, del mismo modo que otros actúan como dispersores entre unas localidades turísticas y otras (Jin, Qu, & Bao, 2019; Liu, Zhang, Zhang, Sun, & Qiu, 2019; Zeng & He, 2019). En este contexto, Europa, Norteamérica y China formaron parte de los grandes lugares emisores y receptores de turistas en el año 2018, no obstante, los diez principales destinos mundiales alcanzaron cerca del 40% de las visitas e ingresos internacionales (Sánchez, 2020). El sector turístico se ha determinado como un eje transversal y complejo, del mismo modo que, debe brindar mayor capacidad de respuesta y persistencia a los hechos o conflictos económicos (Martins, Gan, & Ferreira-Lopes, 2017). Dicha capacidad conlleva a que el turismo no solo se focalice en la naturaleza como balnearios, ríos, cascadas, playa, cultural y demás, ya que también se centra en el consumo o adquisición de bienes y servicios según cada tipología (García, Sánchez, & Chico, 2017).

Importancia del desarrollo turístico

El desarrollo turístico es considerado como un método dinámico e integrador que se da en sectores o lugares, y que acarrea mejoras en la condición de vida de la población; a nivel nacional según los censos se ha alcanzado un buen desarrollo turístico debido a las alianzas de la labor en conjunto entre la empresa privada y el Estado, con el propósito de promover el turismo, no obstante, dicho desarrollo ha sido efectuado por los impuestos del sector privado. Por otro lado, para un buen desarrollo es necesario vincularse a ciertos factores sociales, económicos,

ambientales, políticos, históricos, tecnológicos, culturales, patrimoniales e infraestructura, relacionado al mejoramiento de la calidad de vida de los lugareños, al considerar dichos patrones podrían acaparar cambios de la economía y comunidad con el propósito de superar problemas y retos existentes, junto al uso de los recursos impulsados por el turismo; donde cada uno de los ejes mencionados anteriormente son indicadores fundamentales en el proceso del desarrollo local turístico (Cobeña, 2018).

El sector turístico es importante como parte del desarrollo socioeconómico de cualquier país, por consiguiente, un impulsor del desarrollo local y regional, permitiendo el progreso de una zona o región. Ante dicho proceso, se concentra el proceso de las medidas públicas y el empuje del Estado, donde parte de sus actividades se concentran en brindar servicios básicos y primarios a la sociedad con la finalidad de otorgar mejor calidad de vida. Por otra parte, dicha sistemática acarrea mejores oportunidades de crecimiento y desarrollo, por ejemplo, destinos o actividades turísticas, acaparando mayor interés de turistas hacia nuevas dinámicas, dando paso a mayor diversificación económica, también es importante considerar las modalidades turísticas y que vayan sujetas a las necesidades y requerimientos de los visitantes turísticos (Gambarota & Lorda, 2017).

Importancia de la calidad de servicio en el sector turístico

Actualmente, es relevante brindar servicios que vayan en torno a la calidad constituyéndose como un indicador clave para el desarrollo y crecimiento del sector turístico, dicho eje es fuente fundamental para alcanzar mayor rendimiento económico, además de impulsar constantemente el servicio dentro de la población, todo esto permite una buena calidad en cada una de las áreas, del mismo modo, mayor competitividad con otros lugares en el mundo. Para brindar calidad de servicios turísticos se deben estimar cada uno de los procesos productivos como: el alojamiento, establecimientos de alimentos y bebidas, el comercio, la producción artesanal, el transporte, servicios de recreación, servicios de transporte, administrativos, paquetes turísticos y demás, evidenciándose que, el sector de turismo es uno de los más interactivos dentro de la economía (Acosta, 2017).

El turismo es uno de los ejes que constantemente va en aumento en el ámbito mundial, este modelo agrupa muchos tipos de prácticas y actividades, por ende, es indispensable ahondar en la manera cómo las organizaciones expertas en el sector turístico proporcionan dichos servicios, donde surge la necesidad de acaparar mayores niveles de calidad y de mejorar perennemente en los esquemas ofertados, convirtiéndolos en un principio básico y competitivo de ámbito mundial. Las peticiones de los turistas han ido en constante evolución en los últimos tiempos, debido a las diferentes alternativas que se encuentra en el mercado en cuanto a la oferta y servicio, las herramientas actualizadas para aplicar mejores estándares sobre la calidad y el precio. Culminando, la importancia de considerar las valoraciones y opiniones de los usuarios, incluyendo información del destino a través de la publicidad comercial (Roselló, 2019).

Efectos de la pandemia en el sector turístico

El estado de pandemia en el mundo ha desencadenado diversos conflictos humanitarios, al mismo tiempo que ha paralizado ciertos sectores importantes de la economía de América Latina y el Caribe, por ejemplo, el turismo. La OMT considera que las visitas de turistas extranjeros

en el ámbito global bajaron entre un 58% y un 78% en el año 2020. No obstante, la economía del turismo se posicionó en un 26% del PIB total en el Caribe, a diferencia del 10% representando a Latinoamérica; por otro lado, agrupó cerca del 35% en trabajo para el Caribe y el 10% en América Latina. Sin embargo, varios países han adoptado políticas para disminuir los efectos socioeconómicos del virus en el turismo y capacitar al sector para la recuperación de este, dichas normativas también deben promover el aumento de la diversificación turística, incluyendo a la sostenibilidad social y ambiental (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, [CEPAL], 2020).

El sector turístico en el Ecuador está compuesto mayormente por Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes), de este segmento, cerca del 80% se vio perjudicado por los estragos de la pandemia, desde el campo laboral, económico y productivo, incluyendo a los servicios que brindan actividad turística, guías turísticos, establecimientos de alimentos y bebidas, hotelería y hasta eventos. Ante tales sucesos, el Estado recomendó estructurar la manera de llegar al turista local y después al turista extranjero; como una de las primeras medidas de reactivación aconseja modificar o desarrollar productos y proyectos turísticos para los visitantes mediante políticas sanitarias y económicas sujetas al turismo interno para después enfocarse al turismo internacional, seguido de inculcar competencias y destrezas en los colaboradores, capacitarlos en nuevos métodos indispensables para el desarrollo de las empresas turísticas, esencialmente con prácticas seguras y de sanidad frente a los visitantes o consumidores (Camino, Cuenca, Cunalata, & Orellana, 2021).

Turismo en las Galápagos

Las islas Galápagos son un lugar paradisiaco que le brinda a los viajeros tanto nacionales como extranjeros que puedan disfrutar de playas, extensa vegetación, centros de cuidado animal, volcanes, senderos, paseo en botes, entre otros sitios, todo esto debe ir de la mano del cumplimiento de las normas de bioseguridad caracterizada por el Centro de Operaciones de Emergencias (COE). Además ofrece una amplia gastronomía en cada una de sus islas; en la actualidad, se encuentra la captura controlada de langosta, donde los turistas pueden disfrutar de este marisco de una manera fresca y según sus exigencias (Ministerio de Turismo, 2020b).

La Organización de la Naciones Unidas para Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) proclamó a las islas Galápagos como uno de los primeros destinos turísticos mundial de la Naturaleza y para el año 1985 la declaró Reserva de la Biosfera, dicho lugar cuenta con aproximadamente 8,000 km² que parten desde el Océano Pacífico bordeando a las islas, también es considerada como Reserva Marina cubriendo cerca de 130,000 km². En los años 80 la cantidad de turistas que ingresaban a las Galápagos se situaba en cerca de 18,000, ya entre los años 80 y 90 el sector turístico se situó como el eje impulsador de la economía de las Galápagos posicionándose rápidamente como espacio turístico alcanzando cifras que oscilan alrededor de los 225,000 turistas al año. Finalmente, las islas Galápagos son catalogadas como un laboratorio biodiverso y es uno de los lugares turísticos con más extranjeros del país, el Estado ecuatoriano proclamó Parque Nacional al 97 % de las islas y el 3 % para viviendas de la población y agricultura (Saeteros, Silva, & Calles, 2017).

La isla Isabela es catalogada como una de las islas más grandes de las Galápagos y cuenta con una cadena de volcanes constantemente en actividad que brindan momentos y espectáculos únicos, es conocida como una de las islas favoritas de gran parte de los turistas que visitan a las Galápagos por contar con múltiples paisajes deslumbrantes y diversos, según los gustos y exigencias de propios y extraños. Finalmente, es el lugar menos habitado y más aislado del archi-

piélago proclamándola como un paraíso escondido único para los que deseen una desconexión total del mundo (Invoyager, 2019). A pesar de ello, es una de las islas con menor infraestructura turística, por lo que se busca promocionar más el lugar para que sea visitado más de un día.

Normativas para el Turismo

El Ministerio de Turismo (MINTUR) actualmente goza de 14 reglamentos, con la finalidad de regular ciertas operaciones turísticas como; alojamiento, turismo ambiental, turismo en las Galápagos, guía turístico, las áreas comunitarias, la actividad turística de aventura, el traslado turístico, la señalización, incluyendo una medida específica para la vigilancia de servicios sanitarios. Además, con dichas medidas la institución desea brindar calidad en el turismo, del mismo modo, la respectiva protección de los recursos naturales y culturales, incluyendo la satisfacción, experiencia y seguridad del turista. Finalmente, el reglamento estima como principal propósito la calidad como parte de los pilares a fin de dar un valor agregado en las actividades de servicios turísticos, por ende, es imprescindible aumentar los estándares en el sector turístico para que se convierta en un destino competitivo a escala global (Ministerio de Turismo, 2018).

En resumen, a pesar de que los efectos de la pandemia modificó todo, y diversos países entienden que no se puede luchar antes los nuevos retos con los viejos recursos, el actual Ministerio sustenta dicho reglamento sobre una modalidad más moderna, focalizado principalmente en tres ámbitos como: la sostenibilidad, la accesibilidad y las actuales avances tecnológicos, en torno a la formulación de un turismo con proyección de género, que promueva el desarrollo comunitario, las áreas protegidas, los espacios comunitarios y, por ende, el turismo ambiental (Ministerio de Turismo, 2018).

Metodología

La metodología de la investigación aplicable es de diseño no experimental; es decir, no se realiza manipulación alguna de las variables, ya que las analiza en su entorno natural utilizando la entrevista de promotores y empresarios de la zona turística para la obtención de información, los cuales son tomados en una sola unidad de tiempo utilizando el corte transversal y enfoque cualitativo que prevalece la interpretación datos sin el uso de la estadística bajo la aplicación de un proceso inductivo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Por tanto, se toma como medidor los datos obtenidos de los expertos relacionados al turismo de las Galápagos para la toma de decisiones.

La particularidad metodológica del presente trabajo se fundamenta en la teoría lógica inductiva que describe que para dar conclusiones se debe de obtener un conocimiento expreso de la situación obtenida de los expertos; por tanto, el estudio se fundamenta por la información proporcionada por las entrevistas para establecer la situación actual que permita conocer la problemática para posteriormente proponer estrategias para el desarrollo turístico. La entrevista es considerada como una técnica que ejecuta una conversación directa con un determinado grupo de personas con la finalidad de recabar datos sobre un tema en particular, es importante resaltar que la información debe ser honesta y concisa (Hernández et al., 2014). Basándose en lo descrito se resalta que la herramienta para la toma de información es la entrevista a través de una muestra por conveniencia aplicada a dos promotores turísticos de la Isla Santa Cruz y tres empresarios del sector de la Isla Isabela formando un total de cinco participantes.

Resultados

Según Núñez (2020) las Islas Galápagos han tenido inconvenientes importantes desde el plan cantonal de turismo del 2012 donde obtuvo inconvenientes para el cumplimiento de los indicadores, debido principalmente por la ausencia de metas claras, lo que dio como resultado que el sector turístico de alimentos y bebidas haya tenido un crecimiento moderado a pesar de ser consideradas las islas como potencial de viaje de extranjeros a nivel mundial. Por lo descrito, en el plan 2020 se readecuaron las perspectivas enfocadas a un servicio de calidad y sostenible con regulaciones mejores comunicadas, para que puedan actuar todos los actores de la industria. Este mejoramiento de las perspectivas de lineamiento está dado principalmente por el plan de ordenamiento del servicio de alojamiento y desarrollo turístico impulsado por el Ministerio de Turismo y acomodación de las Islas, entre las que está la Isabela.

El plan tiene como finalidad impulsar el turismo sostenible en las islas más pobladas, lo que dio como resultado que los empresarios que se dedican a la realización de la actividad anteriormente mencionada impulsen la oferta de servicio que sean acogidos por la demanda de los clientes, para lo que es fundamental el cumplimiento de los parámetros descritos entre los que están las inspecciones, verificación de equipamiento, servicios ofertados, mobiliario y que los negocios estén inscritos de manera adecuada. La parte relevante de este plan si se orienta a la Isla Isabela es que el tour diario tendrá un acompañamiento con la finalidad de aplicar las buenas prácticas ambientales recibiendo de forma constante recomendaciones de acciones a seguir para mejorar la calidad y calidez de servicio para que el turista tenga una mejor experiencia al momento de visitar el paraíso natural de las Galápagos (Ministerio de Turismo, 2022). Sin embargo, se puede apreciar que no se soluciona la baja estadia del turista.

Finalmente, los principales atractivos turísticos de la isla que se pueden aprovechar recaen en: la playa de Puerto Villamil, constituida aproximadamente por 2 kilómetros donde se puede practicar natación, snorkeling o surf, seguido del islote las Tintoreras, cuyo hábitat está rodeado de diversos tiburones de punta blanca y tortugas marinas. A su vez, se encuentra la playa del Amor, mirador el Mango, Túnel del Estero y el Centro de Tortugas Gigantes 'Arnaldo Tupiza'. Dentro de los atractivos de fauna habita el pingüino de Galápagos, la iguana rosada, los flamings y las iguanas marinas más grandes. De esta manera, la isla Isabela es sorprendente y fantástica; en este punto turístico el accionar humano y el paisaje de la naturaleza están en completo equilibrio (Ministerio de Turismo, 2020a).

Resultados generales de la entrevista

A continuación, se presentan los resultados generales de la entrevista, misma que fue aplicada a un total de cinco participantes, entre ellos dos promotores turísticos de la Isla Santa Cruz y tres empresarios del sector de la Isla Isabela, cuyas opiniones se proyectan de forma globalizada.

1. ¿Qué factores han convertido al Ecuador en uno de los mejores destinos turísticos a nivel mundial?

Según los entrevistados, los factores que han impulsado al país como uno de los mejores destinos turísticos implican la gran diversidad de paisajes que posee Ecuador, lo que lo convierte en un destino turístico atractivo. Además, de contar con una buena infraestructura turística, una amplia oferta de servicios, diversidad étnica y cultural, diferentes tradiciones en conjunto con múltiples atractivos turísticos que son seguros y accesibles para los turistas de todo el mundo.

2. ¿Qué aporte genera el sector turístico en el desarrollo y crecimiento económico del Ecuador?

Los entrevistados manifestaron que el sector turístico ha generado un aporte significativo al desarrollo y crecimiento económico del Ecuador, dado que, el turismo ha sido uno de los sectores que más rápido ha crecido en los últimos años, transformándose en un factor de gran potencial para generar empleo y contribuir con el crecimiento nacional. A esto, se atribuye la importancia del sector en la creación de productos complementarios e integradores que enriquecen la oferta turística, favoreciendo la obtención de ganancias que benefician tanto al turismo como al país.

3. En relación con el objeto de estudio ¿Cuáles han sido las causas que han afectado el turismo en la isla Isabela-Galápagos?

Los entrevistados indicaron que, el turismo en la isla Isabela-Galápagos ha sido afectado por la escasez de turistas y su permanencia en el lugar a través de los tours diarios que se desarrollan. Según estimaciones estadísticas aportadas por los entrevistados, solo el 2,5% de todos los turistas que visitan Galápagos lo hacen en la isla Isabela. Otra de las causas que ha contribuido en el descenso del turismo de la isla implica la presencia de la pandemia, factor que ha contribuido en la reducción de la demanda de viajes hacia Galápagos y sus islas, el cierre de aeropuertos y puertos durante la primera ola de la Covid-19, incremento de los costos de viaje, alojamiento u otros servicios necesarios dentro del área. Adicional, se integra la reducción de la calidad general de los servicios turísticos en la isla, lo cual ha fomentado cambios en la percepción de este destino por parte de los turistas.

4. ¿Qué efectos ha generado la baja de turistas en los sectores gastronómicos, hoteleros y comerciales de la isla Isabela-Galápagos?

El sector gastronómico, hotelero y comercial de la isla Isabela-Galápagos se ha visto afectado de forma significativa por la baja de turistas. La reducción en el número de visitantes ha generado una caída en las ventas, lo que ha impactado en la reducción de los ingresos de estos sectores. Además, se ha producido un aumento en el número de despidos, donde los entrevistados determinaron una estimación porcentual de 65% y una disminución en la contratación de personal en actividades relacionadas con los hoteles, alimentación y comercio turístico, además de la baja de personas encargadas en el desarrollo de los tours navegables y guías turísticos. Cabe destacar que, este panorama derivó de la baja de turistas en la isla, donde los entrevistados manifestaron que el porcentaje de reducción ha sido del 39.1% entre el 2019 al 2021. Dentro de este marco, se identificó que en el 2019 se registraron alrededor de 92 mil visitantes en la isla Isabela, en el 2020 cerca de los 36 mil y en el 2021 aproximadamente 56 mil turistas, siendo el circuito muro, las minas de azufre, el centro de crianza Arnaldo Tupiza y el Volcán Sierra Negra los sitios cercanos más visitados de lugar (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2019).

5. ¿Cómo ha evolucionado el turismo en la isla Isabela-Galápagos en los últimos cinco años?

Conforme lo establecido por los entrevistados, se determinó que en los últimos cinco años el turismo en la isla Isabela-Galápagos experimentó un crecimiento significativo, abarcando una mayor popularidad entre los turistas que visitaban constantemente el lugar para el desarrollo de diversas actividades como el camping, kayak, deportes acuáticos y los múltiples atractivos principales de la isla que captaban la atención de los turistas. Los factores que han impulsado el crecimiento del turismo de la isla implican la significativa promoción del lugar en el marco nacional e internacional mediante el desarrollo de campañas digitales. Adicional, los entrevistados indicaron la difusión de la impresionante biodiversidad de la isla, la oferta de una variedad

de atractivos turísticos, la forma de transmitir experiencias únicas durante la visita del lugar, la innovación turística en conjunto con la diversidad de la infraestructura turística y gastronómica disponible en la isla. Sin embargo, a partir de la pandemia, el turismo en esta isla se redujo significativamente, con una estimación del 60.9% entre el 2019 y 2020 por las restricciones aplicadas en el marco nacional e internacional, afectando principalmente la economía del lugar, dado su dependencia total del turismo, integrando además la baja de turistas y su limitada estancia, factor que proyecta una tendencia creciente continua.

6. ¿Qué desventajas presenta la isla Isabela-Galápagos para potenciar su desarrollo turístico?

Dentro de las desventajas consideradas por los entrevistados, se destacaron aspectos como el hecho de que la isla se encuentra lejos de la costa continental, por lo que el transporte hasta allí es costoso y poco eficiente; además, no hay vuelos directos a la isla. Cabe destacar que, la lejanía de la isla dificulta su acceso hacia los turistas, quienes terminan por visitar otras zonas a pesar de los múltiples atractivos turísticos que se dispone en Isabela. Por otro lado, muchos no están capacitados para el servicio turístico, no se ofrece un servicio de calidad total en las actividades hoteleras, gastronómicas y comerciales afectando las expectativas de los turistas, quienes posteriormente excluyen este destino para ser visitado nuevamente. Adicional, hay un gran problema en que la mayoría no domina el idioma inglés; cabe mencionar que, gran parte de los turistas que visitan las islas son extranjeros, aproximadamente el 40%, por ende, en la mayoría de casos resulta difícil establecer un relación comunicacional efectiva con los mismos, lo que contribuye en la percepción de un servicio deficiente. Por otro lado, los entrevistados destacaron la prevalencia de un turismo barato abordado en gran parte por los mochileros, quienes generalmente no demuestran un interés por la conservación de la isla, lo que puede conducir a la erosión de las costumbres y valores tradicionales del lugar. Adicional, se integra el hecho de un cambio promocional de la isla en los últimos años, logrando impregnarse en ciertos turistas como un área de playa y diversión en lugar de visualizarse como un centro especializado de la naturaleza y su desarrollo, conduciendo a la generación de un impacto social y ambiental.

7. ¿Cuál sería la importancia de la calidad de servicio aplicada en el sector turístico de la isla Isabela-Galápagos?

De acuerdo con los entrevistados, la importancia de la calidad de servicio aplicada en el sector turístico de la isla Isabela-Galápagos radica en que se pueden generar empleos y mejorar la economía de la zona. Además, se pueden ofrecer mejores servicios a los turistas y fomentar potencialmente el turismo de la isla a través de sus diferentes atractivos, logrando impulsar una imagen positiva del destino turístico y por ende, visualizar un incremento de las visitas turísticas. Para los entrevistados, la calidad de servicio es un factor clave en el éxito de cualquier empresa, y más aún en el sector turístico, donde el cliente debe sentirse como un rey a través de las experiencias vividas, por ende, un servicio de calidad implica una mayor satisfacción para el cliente en razón de sus necesidades, lo que se traduce en una mayor fidelidad y, por tanto, en un incremento del turismo, comercialización y ventas en la isla.

8. ¿Qué estrategias enfocadas en la oferta turística considera que deberían aplicarse para la isla Isabela-Galápagos?

Con respecto a las estrategias consideradas por los entrevistados, se enfatizó la importancia de capacitar al personal de servicios turísticos en la zona para mejorar la atención al cliente, fomentar el turismo responsable en la isla Isabela-Galápagos mediante campañas de sensibilización, promover el intercambio de experiencias entre prestadores de servicios turísticos de la zona y

ofrecer incentivos para lograr captar una mayor estada de los turistas en la zona. Por otro lado, destacan la importancia de buscar nuevos horizontes del turismo y diversificarlo en la isla, con la finalidad de potencializar la oferta turística del lugar y abordar un enfoque que contribuya en la satisfacción total de las necesidades de los turistas, a esto también se integra la importancia de mejorar la comunicación entre las personas que ejercen un contacto directo con los visitantes, con el propósito de crear un ambiente de mayor confianza durante la entrega de la atención y servicios respectivos.

Estrategias de mejora en la oferta turística de la isla Isabela-Galápagos

A continuación, se determinan las principales estrategias que pueden aplicarse en la oferta turística de la isla Isabela-Galápagos para mejorar la estada de los turistas.

1. Capacitar al personal de servicios turísticos en la zona para mejorar la atención al cliente: Esta estrategia busca mejorar la calidad de servicio ofrecido en el tour-diario en Isabela, Galápagos, a través de la capacitación del personal de servicios turísticos. La capacitación incluirá temas como la atención al cliente, la organización de tours y la promoción del destino. El objetivo es que el personal esté mejor informado sobre las características del destino, brinde una atención especializada y pueda ofrecer un servicio de calidad a los visitantes.

2. Promover el intercambio de experiencias entre prestadores de servicios turísticos de la zona: Esta estrategia busca fomentar el intercambio de experiencias entre prestadores de servicios turísticos de la zona. Esto permitirá que los prestadores puedan aprender de las mejores prácticas y mejorar así la calidad de sus servicios. Además, el intercambio de experiencias contribuirá a estrechar los vínculos entre los prestadores y a fomentar la colaboración entre ellos.

3. Fomentar el turismo responsable en la isla Isabela, Galápagos, mediante campañas de sensibilización: Esta estrategia busca fomentar el turismo responsable en la isla mediante campañas de sensibilización centradas en el respeto al medio ambiente y la cultura local, ya que dentro de esta no existe una buena coordinación, evidenciada en la falta de un programa que muestre los atractivos turísticos de la isla, entre otros. Por ende, importante generar una imagen positiva de la isla, destacando sus atractivos naturales, sus tradiciones y su gastronomía, además de promover la importancia que tiene el turismo en la zona y su gran dependencia en el desarrollo económico local.

4. Incentivos para la captación de una mayor estada de los turistas en la isla: En este punto, las falencias evidenciadas se centran en la falta de actividades coordinadas como el transporte deficiente y costoso, obstaculizando el acceso de los turistas y desinterés por parte de estos, seguido de la falta de capacitación a los promotores para que oferten servicios de calidad. Ante tales aspectos, se desarrollan las siguientes alternativas como forma de apoyo como el proporcionar actividades y tours complementarios para aquellos turistas que se quedan por un período de tiempo más largo; dar descuentos en comidas y bebidas en restaurantes y bares locales según las disposiciones de los mismos; ofrecer tarifas con descuento en hoteles y otros alojamientos para los turistas que extiendan su estancia; brindar tarifas especiales en alquiler de autos para los turistas recurrentes dentro de la isla y ofrecer un recorrido con descuentos por los pueblos locales, volcanes de la isla u otros atractivos para los turistas que se quedan por un período de tiempo extenso.

5. Fomentar programas de inglés para los trabajadores de los sectores hoteleros, gastronómicos y comerciales de la isla: Esta acción busca mejorar el nivel de inglés de los trabaja-

dores que laboran en estos sectores y mantienen una relación directa con el turista extranjero durante la entrega del servicio, dado el poco dominio de idiomas sobre todo de inglés. Para llevar a cabo esto, es fundamental que las autoridades correspondientes realicen voluntariados en los cuales se demande la participación de aquellas personas bilingües además de maestros experimentados que contribuyan en el mejoramiento del inglés hablado de las personas, lo cual no solo beneficiará a los turistas debido que se proyecta un ambiente de mayor confianza durante la oferta del servicio sino también a los habitantes del lugar.

6. Cambiar el enfoque promocional del turismo en la isla: Esta acción se centra en gestionar un cambio cultural de la imagen que se ha proyectado en la isla, pasando de ser un lugar de encanto e interés a un área destinado únicamente a la playa y el sol. En consecuencia, se enfatiza la importancia de hacer un turismo sostenible y promotor de la biodiversidad que existe en el lugar, difundir el conocimiento de su creación, tradiciones, valores, entre otros aspectos que idealicen la atención del lugar en el turista. De igual forma, se puede fomentar el turismo de salud, el cual se centra en contribuir con la salud física, espiritual y mental de los turistas dentro de la isla.

Conclusiones

De acuerdo con las bases teóricas sobre el desarrollo turístico, este es considerado como un proceso dinámico orientado a la atracción de turistas que se da en ciertas zonas o lugares, y que abarca mejoras en la condición de vida de la ciudadanía. Por otro lado, la calidad de servicio se centra en la satisfacción de las necesidades y deseos de los usuarios, constituyéndose como un patrón clave para el desarrollo y crecimiento del sector turístico. Todo esto, es fundamental para adquirir mayor rendimiento económico, impulso constante de las actividades y mayor competitividad con otros lugares en el mundo. En cuanto, a los factores que afectan el turismo de la isla Isabela-Galápagos se evidencian la falta de coordinación de los agentes reguladores ante programas que promuevan buenas promociones con libre acceso a la zona y a precios racionales.

Respecto a la evolución del turismo en las islas Galápagos es evidente su crecimiento en los años 80, donde ingresaba una gran cantidad de turistas a las Galápagos representando cerca de 18,000 visitantes. No obstante, en los periodos de los años 80 y 90 el sector turístico se ubicó como un centro impulsor de la economía situándose rápidamente como espacio turístico, cuyas cifras estuvieron alrededor de los 225,000 turistas al año. Por otro lado, las islas son catalogadas como un ambiente biodiverso y es uno de los atractivos con más extranjeros del país. En cuanto, a las desventajas que muestra Isabela para el desarrollo turístico se evidencia el acceso dificultoso, la falta comunicacional de idiomas, la poca capacitación de los promotores y los altos costos de los pasajes para los turistas. Por ende, desencadena desinterés en las personas que deseen visitar la zona, a pesar de que se destaque por sus diversos paisajes únicos e irrepetibles en otras islas.

Referente a las estrategias enfocadas en la oferta turística de la isla Isabela-Galápagos se enfatiza en capacitar al personal de servicios turísticos en la zona para mejorar la atención al cliente, promover el intercambio de experiencias entre prestadores de servicios turísticos de la zona. Adicional, el fomentar el turismo responsable en la isla Isabela, Galápagos, mediante campañas de sensibilización, dar incentivos para la captación de una mayor estadia de los turistas en la isla, promover programas de inglés para los trabajadores de los sectores hoteleros, gastronómicos y comerciales de la isla y cambiar el enfoque promocional del turismo en la isla. Todo esto, con la finalidad de fortalecer el desarrollo turístico y económico de la zona y, a su vez, que sea beneficioso para la comunidad del sector y visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Bibliografía

- Acosta, J. (2017). Importancia de la excelencia en el servicio al cliente para el sector. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/09/excelencia-servicio-cliente.html>
- Benavides, S. (2020). El aporte del turismo a la economía costarricense: Más de una década después. *Economía y Sociedad*, 25(57), 1-29. <https://doi.org/10.15359/ey.s.25-57.1>
- Bernal, C., Cáceres, J., Nieto, C., Andrade, D., & Mancheno, A. (2019). Propuesta de un plan de desarrollo turístico para la región geográfica del cantón Quero. *Dominio de las Ciencias*, 5(1), 263-289.
- Camino, S., Cuenca, G., Cunalata, C., & Orellana, Z. (2021). Estudio sectorial: Efectos del covid-19 en el sector turismo. Recuperado de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/Sector-Turismo-03-08-2021.pdf>
- Chávez, N., Fernández, A., & Gómez, G. (2017). Current and projected developments of the international tourism in Ecuador. *Revista UNIANDES Episteme*, 4(3), 276-287.
- Cobeña, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. RE-CUS. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*. ISSN 2528-8075, 3(1), 44-49. <https://doi.org/10.33936/recus.v3i1.1284>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020, julio 20). El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19 [Text]. Recuperado 15 de diciembre de 2021, de <https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-mas-afectados-america-latina-caribe-causa-covid-19>
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). Tourism as a strategy for local development. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.
- García, M., Sánchez, A., & Chico, J. (2017). Tourism theory: The crisis recovery and luxury tourism, a first empirical approach in the spanish regions. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, (38), 47-66.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF: McGraw-Hill Education.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., & Hamid, A. B. A. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58. Recuperado de <https://asianjournal.org/online/index.php/ajms/article/view/213>
- Invoyager. (2019, febrero 28). 12 Lugares Turísticos de Galápagos. Recuperado 16 de diciembre de 2021, de Invoyager website: <https://invoyager.com/ecuador/lugares-turisticos-en-galapagos/>
- Jaipuria, S., Parida, R., & Ray, P. (2021). The impact of COVID-19 on tourism sector in India. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 245-260. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1846971>
- Jin, X. (Cathy), Qu, M., & Bao, J. (2019). Impact of crisis events on Chinese outbound tourist flow: A framework for post-events growth. *Tourism Management*, 74, 334-344. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.011>
- Liu, P., Zhang, H., Zhang, J., Sun, Y., & Qiu, M. (2019). Spatial-temporal response patterns of tourist

- flow under impulse pre-trip information search: From online to arrival. *Tourism Management*, 73, 105-114. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.021>
- Martins, L. F., Gan, Y., & Ferreira-Lopes, A. (2017). An empirical analysis of the influence of macro-economic determinants on World tourism demand. *Tourism Management*, 61, 248-260. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.008>
- Ministerio de Turismo. (2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas reconoce siete categorías. Recuperado 15 de diciembre de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/reglamento-turistico-de-alimentos-y-bebidas-reconoce-siete-categorias/>
- Ministerio de Turismo. (2020a). Isabela, isla de encantos turísticos y especies únicas en el mundo. Recuperado 17 de marzo de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/isabela-isla-de-encantos-turisticos-y-especies-unicas-en-el-mundo/>
- Ministerio de Turismo. (2020b). Las islas Galápagos reabren sus puertas al turismo y te invitan a vivir nuevas experiencias. Recuperado 14 de diciembre de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/las-islas-galapagos-reabren-sus-puertas-al-turismo-y-te-invitan-a-vivir-nuevas-experiencias/>
- Ministerio de Turismo. (2022). Avanza el plan de ordenamiento del servicio de alojamiento en Galápagos – Ministerio de Turismo. Recuperado 21 de enero de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/avanza-el-plan-de-ordenamiento-del-servicio-de-alojamiento-en-galapagos/>
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2019). 92074 visitantes recibió la Isla Isabela durante el 2019. Recuperado de <https://www.ambiente.gob.ec/noticias/92-074-visitantes-recibio-la-isla-de-isabela-durante-el-2019/>
- Nuñez, D. (2020). Plan estratégico cantonal de turismo del cantón San Cristóbal 2020—2024.
- Orellana, J., & Lalvay, T. (2018). Use and importance of the natural resources and their impact on tourism development. Case of Chilla Canton, El Oro, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 65-79. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100065>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). El turismo internacional sigue adelantando a la economía global. Recuperado 14 de diciembre de 2021, de <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>
- Roselló, M. (2019). Calidad en el sector turístico: Marco normativo y planificación. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 299-312.
- Saeteros, A., Silva, E., & Calles, V. (2017). Análisis de la Demanda del Turismo para la Gestión Sustentable del Destino en las Islas Galápagos-Ecuador. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, 7(1), 78-88. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2017.v7.3158>
- Sánchez, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: Cuando los turistas internacionales son vectores de transmisión. *Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder*, 11(Especial), 105-114. <https://doi.org/10.5209/geop.69249>
- Santamaría, E., & López, S. (2019). The social benefit of tourism activity Case Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417-434.
- Yeh, S.-S. (2021). Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 188-194. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1805933>
- Zambrano, W., & Angulo, J. (2018). La calidad en el sector servicios: El reto para la competitividad

turística del Ecuador, experiencias de su aplicación. INNOVA Research Journal, 3(2.1), 129-138. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n2.1.2018.694>

Zeng, B., & He, Y. (2019). Factors influencing Chinese tourist flow in Japan – a grounded theory approach. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 24(1), 56-69. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1541185>

Anexos

Anexo A. Formato de entrevista

¿Qué factores han convertido al Ecuador en uno de los mejores destinos turísticos a nivel mundial?

¿Qué aporte genera el sector turístico en el desarrollo y crecimiento económico del Ecuador?

En relación con el objeto de estudio ¿Cuáles han sido las causas que han afectado el turismo en la isla Isabela-Galápagos?

¿Qué efectos ha generado la baja de turistas en los sectores gastronómicos, hoteleros y comerciales de la isla Isabela-Galápagos?

¿Cómo ha evolucionado el turismo en la isla Isabela-Galápagos en los últimos cinco años?

¿Qué desventajas presenta la isla Isabela-Galápagos para potenciar su desarrollo turístico?

¿Cuál sería la importancia de la calidad de servicio aplicada en el sector turístico de la isla Isabela-Galápagos?

¿Qué estrategias enfocadas en la oferta turística considera que deberían aplicarse para la isla Isabela-Galápagos?

Análisis comparativo y propuesta de mejora sobre servicios de contenidos de video bajo demanda en empresas Napotv, Pastazatv y Cocavisión

David Elías Mayorga Velásquez / telectromatico@outlook.com

Jorge Véliz / coordinadortecnologias@uteg.edu.ec

Resumen

La crisis sanitaria de la pandemia en las empresas de tecnologías proveedoras de accesos a internet provocó una curva creciente de su servicio acelerada y desmesurada, fue el sector que más rentabilidad presentó aparte de la medicina, en estos dos últimos años. Esto en el mercado saturado de ofertas similares y poca diversificación en su servicio estrella que es el acceso a internet.

Para lo cual se plantea generar un análisis comparativo y de mejora al nuevo servicio que se ha insertado Napotv, Pastazatv y Cocavisión al mercado como es contenidos de videos bajo demanda que va a dar un plus al portafolio de servicios de estas empresas que también son cableoperadoras de televisión por suscripción. Entre las comparativas esta la legislación, el impacto en el mercado y el despliegue operativo tecnológico.

Y en las mejoras se pondrán en palestra la parte legal y económica de implementación.

Palabras clave: Servicios, Contenidos, Streaming, IPTV, SVOD, Cable Operadores, ISP

Introducción

El consumo de contenidos audiovisuales es un hábito que viene ya desde varias décadas atrás, la cual dio sus primeros impactos de consumo con la realización de la creación de la TV análoga y sin color.

Ahora con la explotación del acceso a internet se ha dado la pauta para llevar la TV y la Radio a través de corrientes de conexiones en la red llamadas "Streaming", esto pudo dar lugar a explotar un negocio que dio su auge en la década pasada y que ahora exponencialmente ha crecido y es parte del consumo diario de los hogares en el mundo.

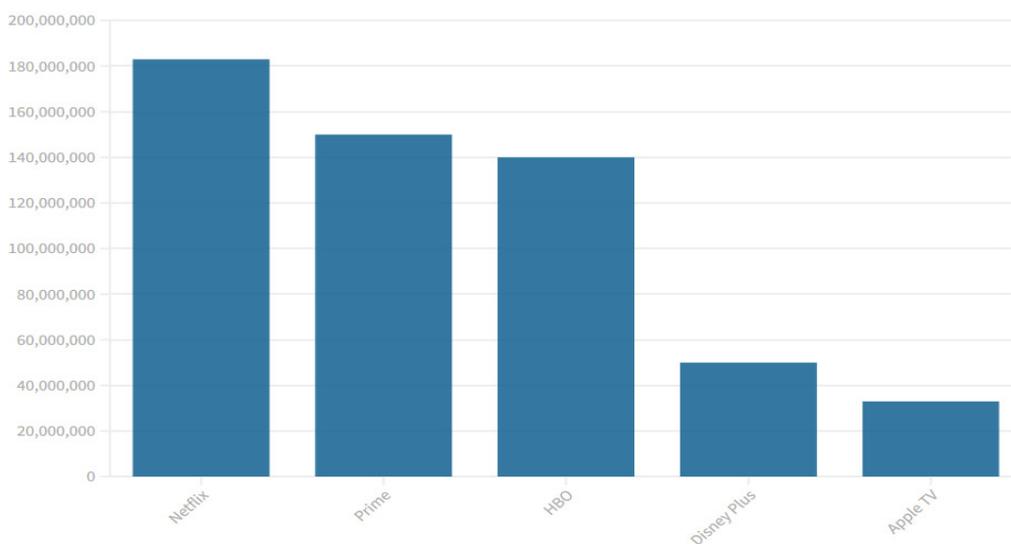
El servicio de contenidos bajo demanda "SVOD", tuvo un impacto en negocios tradicionales y de gran aceptación como lo realizaba la cadena Blockbuster que se dedicaba al alquiler por suscripción de películas VHS-DVD, etc. Con grandes cadenas a nivel mundial y que no pudo innovar en su método de entrega de servicio, la cual llegó a dejar en banca rota la empresa.

Actualmente existe una amplia oferta de empresas que se dedican a dar servicios de video bajo demanda, además de que este tipo de servicio que en sus inicios fue solo de videos bajo demanda, se ha evolucionado en diferentes alternativas de la entrega de estos contenidos, ya que no solo es información almacenada y que solo se dinamiza al solicitarla dentro de una aplicación, ahora muchas plataforma web de diferentes empresas la usan de manera diversificada como es el caso de YouTube, Facebook live, Twitch, entre otras.

Figura 1. Datos de diferentes empresas de VoD

Suscriptores por plataforma de streaming

Cinco plataformas encabezan el mercado de la nueva televisión



Fuente: Datos extraídos de los últimos reportes de audiencias del 2020 de cada compañía

Existe un ganador por el momento en este grande y jugoso negocio y es "Netflix" la cual ya tiene en su poder aproximadamente 180 millones de suscriptores.

Con tecnologías como las aplicaciones Web Progresivas (PWA), que son plataformas web que administra tecnologías de corrientes de audio y video con bajo costo de implementación.

Nos permite poder crear interacción, dinamismo y absoluta conexión renovada y fresca con los clientes de una empresa proveedora de servicios de accesos a internet (SAI).

Donde tendrá la posibilidad el cliente de tener contenidos alojados dentro de una granja de servidores, como son música, audiolibro, películas, series, tv en vivo, libros de lectura, juegos, etc. En una sola plataforma y/o Apps.

Te permita elegir y solicitar aquel contenido que gustaría ver en tiempo libre o de recreación, por medio de redes de difusión con los clientes. (Sam Richard, 2020).

No adentramos en los casos de estas tres empresas que aparte de dar servicios de accesos a

internet, también son cableoperadora de televisión, y las cuales se han visto evolucionar en sus servicios y al tener la facilidad de la red desplegadas hasta los clientes finales han optado por implementar servicios de contenidos bajo demanda sobre esta misma red.

¿Ecuador y su legislación está preparada para empresas con este tipo de actividades las cuales están desplegando en sus redes estos servicios?

¿Realmente estas empresas están preparadas económico y técnico para competir con grandes del sector de este tipo de servicios?

Objetivo General

Desarrollar un análisis comparativo de la oferta de servicios de contenidos de video bajo demanda de las empresas NapoTV, PastazaTV y Cocavisión con el fin de aplicar mejoras sustanciales en lo legal, económico y técnico.

Objetivo Específicos

- Analizar la legislación vigente en torno a los derechos de contenidos audiovisuales y sus implicaciones del servicio del consumo de contenidos audiovisuales bajo demanda en Ecuador.
- Identificar la influencia de aplicar los servicios de contenidos bajo demanda en las empresas Cable Operadoras y Proveedores de accesos a Internet ISP.
- Identificar las diferentes tecnologías que implican al Servicios de contenidos bajo demanda SVoD.
- Realizar un análisis económico y técnico para la puesta en marcha de la tecnología de Streaming PWA y OTT/VoD en una propuesta de servicio tecnológico disruptivo.

Materiales y métodos

Esta investigación se enmarca en un nivel comprensivo con alcance proyectivo, ya que se genera una propuesta de mejora para la prestación de servicios de tv a través de IP y de videos bajo demanda. De igual manera, presenta un diseño de fuente documental, transeccional contemporáneo y univertual.

Como técnica de recolección de los datos, se utilizó la entrevista, encuesta y la revisión documental. Los instrumentos de recolección fueron la guía de entrevista, las encuestas y las matrices de registro.

Para el análisis de la legislación vigente en el Ecuador se realizó una entrevista a dos especialistas del derecho para determinar las leyes que aplican en este sector. De igual manera, se realizó la revisión de fuentes documentales para la tipificación de la tecnología PWA y OTT/VoD a utilizar en estos modelos de servicios.

Para la elaboración de la comparativa y propuesta de mejoras, se utilizaron 3 empresas del sector tecnológico, ubicadas en diferentes regiones del Oriente Ecuatoriano. En primer lugar, se realizó el levantamiento de información de factibilidad de la puesta en marcha del sistema, y luego se realizó un análisis técnico, operativo y económico.

Fundamentos legales

Ecuador se rige bajo agencias y secretarías regulatorias, las cuales tiene como objetivo ser lo veedores y controladores del mercado de las telecomunicaciones y su adyacentes de las cuales tienen injerencia alguna como los derechos de propiedad intelectual como lo son las Arcotel, Mintel y Senadi.

1. Ley de telecomunicaciones

Dentro de la ley de telecomunicaciones en el TÍTULO XIII RÉGIMEN SANCIONATORIO CAPÍTULO I Infracciones nos indica:

Artículo 119.- Infracciones de Tercera Clase.

b. Son infracciones de tercera clase aplicables a poseedores de títulos habilitantes comprendidos en el ámbito de la presente Ley, las siguientes: 1. Cobrar tarifas por encima de los topes tarifarios aprobados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones. (Telecomunicaciones, 2016)

Este artículo se refiere a tarifas de servicios preestablecidos y consensuados dentro de los títulos habilitantes y de reportes a los sistemas de control que exige la Agencia de regulación y control (Arcotel).

En la publicación del portal de tramites ciudadanos en su página web oficial del 13 de agosto del 2021, se les indica a los cables operadores con títulos habilitantes para la explotación de servicios de paga de tv por cable lo siguiente:

"Notificación de incremento o decremento del número de canales de servicios de valor agregado (PPV, VoD, etc.) para un Sistema de Audio y Video por suscripción" (Ecuador, 2021)

Ambas reseñas mencionadas no develan que no existe una regulación a fin sobre los servicios dentro de la explotación de las telecomunicaciones de contenidos bajo demanda, y si bien se ha tratado en breves rasgos el tema, se lo menciono en una publicación que indica estrictamente para tv sobre IP (internet) para los cables operadores que estén intentando dar tv mediante esta modalidad, más no para la amplia gama de contenidos que existe dentro de los servicios de contenidos bajo demanda.

1.2 Títulos habilitantes para la explotación de servicios de telecomunicaciones SAI y CATV

Hemos realizado entrevistas a dos expertos en temas de regulaciones de las telecomunicaciones en Ecuador, la cual es mixta sus experiencias, ya que el hablamos con un ingeniero técnico y con un abogado con muchos años de experticias los dos. (Anexo 1)

Revisando el consolidado del documento que se otorga de títulos habilitantes tanto para SAI o para Cable operadores, no se encuentra registro alguno que mencione algún tipo regulación frente a los servicios de video bajo demanda, más bien esto se lo trata por norma técnicas o resoluciones que tienen ya su años de existencia, y que se enfoca estrictamente en el servicio de Streaming como contenido multimedia (RESOLUCIÓN-15-16-ARCOTEL-2019-Otorgamiento-TitulosHabilitantes), y que el TV IP es un servicio más de Audio y Video por suscripción (norma técnica 178-RTV-08-CONATEL-2013), que necesariamente no es implícito a que hablen directamente a servicio de video bajo demanda. (ARCOTEL, 2019)

Así como también cabe recalcar que no existe ninguna prohibitiva de que estas empresas SAI y Cable Operadoras puedan prestar el servicio de Video Bajo demanda en las redes internas de sus empresas.

1.3 Senadi (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales)

La normativa de derechos de autor para registro de las obras que corresponda, la Arcotel no tiene injerencia en la propiedad intelectual.

Pero si tiene participación en regular los derechos de propiedad intelectual e industrial, para ello ha creado convenios con entes reguladores de las telecomunicaciones en el país, con fuerzas a realizar prohibitivas y bloqueos de IPTV piratas, como Magistv, MegaPlay, LikeTv, entre otros, y esto se aplica mediante resolución comunicada a todos los ISP que manejan redes de accesos a internet como servicios masivos a realizar estos procesos. (SENADI, 2019) (Anexo 2)

Influencia del mercado

Actualmente el mercado de la suscripción paga por ver tv "análogo" o mediante cable tiene un decrecimiento paulatino desde el 2016 en el Ecuador, lo mencionan en publicaciones como Primicias.ec en la cual indicaron que este servicio de contenido audiovisual tuvo un despunte hasta el 2015 hasta del 300% de penetración de mercado, que desde allí ha venido teniendo bajas palatinas considerables y que esto se debe a la introducción del mercado de los servicios Streaming de contenidos bajo demanda como lo hace empresa como Netflix en video bajo demanda y Directv Go para tv bajo IP.

Y tal como lo mencionan en esta publicación:

"La televisión paga es su propia enemiga, por el elevado costo de su servicio". Tomás Gennari, experto argentino y CEO de Business Bureau. (Primicias.ec, 2019)

Figura 2. Encuesta de Primicias (Diario Primicias, 2019)



2. Influencia de mercado por los servicios SVoD para las empresas ISP y Cable Operadores de tv

Si mencionamos en los informes realizados a las tres empresas por parte de administradores a los socios y dueños de estas, donde develen de decrecimientos o suspensiones de hasta un 40% de clientes de la base de datos que se mantiene. (Anexos 3,4,5).

Tabla 1. Suspensiones anuales de empresas de TV de paga por suscripción

Empresa	Año	Suspensiones mensual	Contratos suspendidos anual
NAPOTV	2019	4	48
	2020	50	600
	2021	60	720
COCAVISIÓN	2109	10	120
	2020	40	480
	2021	80	960
PASTAZA TV	2020	45	540
	2021	90	1080

Fuente: NapoTV (2022), PASTAZA TV (2022), COCAVISION (2022). Elaboración propia.

La cual se ve reflejada en facturación en números rojos, y que impulsa a tomar decisiones muy urgentes frente a esta situación, al final es un tema que todas las empresas que prestas este servicio se han visto en experimentar.

Se trata de innovar o morir, migrar tecnologías o mantener un agonizante servicio costos de mantener y cada vez que pasa el tiempo se empeora mantenerlo con calidad la señal por el deterioro del equipamiento.

3. Inserción al mercado de IPTV y VoD

Tras la creciente ola de consumo de servicios de IPTV "pirata" como MagisTV, esta tendencia a la baja de cancelaciones de servicios en TV, surgió que al contrario este porcentaje se fue a estas empresas que comenzaron a ofertar a bajo costos y con varios usuarios en dispositivos de clientes, laptops, celulares, TV box, etc.

Por un lado, ofertas muy desfasadas en cantidad de canales y contenidos que ofrece empresas como MagisTV con 300 canales y con más de dos mil series y películas a un costo de \$9 dólares (Figura 2).

También servicios de video bajo demanda como Netflix que tuvo ese repunto abismal en pandemia y que aún se mantienen como líderes en consumo audiovisual.

Incitaron a los dueños de la empresa a invertir en tecnologías de IPTV y video bajo demanda

Figura 3. Publicidad invasiva de servicios de televisión

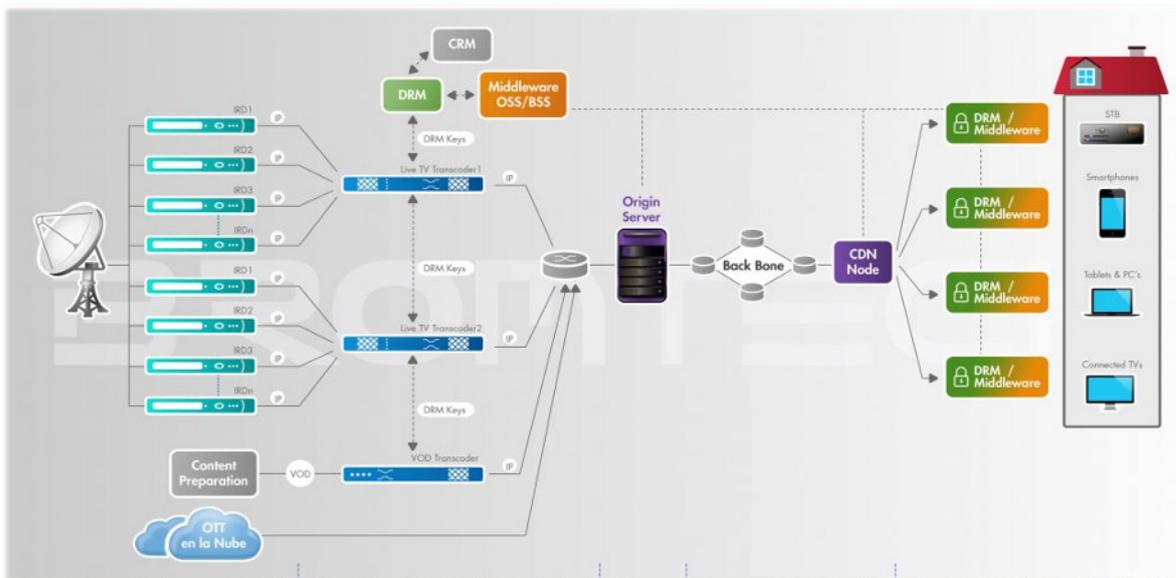


De Tecnologías

Cuando hablamos de la tecnología que está detrás de los servicios de contenidos bajo demanda, salen a resaltar tecnologías que permiten en las cuales, ya existe un desarrollo de software e integración de equipamiento tanto de tv como de redes informáticas, sin desmerecer todas las que puedan existir en el mercado hablaremos de Aplicaciones Web Progresivas y de OTT como servicios.

1. OTT

Figura 4. Solución Multipantalla OTT (networkbroadcast)



Realizando una breve repasada de cómo funcionan las tecnologías en la TVIP y estas evolucionan a lo que hoy llamamos OTT.

Para ello hablaremos los estándares de codificación y protocolos de transmisión que son pilares

de un servicio de OTT TV. Luego modularmente como se estructura toda la plataforma OTT.

Codificación

La transformación del audio y video tiene sus distintas etapas en las cuales mediante técnicas algorítmicas comprime audio y video para el transporte IP, mediante colocación en tránsito de muchas imágenes y audio progresivo para la mejora del uso de ancho de banda si perder calidad.

Existen Actualmente dos estándares muy bien desplegados en la plataforma de OTT, las cuales son H.264/MPEG-4 AVC y H.265/HEVC.

Entre las características de estos estándares está la de reducir un archivo digital hasta en un 80% sin perder calidad esto se transforma en menos consumo de ancho de banda.

Robusta implementación frente a errores, ya que tolera los errores a través de redes de internet, se recupera la carga y se puede mantener el contenido.

Capacidades de baja latencia y mejora calidad para latencias mayores descodificación de coincidencia exacta que define cuantos cálculos numéricos debe realizar un codificador y decodificador para evitar que se acumulen errores.

Figura 5. Predicción de Intrafotograma (Manuel Beltrán - Pablo Fernández, 2017)



Figura 6. Logo H.265 HEVC (Manuel Beltrán - Pablo Fernández, 2017)



H.265 HEVC, este estándar es un actual, aunque aún no se lo ve ser participe en su gran mayoría en las tecnologías de OTT TV, es algo que se va a ir progresivamente implementando por estas actualizaciones tecnológicas:

- a) Aumento de resoluciones para un mayor realismo, de FHD a 4K nativo de 1080 a 2160 líneas verticales y 3840 a 4096 en horizontales.
- b) Consumo aumentado en móviles de video.

Figura 7. Diferencias del esquema de codificación AVC vs HEVC (Manuel Beltrán - Pablo Fernández, 2017)

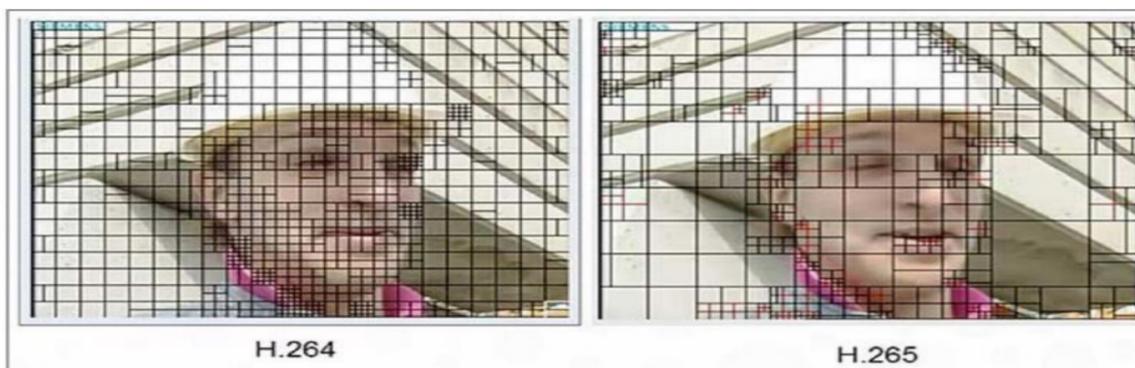


Ilustración 21 - Diferencia en el esquema de codificación AVC vs HEVC

2. Redes de Video

Los termino IPTV y OTT están muy estrechamente relacionados entre sí cuando hablamos de su transporte, ya que ambos a la par se los transporta mediante redes de datos los cuales la diferencia acentuada que tiene es que a lo que llamamos IPTV son redes gestionadas y a lo que llamamos OTT son redes no gestionadas.

Figura 8. Heurística del Streaming adaptativo (Manuel Beltrán - Pablo Fernández, 2017)



Ilustración 29 - Heurística del streaming adaptativo

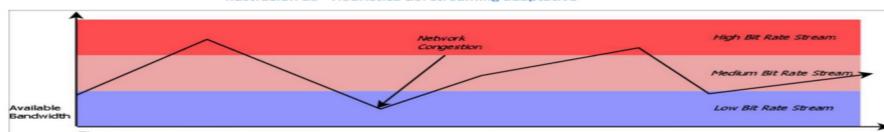
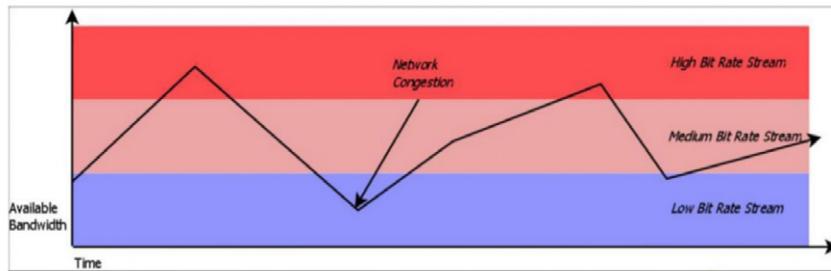


Ilustración 30 - Cambio de perfil en función del ancho de banda

Las redes gestionadas son aquella donde podemos tener injerencia y control sobre ellas, por ejemplo, las redes internas del ISP/CABLE OPERADOR, la cual podemos mediante el estudio de implementación controlar ttl en jitter, garantizar el ancho de banda, insertar calidad de servicio, etc.

En cuanto a las redes no gestionadas su plataforma es la red de redes internet es donde las condiciones son diferentes y donde se aplica algunas tecnologías para que este contenido no se destruya o tenga una gran cantidad de errores al transmitirse.

Figura 9. Cambio de perfil en función del ancho de banda (Manuel Beltrán - Pablo Fernández, 2017)



Estas corrientes de Streaming para poderse dar en la internet utilizan adaptación en la codificación y/o bit rate adaptativo, además técnicas de Streaming http la cual se convierten en protocolos de transferencia de video.

Figura 10. Esquema Streaming adaptativo (Manuel Beltrán - Pablo Fernández, 2017)



Ilustración 28 - Esquema Streaming Adaptativo HTTP

Http live Streaming (HLS), es un protocolo de corrientes de video en vivo, la cual su principal fundamento es trabajar en segmentos de video con el formato Transport Stream (TS). Como contenedor, HLS utiliza MPEG Transport Stream (TS). Los códec utilizados para el video y el audio son también H.264 y AAC.

Dentro de los principios básicos tenemos:

- Codificar en formato H.264/TS a diferentes bitrates
- Usar un segmentado y generar segmentos/chunks, de 10 segundos, y crea un fichero playlist (m3u o m3u8 indicando el origen del contenido)
- Distribuir el contenido a través de un servidor web y aprovecha el cacheo/CDN

Figura 11. Estructura de ficheros en HLS (Manuel Beltrán - Pablo Fernández, 2017)

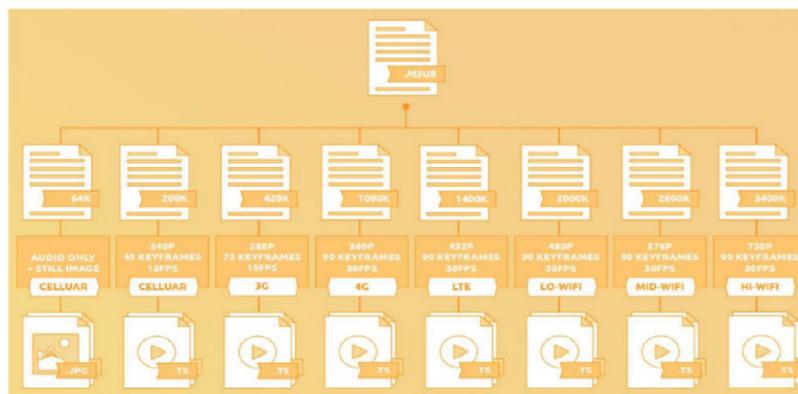


Ilustración 34- Estructura de ficheros en HLS

3. Aplicación Web Progresiva PWA

Son aplicaciones entre web y móviles que no necesariamente las encuentras en tiendas de aplicaciones diversas. Gracias a los service workers trabajan en segundo plano dentro del dispositivo y dentro de motor web.

Para gran ventaja tiene actualización automática mientras te trasladas de página en página, o de interfaz a interfaz. Te lanzan notificaciones push, ya que esto se lo habilita dese un navegador web y pueden trabajar en redes locales sin internet.

Tienen accesos a varios elementos de los dispositivos donde se habilitan como servicio como cámara, gps, archivos, etc.

Funciona como aplicación independiente, ya que crea una instancia del navegador web. (Anexo 6)

Esta tecnología nació a función de que las aplicaciones comunes que se descargan desde una tienda de repositorios de aplicaciones suelen tener algunos inconvenientes con su funcionalidad por tomar muchos recursos del dispositivo, además de que se comportan de manera lenta al trata de abrir sus servicios en las diferentes interfaces.

Para ellos a la hora de mejorar y agilizar la velocidad, la experiencia de usuarios, los pocos recursos que consume, confiable y con buen desempeño en la protocolización en http. Además de que se adapta a múltiples plataformas y dispositivos por que usa el medio de ejecución cualquier explorador (con sus respectivas condicionales de versiones), con alto grado de retorno de inversión por que no es costosa su desarrollo e implementación.

De aquello se acogieron soluciones como Emby, Plex, Jellyfin, Subsonic entre otras.

Para desarrollar plataformas muy ágiles y que realicen el consumo de corrientes de video de una manera robusta y amigable.

Figura 12. Logos de plataformas de VoD Comunitarias

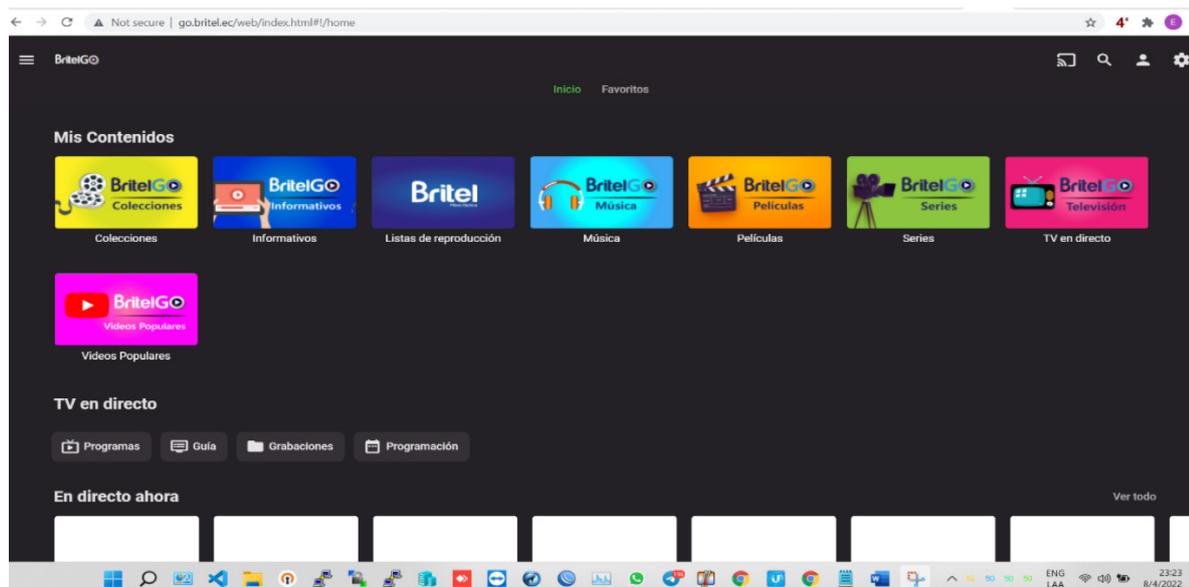


Estas también, incluyen el Middleware que es el control de usuarios a nivel administrativo, accesos y autenticaciones de cuentas

Además de que se acoplan a múltiples codificaciones y protocolos de video Streaming.

Una potencialidad de estas plataformas es su adaptabilidad de video bajo demanda VoD, donde puedes sacar la ingesta de múltiples repositorios de videos en reposos y lo pueden lanzar como películas, series, música, juegos, etc.

Figura 13. Interfaz de una plataforma de PWA (BritelGo)



Factibilidades Económico y Técnico

Sobre una propuesta de implementación completa dentro de estas empresas, mencionaremos las variables técnico económico para la puesta en marcha de ambas tecnologías, por su parte Cocavisión tiene implementado OTT/VoD y por el otro lado Napo y Pastaza TV tienen implementado IPTV/PWA.

4. Propuestas de implementación de servicio de contenidos bajo demanda, factibilidad económica y técnica

Propuesta 1 (Pastaza TV, Napo Tv) PWA - IPTV

Propuesta implementación de sistema streaming

INGENIERIA DE SERVICIOS STREAMING, VoD Y TELEVISION IP EN VIVO, IMPLEMENTACION, BRANDING, PUESTA EN MARCHA Y SERVICIOS DE SOPORTE GESTIONADO A LA EMPRESA BRITEL (NAPOTV - PASTAZATV).

Fecha: 7/01/2022



Objetivo

- Reestructuración y Re- Ingeniería del sistema Streaming
- Implementaciones de soluciones PWA con branding y metadatos.
- Puesta en marcha de servicio VoD (Películas y Series), Televisión en vivo y módulos agregados como música Streaming.

Diagnóstico de las condiciones actuales

1.- ¿Cuál es el requerimiento en cuanto al deseo de insertar servicios de VoD, Live TV y Streaming?

Poderlo desplegar a todos mis clientes, con alta estabilidad, fiabilidad técnica y retorno de inversión comercial

2.- Tiene los permisos de cable operador?

Estamos en trámites de aquello

3.- Cantidad total de clientes y por nodos?

No se relató este dato

4.- Cual su objetivo real de la solución?

Tv en vivo estable y algoritmo de adaptación para el consumo de VoD.

5.- Cuantos tipos de redes cuenta actualmente?

RED GPON hasta donde se supo en la conversa

6.- Cuenta con AS (sistema autónomo) y Publicas propias?

Este dato es importante conocerlo si se quiere enviar a nivel WAN el servicio.

7.- ¿Tiene servicios en red como DNS, Acelerador, Backup y Virtualización?

Este dato se requiere saber para el tema de resolución de dominio local, respaldo de Máquinas virtuales, y la inserción de nuevas máquinas para el servicio de Streaming.

Requerimientos técnicos económicos para el proyecto propuesto

Ítem	Detalle	Cantidad	Descripción	Precio
1.	Compra y adquisición de un servidor para los servicios Streaming (OPCIONAL) En caso de no tenerlo	1	SERVER DELL PowerEdge R740 Intel Xeon Silver 4214R 128GB 1TB SSD iDRAC9 Empresarial PERC	\$4,000
2.	Arreglo de Disco (OPCIONAL) En caso de no tenerlo	2	DISCO DURO DELL 2TB 10K RPM 12Gbps 2.5" SAS Hot Plug para R440. R640. R740, RAID1	\$1,500
3.	Licencia de VMware (OPCIONAL) En caso de no tenerlo	1	Tiene un costo aproximado de \$600 con soporte de 1 año, y la licencia es de manera permanente.	\$600
4.	Reingeniería y puesta en marcha del sistema para servicios Streaming	1	<p>Puesta en marcha la reingeniería de sistema de Streaming, test de rendimientos en sitio y brandeo con identidad propia de empresa.</p> <p>Se implementan 4 Máquinas virtuales para panel de gestión, cdn de video en vivo, gestor samba, distribución de redes virtual-hw heredado.</p> <p>El brandeo y colocación de la tecnología PWA consta:</p> <p>Solución Streaming de contenido exclusivo para clientes:</p> <p>App PWA brandeada (Diseño logotipo y marca de la empresa en toda la plataforma) (pc, mac, android, ios) con 1000 películas, 50 series, 50 discografías música.</p>	\$2,500
5.	Costo de servicio mensual de servicio	1	<p>Técnico de Streaming</p> <p>(incluye descargar, codificar y subir al server películas, series, música a diario 3 películas, 2 series, 1 discografías diarias de lunes a viernes, diseño gráfico de publicidad diaria para que envíen a los grupos de clientes, manejo total de la aplicación, solo se capacita a una secretaria para que cree los accesos.</p> <p>Bono: se crea una página web para receptor pedido o sugerencia de los clientes y se les da la atención sugerida a vuestros usuarios.</p> <p>Y con políticas de servicio lo ingesta en la plataforma en 2 a 3 días hábiles.</p>	\$300
6.	Transferencias de Conocimientos	1	<p>Incluido en la implementación del sistema de Streaming, la cual se dejará respaldado las configuraciones a implementar con la enseñanza y transferencia de experiencias aplicadas en otros clientes a su gerente o administrador de redes y</p> <p>Sistemas</p>	\$0
7.	Acelerador de Internet, DNS Seguro (OPCIONAL) En caso de no tenerlo	1	<p>Acelerador: Todo dependerá del tráfico total de su red para poderles dar un presupuesto del costo del sistema de aceleración, la cual si se deciden por adquirirlo se tendrá que presupuestar un Switch de alta capacidades. otro procesador en el mismo servidor ofertado en el ítem 1.</p> <p>DNS: Como también el DNS debe penderá de la cantidad de clientes que se tenga, por lo general se empieza con una demo y se ve el tráfico en Querys solicitados.</p>	\$0
TOTAL, PRESUPUESTO SOLICITADO				
TOTAL, PRESUPUESTO SUGERIDO				\$8,900

Tiempos de entrega.

Tipo	Streaming	Transferencia conocimientos	Total
DIAS	2	1	3

Para tomar en cuenta

Se recomienda tener todos los equipos e infraestructura adicional a adquirir para poder cumplir con los tiempos y plazos acordados.

Se requiere tener mínimo 5 puertos de red a Giga Ethernet disponibles en el servidor para los servicios de cada máquina virtual. Si no adquirirlos.

También se solicita un subdominio empresarial propio para agregarlo al acceso a los servicios Streaming.

Colabórenos teniendo las informaciones que se solicita en tinta azul, en el caso del levantamiento y reunión que mantuvimos.

Si se extiende el plazo por temas de no adquisición de la infraestructura solicitada tanto en el proyecto plasmado en si como acá en las recomendaciones, se re agendara los cambios pactados en otras fechas, hasta que ya se tenga la certeza de tener todo lo que necesita.

Propuesta 2 (Cocavisión) OTT – VoD

Propuesta implementacion de sistema streaming

INGENIERIA DE SERVICIOS STREAMING, VoD Y TELEVISION OTT EN VIVO, MIDDLEWARE EN LA NUBE, PUESTA EN MARCHA Y SERVICIOS DE SOPORTE GESTIONADO A LA EMPRESA COCAVISION.

Fecha: 15/16/2021



Objetivo

- Reestructuración y Re- Ingeniería del sistema Streaming
- Implementaciones de soluciones OTT en la nube con branding y metadatos.
- Puesta en marcha de servicio VoD (Películas y Series),

Diagnóstico de las condiciones actuales

1.- ¿Cuál es el requerimiento en cuanto al deseo de insertar servicios de VoD, Live TV y Streaming?

Poderlo desplegar a todos mis clientes, con alta estabilidad, fiabilidad técnica y retorno de inversión comercial

2.- Tiene los permisos de cable operador?

Estamos en trámites de aquello

3.- Cantidad total de clientes y por nodos?

6 mil abonados de tv analoga por suscripción

4.- Cual su objetivo real de la solución?

Tv en vivo con altísima calidad y algoritmo de adaptación para el consumo de VoD.

5.- Cuantos tipos de redes cuenta actualmente?

Red Gpon, Wireless y Coaxial

6.- Cuenta con AS (sistema autónomo) y Publicas propias?

Si cuenta con AS y Públicas propias

7.- ¿Tiene servicios en red como DNS, Acelerador, Backup y Virtualización?

Si acelerador TCP de internet, múltiples perfiles de DNS reversos, y sistema NAS de Backup y replicación.

Requerimientos técnicos económicos para el proyecto propuesto

Ítem	Detalle	Cantidad	Descripción	Precio
1.	Compra y adquisición de un servidor para los servicios Streaming (OPCIONAL) En caso de no tenerlo	2	SERVER DELL PowerEdge R740 Intel Xeon Gold 4214R 128GB 1TB SSD iDRAC9 Empresarial PERC	\$14,000
2.	Arreglo de Discos hot SAS	8	DISCO DURO DELL 2TB 10K RPM 12Gbps 2.5" SAS Hot Plug para R440. R640. R740, RAID1	\$5,500
3.	Licencia de VMware	1	Tiene un costo aproximado de \$600 con soporte de 1 año, y la licencia es de manera permanente.	\$800
4.	Licencia de Haivision	1	Con 500 Megas de tráfico en la primera licencia que otorgan permanentemente, sube tráfico adquiere otra licencia	\$18,000
5.	Licencia de Setplex	1	Con cada usuario insertado a la plataforma es un costo de 0.70 ctvs., la cual le piden un mínimo de 500 mensual	\$375
5.	Aplicaciones de tienda	5	Creación de cada aplicación de cada plataforma, sea este IOS, Android, LG, Amazon Fire, etc	\$5000
4.	Reingeniería y puesta en marcha del sistema para servicios Streaming	1	Puesta en marcha la reingeniería de sistema de Streaming, test de rendimientos en sitio y brandeo con identidad propia de empresa. Se implementan en 2 servidores con replicación y Backup El brandeo y colocación de la tecnología OTT se la otorga el proveedor del middleware con la colocación de apps en diversa tiendas y plataformas	\$6,000
5.	Costo de servicio mensual de servicio	1	Técnico de Streaming (incluye descargar, codificar y subir al server películas, series, música a diario 3 películas, 2 series, 1 discografías diarias de lunes a viernes, diseño gráfico de publicidad diaria para que envíen a los grupos de clientes, manejo total de la aplicación, solo se capacita a una secretaria para que cree los accesos. Bono: se crea una página web para receiptar pedido o sugerencia de los clientes y se les da la atención sugerida a vuestros usuarios. Y con políticas de servicio lo ingesta en la plataforma en 2 a 3 días hábiles.	\$800
6.	Transferencias de conocimientos	1	Incluido en la implementación del sistema de Streaming, la cual se dejará respaldado las configuraciones a implementar con la enseñanza y transferencia de experiencias aplicadas en otros clientes a su gerente o administrador de redes y Sistemas	\$0
TOTAL, PRESUPUESTO SOLICITADO				
TOTAL, PRESUPUESTO SUGERIDO				\$50,475

Tiempos de entrega

Tipo	Streaming	Transferencia conocimientos	Total
Días	10	2	12

Para tomar en cuenta

Se recomienda tener todos los equipos e infraestructura adicional a adquirir para poder cumplir con los tiempos y plazos acordados.

Se requiere tener mínimo 5 puertos de red a Giga Ethernet disponibles en el servidor para los servicios de cada máquina virtual. Si no adquirirlos.

También se solicita un subdominio empresarial propio para agregarlo al acceso a los servicios Streaming.

Colabórenos teniendo las informaciones que se solicita en tinta azul, en el caso del levantamiento y reunión que mantuvimos.

Si se extiende el plazo por temas de no adquisición de la infraestructura solicitada tanto en el proyecto plasmado en si como acá en las recomendaciones, se re agendara los cambios pactados en otras fechas, hasta que ya se tenga la certeza de tener todo lo que necesita.

Conclusiones

Para la sección que tocamos el tema regulatorio, teniendo títulos habilitantes y las respectivas validaciones con las visitas que realiza el ente regulador, puede y están en facultad de dotar este servicio. Ya que en ninguna normativa o resolución indica que impide realizar esta práctica tanto de actualización tecnológica como de oferta como servicio.

Dentro de estás implementaciones, hemos podría apreciar que las empresas cable operadores y de internet están en capacidades de actualizar su plataforma tanto de tv análoga como de redes para poder desplegar los servicio de OTT/IPV – VoD. Existen alternativas para esta implementación y despliegue.

Al final con todo este consolidado investigativo y de alta practicidad, se mitiga la fuga de clientes a plataforma modernas, que inclusive actualmente se las usa como valor agregado a un servicio de internet, dentro de estas empresas que son mixta en servicios de telecomunicaciones.

Recomendaciones

Para la sección que tocamos el tema regulatorio, nuestras instituciones de regulación tienen que realizar una actualización de fondo a los reglamentos y normativas que están dentro de un título habilitante para la explotación de servicios como los son el VoD, inclusive protegiendo la propiedad intelectual y sus diferentes contenidos.

Las empresas pueden realizar análisis internos, para ver cuál es su posición en cuanto a musculo económico y decidir cual solución de Streaming implementar.

Revisar la nueva modalidad de televisión como servicio y control, la cual se orienta a la T-VoD, la video transacción en tiempo real y bajo demanda, este ya incita a quitar del mercado a los intermediarios cable operadores e ir directamente al usuario final a través de múltiples plataformas de aplicaciones.

Anexo 1

Encuesta sobre injerencias jurídicas y legales de servicios de VIDEO bajo demanda en el Ecuador

La finalidad de esta encuesta es develar si existe un vacío legal para la operación de servicios de video bajo demanda (SVOD) sean estas películas, series, tv en vivo, audiolibros, etc. De las empresas que explotan servicios de suscripción de tv por cable y servicios de accesos a internet.

¿Cuál es la ley Orgánica que regula toda actividad referente a los servicios de explotación a las telecomunicaciones en el Ecuador?

¿Dentro de esta ley, nos tipifica algo relacionado a los servicios de contenidos Streaming bajo demanda?

¿Para empresas cable operadores que ofrece servicios suscripción de pague por ver tv por cable, existe alguna normativa de regulación de precios?

¿Para empresas que explotan servicios de accesos a internet (SAI), existe alguna normativa de regulación de precios?

¿Dentro de la otorgación de títulos habilitantes para empresas prestadoras de servicios de suscripción de tv por cable, existe alguna prohibición para la explotación de servicios de Streaming bajo la modalidad de tv IP?

¿Dentro de la otorgación de títulos habilitantes para empresas prestadoras de servicios de accesos a internet, existe alguna prohibición para la explotación de servicios de video bajo demanda SVOD?

¿Para los derechos de propiedad intelectual, la SENADI que en conjunto con ARCOTEL trabajan regulando los contenidos de propiedad intelectual local e internacional, cual es la normativa o reglamentación que regula a las telcos

¿Qué leyes puede acogerse una empresa cable operador para poder dar servicios de contenidos bajo demanda sin entrar en conflictos con los entes reguladores?

¿Qué leyes puede acogerse una empresa de servicios de accesos a internet para poder dar servicios de contenidos bajo demanda sin entrar en conflictos con los entes reguladores?

¿De qué manera la agencia de regulación de las telecomunicaciones está aplicando regulaciones o control para la actividad de la explotación de los servicios SVOD?

Anexo 2

SERVICIO NACIONAL DE
DERECHOS INTELECTUALES



EL
GOBIERNO
DE TODOS

06 de junio de 2019

Boletín 06

El SENADI ordena bloqueo de páginas que presuntamente vulneran derechos de propiedad intelectual.

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales ordenó el bloqueo de 5 portales web pertenecientes al dominio "ROJA DIRECTA" al existir elementos suficientes para determinar una presunta vulneración de derechos de propiedad intelectual, mediante la retransmisión de señales sin autorización de los titulares.

FOX LATIN AMERICAN CHANNEL LLC. y la LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL han presentado acciones legales administrativas en contra de "ROJA DIRECTA", que a través de las páginas web: www.rojadirectahd.online; www.rojadirectatv.football; www.rojadirectatv.tv; www.rojadirectatv.online; <http://rojadirecta-tv.me> presuntamente vulneran derechos de propiedad intelectual al redireccionar a enlaces desde donde se retransmiten señales sin contar con la autorización de los titulares.

Los eventos deportivos retransmitidos a través de las páginas de "ROJA DIRECTA" son CONMEBOL LIBERTADORES, SUPERLIGA, FÓRMULA 1, LIGA MEXICANA y LIGA ESPAÑOLA y los torneos de la Liga de Primera y Segunda División de España.

Con este bloqueo, el cual rige a partir de las 13:00 del 6 de junio de 2019, el SENADI busca evitar vulneraciones de derechos de propiedad intelectual, propender el respeto de éstos en territorio ecuatoriano y que ningún titular de derechos sea víctima de este tipo de vulneración.

Dirección de Comunicación
Servicio Nacional de Derechos Intelectuales
3940000 ext. 1258

Anexo 3

Pastaza tv

Pastaza, 15 de enero de 2022

Sra.

Ana Quishpi Caiza

GERENTE GENERAL PASTAZATV SA

Presente.-

Asunto: **INFORME DE SUSPENSIONES DE CLIENTES DE TV**

Reciba un cordial saludo.

Por el presente informo acerca de la caótica situación por la cual atraviesa nuestra empresa referente a la suspensión de contratos de tv, debido a los siguientes factores:

1. Plataformas ilegales iptv (miles de proveedores OTT nacionales e internacionales).
2. Tarifas de menor valor desde \$ 4.00 a \$ 6.00 frente a la tarifa nuestra de \$ 17.00
3. Programación premium y cantidad de canales de las plataformas ilegales, desde 100 a 2000 canales respecto a nuestros 80 canales.

Quantificando debemos decir que los contratos anulados:

Año	Cantidad suspendidos mensual	Contratos suspendidos mensual	Cantidad suspendidos anual	Contratos suspendidos anual
2020	45		540	
2021	90		1080	

Observación: de la cantidad total de clientes suspendidos el 50 % adquirió solamente internet en nuestra empresa y el 50% dejó de ser nuestros clientes.

Ante ello debo felicitar por la implementación en nuestra red de los servicios de valor agregado (**INTERNET**) servicio que el día de hoy es nuestro producto estrella, teniendo mínimo 8 instalaciones diarias.

Es todo cuanto puedo certificar.

Atentamente:

Pastaza tv

Integrado por FIBRA OPTICA

R.U.C: 1691718738001

Mgs. Geovanny Viteri

ADMINISTRADOR PASTAZATV SA

Empresa del Grupo

COCAVISIÓN

INTERNET Y TELEVISIÓN

Amazonas y 24 de Mayo (BARRIO MARISCAL)
Teléfono: 2885 811 Celular: 0985 729 684 - 0995 047 600
pastazatv@gmail.com

Anexo 4



NAPOTEVE S.A

INTERNET Y TELEVISIÓN POR FIBRA ÓPTICA

Tena, 6 de enero de 2022.

COBERTURA: Napo, Archidona y Puerto Napo.

SERVICIOS: TV Cable, Internet, publicidad

Sra.

Sandy Vega

PRESIDENTE TELEVISION POR CABLE NAPOTEVE SA

Presente.-

Tema: **SUSPENSIONES DE CLIENTES DE TV AÑOS 2019 2020 Y 2021.**

Reciba un cordial saludo.

Remito el informe referente a las suspensiones de los clientes de servicios de tv cable por suscripción:

- **AÑO 2019** mensual se suspenden 4 contratos; al año **48 contratos suspendidos.**
- **AÑO 2020** mensual se suspenden 50 contratos, al año **600 contratos suspendidos.**
- **AÑO 2021** mensual se suspenden 60 contratos, al año **720 contratos suspendidos.**

Los principales factores que han incurrido en las suspensiones de contratos son:

- ✚ **PLATAFORMAS ILEGALES IPTV** nacionales e internacionales.
- ✚ **TARIFAS MENSUALES DE MENOR VALOR** desde \$ 4.00 por 800 o 2000 canales; frente a los 80 canales ofertados por Napoteve y la tarifa de \$ 18.00.

En mi calidad de administradora junto a otros compañer@s proveedores de servicios de TV CABLE POR SUSCRIPCION hemos denunciado estas anomalías al principal ente de control ARCOTEL, sin obtener resultados positivos hasta la presente, incide también escaso control de los proveedores de canales nacionales e internaciones quienes en vez de ser aliados nuestros se han convertido en simples observadores, llevando al negocio hacia la quiebra total en un tiempo no mayor a 5 años.

Atentamente:



ADMINISTRADORA TELEVISION POR CABLE NAPOTEVE SA

GRUPO COCAVISION

Av. 12 de Febrero y Esmeraldas
CORREOS: Av. 12 de Noviembre y 12 de Febrero



Anexo 5



SERVICIOS
TV Cable, Internet, Publicidad en general
www.cocavisiontv.com
Cocavision_Oficial
Cocavision



Sr.
Patricio Guaman Moyon
GERENTE ADMINISTRATIVO DE COCAVISION
Presente.-

Asunto: INFORME DE SUSPENSIONES DE CLIENTES DE TV

Reciba un cordial saludo.

Por el presente informo acerca de la situación por la que atravesamos en nuestra organización en cuanto a los clientes de tv, estos se deben a estas situaciones:

1. Tarifas inferiores a las nuestras como referencias de entre \$6 a \$10, la cual es muy inferior a las nuestras de \$25
2. Programación más amplia tanto en calidad como en cantidad de canales, superando los 80 canales que ofertamos nosotros.
3. Plataforma piratas e ilegales en el país, demasiadas plataformas IPTV, OTT, VoD legales como Netflix.

Le voy a cuantificar lo suscitado por 3 años consecutivos.

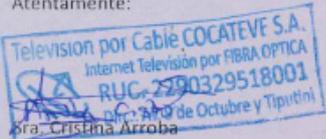
Año	Contratos suspendidos mensual	Contratos suspendidos Anual
2019	10	120
2020	40	480
2021	80	960

Observación: de esta cantidad de clientes consolidados con suspensiones, el 40% se quedó como clientes solamente de internet, y el resto decidido dejar por completo el servicio.

Ante ello solicitamos poder replantear la implementación y actualización de plataforma, regular los precios del servicio de TV, y también subvencionarla como valor agregado de nuestro producto estrella de servicio que es el internet.

En cuanto a la verdad y la proactividad es todo lo que puedo mencionarle.

Atentamente:



*Recibido
22-02-2021*

cocavision@gmail.com 

Coca - Orellana 

Av. 9 de Octubre y Tiputini

062 860 815 098 057 7514 

062 860 544 098 545 5927

098 759 8411

098 546 8186



COBERTURA

BIBLIOGRAFÍA

Beltrán Sevilla, M., & Fernández Rosales, P. (2018). Diseño e implementación de una plataforma de video streaming ott multiformato (pp. 25-48). Madrid. Recuperado de https://oa.upm.es/48406/1/PFC_MANUEL_BELTRAN_SEVILLA_PABLO_FERNANDEZ_ROSALES.pdf

San Ricardo, Pete Lepage (6/01/2022). ¿Qué son las aplicaciones web progresivas?. https://web-dev.translate.google/what-are-pwas/?_x_tr_sl=es&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419

Juan Diego Godoy (11/11/2020). Objetivo, desbancar a Netflix: el negocio del 'streaming' explota con la pandemia. https://elpais.com/retina/2020/11/11/innovacion/1605118952_313914.html

Radamés Camargo (13/07/2020). Modelos de Negocio de Plataformas de Streaming. <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2020/7/13/modelos-de-negocio-de-plataformas-de-streaming>

Gabriel E. Levy B. (22/10/2018). La evolución del consumo audiovisual. <https://andinalink.com/la-evolucion-del-consumo-audiovisual/>

ARCOTEL. (17 de 10 de 2019). <https://gobec.informatica.gob.ec/>. Obtenido de <https://gobec.informatica.gob.ec/arcotel/tramites/notificacion-incremento-decremento-numero-canales-servicios-valor-agregado-ppv-vod-etc-sistema-audio-video-suscripcion>

Ecuador, T. C. (13 de 8 de 2021). gob.ec. Obtenido de <https://www.gob.ec/arcotel/tramites/notificacion-incremento-decremento-numero-canales-servicios-valor-agregado-ppv-vod-etc-sistema-audio-video-suscripcion>

Primicias.ec. (23 de 5 de 2019). Primicias. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/decrecimiento-tv-pagada-ecuador/>

Sam Richard, P. L. (24 de 02 de 2020). web.dev. Obtenido de web.dev: https://web-dev.translate.google/what-are-pwas/?_x_tr_sl=es&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419

SENADI. (14 de 09 de 2019). <https://www.derechosintelectuales.gob.ec>. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/senadi-dispone-el-bloqueo-de-ips-que-permitirian-el-acceso-a-senales-de-tv-sin-autorizacion/>

Telecomunicaciones, M. d. (05 de 2016). telecomunicaciones.gob.ec. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Org%C3%A1nica-de-Telecomunicaciones.pdf>



Guayaquil, 22 de diciembre de 2022

Autores

Sedolfo Carrasquero, Gorki Aguirre, José Bohórquez, Jorge Véliz Presente

Asunto: Aprobación y publicación de libro

De mi alta consideración:

Por medio de la presente nos complace comunicar que su libro *Los nuevos escenarios del Turismo* fue revisado por pares académicos antes de su publicación. Este trabajo se realizó bajo el sello editorial UTEG y obtuvo el ISBN 978-9942-614-09-4 registrado en la Cámara Ecuatoriana del Libro en el mes de diciembre. Atentamente

Luis Carlos Mussó

Editor

Diciembre de 2022



EDITORIAL UTEG

Revisión de experto

Datos de la obra	
Nombre de la obra	<i>Los nuevos escenarios del Turismo</i>

Datos del revisor	
Nombre	María Magdalena
Apellidos	López Rodríguez del Rey
Grado Académico	Doctora en Educación, Universidad de Cienfuegos
Años de experiencia	35

Contenido del texto			
No.	Descripción	Sí	no
1	¿El texto incluye una tabla de contenido clara y usa debidamente la nomenclatura?	X	
2	La nomenclatura interna del documento ayuda a estructurar el orden y desarrollo del texto?	X	
3	¿Las convenciones ortotipográficas son consistentes (uso negrilla, cursiva, subrayados, paréntesis, corchetes)?	X	
4	¿El uso de símbolos, abreviaturas, siglas y acrónimos es adecuado?	X	
5	¿Hay una selección, inclusión y diseño apropiado de esquemas, gráficos, dibujos e imágenes?	X	
6	El material gráfico (tablas, figuras, fotografías, dibujos, gráficos y esquemas), ¿es pertinente e ilustra de forma clara y sencilla ideas, datos, procesos o relaciones que el texto escrito no podría presentar con igual eficiencia?, ¿está debidamente numerado y titulado el material gráfico?	X	
7	¿El título es claro y se ajusta bien al contenido?	X	
8	¿Hay conceptos que por su relevancia y desarrollo deberían incluirse como palabras clave? (¿cuáles?)	X	
9	¿El texto requiere un glosario de términos técnicos o especializados?	X	
10	¿Presenta de manera clara y precisa el objetivo del texto, el problema que se aborda o el punto de partida del documento, así como la descripción de la estrategia de investigación?	X	
11	¿Hay progresión en las ideas y en la información?	X	
12	¿Se evidencian recursos retóricos como el uso claro de metáforas con funciones expresivas, de explicación y ejemplificación de conceptos, creación y consolidación del vocabulario específico de la disciplina?	X	

[Escriba aquí]

13	¿Los ejemplos expuestos son ilustrativos, claros y suficientes?	X	
14	¿Los resultados se encuentran fundamentados en los datos?	X	

Aspectos ortográficos y gramaticales

1	¿Hay una adecuada escritura de palabras?	X	
2	¿Se presentan errores de digitación?	X	
3	¿Los signos de puntuación se utilizan de manera apropiada?	X	

Dictamen		
Descripción	Sí-No	Observaciones
Recomendar a publicación	X	
Publicar con correcciones		
Presentar de nuevo con las correcciones.		
No publicar		



Luis Carlos Mussó
Editor
Diciembre de 2022

[Escriba aquí]

EDITORIAL UTEG

Revisión de experto

Datos de la obra	
Nombre de la obra	<i>Los nuevos escenarios del Turismo</i>

Datos del revisor	
Nombre	Yissel
Apellidos	Pérez de Villa Amil Sellés
Grado Académico	Doctora, Universidad de Cienfuegos
Años de experiencia	35

Contenido del texto			
No.	Descripción	Sí	no
1	¿El texto incluye una tabla de contenido clara y usa debidamente la nomenclatura?	X	
2	La nomenclatura interna del documento ayuda a estructurar el orden y desarrollo del texto?	X	
3	¿Las convenciones ortotipográficas son consistentes (uso negrilla, cursiva, subrayados, paréntesis, corchetes)?	X	
4	¿El uso de símbolos, abreviaturas, siglas y acrónimos es adecuado?	X	
5	¿Hay una selección, inclusión y diseño apropiado de esquemas, gráficos, dibujos e imágenes?	X	
6	El material gráfico (tablas, figuras, fotografías, dibujos, gráficos y esquemas), ¿es pertinente e ilustra de forma clara y sencilla ideas, datos, procesos o relaciones que el texto escrito no podría presentar con igual eficiencia?, ¿está debidamente numerado y titulado el material gráfico?	X	
7	¿El título es claro y se ajusta bien al contenido?	X	
8	¿Hay conceptos que por su relevancia y desarrollo deberían incluirse como palabras clave? (¿cuáles?)	X	
9	¿El texto requiere un glosario de términos técnicos o especializados?	X	
10	¿Presenta de manera clara y precisa el objetivo del texto, el problema que se aborda o el punto de partida del documento, así como la descripción de la estrategia de investigación?	X	
11	¿Hay progresión en las ideas y en la información?	X	
12	¿Se evidencian recursos retóricos como el uso claro de metáforas con funciones expresivas, de explicación y ejemplificación de conceptos, creación y consolidación del vocabulario específico de la disciplina?	X	

[Escriba aquí]

13	¿Los ejemplos expuestos son ilustrativos, claros y suficientes?	X	
14	¿Los resultados se encuentran fundamentados en los datos?	X	

Aspectos ortográficos y gramaticales

1	¿Hay una adecuada escritura de palabras?	X	
2	¿Se presentan errores de digitación?	X	
3	¿Los signos de puntuación se utilizan de manera apropiada?	X	

Dictamen		
Descripción	Sí-No	Observaciones
Recomendar a publicación	Sí	
Publicar con correcciones		
Presentar de nuevo con las correcciones.		
No publicar		



Luis Carlos Mussó
Editor
Diciembre de 2022