



REVISTA CIENTÍFICA CIENCIAS SOCIALES

Vol. 4
N° 2

Diciembre 2022
ISSN: 2708-0412

Interés por la investigación científica en estudiantes
de una universidad privada de Paraguay

Optimización del Facebook en alojamientos del departamento de Paraguari
en Paraguay, 2021

Preferencia de la modalidad laboral en trabajadores de Asunción-Paraguay post cuarentena
por COVID-19 en el 2022

©

Revista científica en ciencias sociales

ISSN: 2708-0412

Volumen 04 - Número 02

Semestral – Diciembre 2022

Universidad del Pacífico

Sede Central - Avda. O'Higgins esq. Austria (Asunción – Paraguay)

Sede Pedro Juan Caballero – Avda. Gral. Díaz e/ Natalicio Talavera (Pedro Juan Caballero – Paraguay)

Email: revistasocialesup@upacifico.edu.py

Versión en línea a texto completo:

https://www.upacifico.edu.py:8043/index.php/PublicacionesUP_Sociales

CONSEJO EDITORIAL

Directora

María Elena Piscoya Cabrejos

Universidad del Pacífico. Asunción, Paraguay.

Editora General

Chap Kau Kwan Chung

Universidad del Pacífico. Asunción, Paraguay.

Editora Ejecutiva

Myrna Ruiz Díaz

Universidad del Pacífico. Asunción, Paraguay.

Revisora Bibliográfica

Martha Gómez Rojas

Universidad del Pacífico. Asunción, Paraguay.

Apoyo Técnico

María Asunción Salinas Spaini

Universidad del Pacífico. Asunción, Paraguay.

Apoyo Informático

Darío Mendoza

Universidad del Pacífico. Asunción, Paraguay.

MIEMBROS DEL COMITÉ CIENTÍFICO

Dr. Herib Caballero. Universidad Nacional de Asunción, Paraguay.

Dra. Verónica Serafini. Universidad Autónoma de México, México.

Dr. Luis Dávalos. Sociedad Científica del Paraguay, Paraguay.

Dr. Santiago Brizuela. Universidad Nacional de Asunción, Paraguay.

Dr. Joel Melgarejo. Universidad Autónoma de Asunción, Paraguay.

Dr. Patricio Esteban Ramírez Correa. Universidad Católica del Norte, Chile.

Dr. Joelson Rodriguez Miguel. Universidad Federal de Campina Grande, Paraíba, Brasil.

Dr. Julio García del Junco. Universidad del Sevilla, España.

Dr. Emilio Pablo Diez de Castro. Universidad de Sevilla, España.

Dr. Paulo Joviano Alvares dos Prazeres. Universidade Católica de Pernambuco, Brasil.

Dra. Nadeska Gallardo Lichaá. Universidad de Sabaneta, Colombia.

Mag. Sonia Carolina León Encina de Alegre Universidad Nacional de Asunción, Paraguay.

Mag. Oscar Ariel Torales Decoud Universidad Nacional de Asunción, Paraguay.

Dra. Valentina Canese Caballero Universidad Nacional de Asunción, Paraguay.

ÍNDICE

Editorial	6
ARTÍCULOS ORIGINALES	
Preferencia de la modalidad laboral en trabajadores de Asunción-Paraguay post cuarentena por COVID-19 en el 2022 Chap Kau Kwan Chung, Sofía Micaela Vázquez, Ivanna Guadalupe Acuña López, Lorena Almada, Myrna Ruiz Díaz	8
Incidencia del uso de las TIC en el aprendizaje significativo durante la pandemia del COVID-19 en la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo, Paraguay Idalgo Balletbo Fernández, Claudio Quintana	18
Optimización del Facebook en alojamientos del departamento de Paraguarí en Paraguay, 2021 Rosa Beatriz Bareiro Paredes, Hernán Isidro Suty Segovia	27
Aplicación turística de los modelos CARE y CANVAS para la construcción del Paisaje Cultural del Cacao en la provincia de Manabí, Ecuador Ángel Guillermo Félix Mendoza, Wilson Paúl Cedeño Guzmán	35
Interés por la investigación científica en estudiantes de una universidad privada de Paraguay Andrea Barreto, Johan Quintana, Robert Ocampo, Ilda Mabel Samaniego	52
Estrategia educativa enfocada al bienestar económico de los colaboradores de una universidad privada dentro del marco del proyecto de Responsabilidad Social Universitaria Edgar Gustavo Cuevas Núñez, Marlene Medina, Patricia Guiselle Echeverría Pereira, Magda Gabriela Grau Portillo	59

La evaluación continua para una cultura de la calidad en la educación superior

Continuous assessment for a culture of quality in higher education

Soledad Cardozo 

Universidad Nacional de Asunción, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Asunción, Paraguay

**Cómo referenciar este artículo/
How to reference this article**

Cardozo, S. (2022). La evaluación continua para una cultura de la calidad en la educación superior. *Revista científica en ciencias sociales*, 4(2), 6-7.

En Latinoamérica, desde la década de los setenta, los países incorporaron el tema de la calidad en la educación superior. Sin embargo, no fue sino hasta los noventa que la evaluación cobró especial significación -la valoración-, puesto que los gobiernos vieron la urgencia de controlar el aumento de las Instituciones de Educación Superior (IES), principalmente de gestión privada (Feitó Cespón y Pérez de Armas, 2018), debido al riesgo que el servicio educativo sea visto como mercancía. Por lo tanto, la *calidad en la educación superior* no es un concepto nuevo dentro del sistema educativo.

Desde su origen, las universidades buscan de algún modo aproximarse a la excelencia desde su trípode elemental: conocimiento, investigación y extensión (Ruben, 2018). Es por ello, que los países promueven la cultura de calidad en sus instituciones de educación superior, mediante la evaluación y acreditación de sus ofertas educativas. Este reto constituye el poder que tiene la autonomía universitaria en incorporar mecanismos exhaustivos de auditoría, verificación y seguimiento que permitan un mínimo de condiciones de calidad para la prestación del servicio educativo (Delahoz-Dominguez et al., 2020).

En Paraguay, la Ley N° 4995/2013 *De Educación Superior* establece en su artículo N° 82 que la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES) es el organismo técnico encargado de evaluar y acreditar la calidad de los Institutos de Educación Superior. Añade también que, posee autonomía académica, administrativa y financiera en vista de que, debe cumplir con las tareas específicas de verificar y certificar sistemáticamente la calidad de las instituciones de educación superior, sus filiales, programas y las carreras que ofrecen (ANEAES, s.f.). Asimismo, Gómez Morales (2020) sostiene que desde el año 2008, la ANEAES ha realizado convocatorias anuales a las IES para que éstas puedan someterse a los procesos de evaluación y acreditación de sus carreras. De hecho, hasta el día de hoy el sitio institucional de la ANEAES informa sobre la vigencia de 78 programas de postgrado, 11 Institutos de formación docente y 317 carreras de grado acreditados (ANEAES, 2022).

Ahora bien, el tema que ocupa esta reflexión hace foco en el impacto de la acreditación para las unidades académicas de dichas instituciones. Se plantea considerar la experiencia posterior a la acreditación, indagar en sus planes de mejora y la manera en que lo encaran desde sus políticas de gestión. Puesto que ya no es suficiente sistematizar documentos que sirvan de evidencia para el proceso previo, sino responder a la interrogante ¿Las mejoras asumidas como compromiso institucional son sostenibles en el largo plazo? o mejor ¿Es posible realmente que cada una de las categorías que constituyen el plan de mejoras tras la acreditación, a saber: gobierno, proyecto académico, personas, recursos y resultados e impactos, logren instaurar al interior de las IES una cultura de la calidad?. Resulta fundamental que estas preguntas interpelen a los actores

educativos, porque de otro modo, estamos frente a un mecanicismo -acreditar por acreditar- una suerte de proceso fabril que sirve para el marketing y la captación de estudiantes, mas no para la transformación organizacional. La herramienta de evaluación continua *bien utilizada* en las instituciones puede beneficiar de forma directa e indirecta, entendiéndose de este modo, que las funciones académicas estarán estandarizadas y, con ello, se reducirá la discrecionalidad de los individuos para sustituirlo por criterios racionales (Lemaitre et al., 2012). En suma, la cultura de la calidad se habrá instalado y por consiguiente, la sociedad recibirá ofertas de calidad y los profesionales egresarán con mayor nivel de cualificación, gracias a esas nuevas políticas adoptadas (Fernández Cruz y Gijón Puerta, 2011).

Finalmente, el rol de la ANEAES como promotora de la evaluación continua es vital y determinante (López Abreu et al., 2015), por lo que el robustecimiento de los mecanismos que implemente son la garantía para este cometido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior. (s.f.). *El Modelo Nacional - Vigentes*. <http://www.aneaes.gov.py/>
- Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior. (2022). *Programas de Posgrado Acreditados*. <http://www.aneaes.gov.py/v2/programas-acreditados>
- Delahoz-Dominguez, E. J., Guillen-Ibarra, S. y Fontalvo-Herrera, T. (2020). Análisis de la acreditación de calidad en programas de ingeniería industrial y los resultados en las pruebas nacionales estandarizadas, en Colombia. *Formación Universitaria*, 127-134. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000100127>
- Feitó Cespón, M. y Pérez de Armas, M. (2018). Lecciones aprendidas desde la praxis: proceso de evaluación y acreditación de carrera de ingeniería industrial en la Universidad de Cienfuegos. *Revista Conrado*, 14(64), 104-113. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400104
- Fernández Cruz, M. y Gijón Puerta, J. (2011). Nuevas políticas para profesionalizar la docencia en la Educación Superior. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 92-106. <https://jett.labosfor.com/index.php/jett/article/view/457>
- Gómez Morales, G. (2020). Desarrollo del concepto y práctica de la calidad en la educación superior en el Paraguay. *Integración y Conocimiento*, 9(1), 50-70. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/integracionyconocimiento/article/view/27595>
- Lemaitre, M. M., Maturana, M., Zenteno, E. y Alvarado, A. (2012). Cambios en la gestión institucional en universidades, a partir de la implementación del sistema nacional de aseguramiento de la calidad: la experiencia chilena. *Calidad en la Educación*, (36), 22-52. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-45652012000100001>
- López Abreu, O., García Muñoz, J. J., Batte Monter, I. y Cobas Vilches, M. E. (2015). La mejora continua: objetivo determinante para alcanzar la excelencia en instituciones de educación superior. *Edumecentro*, 7(4), 196-215. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742015000400014&lng=es&tlng=es
- Ruben, B. (2018). *Quality in higher education*. Routledge.

Preferencia de la modalidad laboral en trabajadores de Asunción-Paraguay post cuarentena por COVID-19 en el 2022

Preference of work modality in workers from Asunción-Paraguay post-quarantine by COVID-19 in 2022

Chap Kau Kwan Chung*^{}, Sofía Micaela Vázquez^{}, Ivanna Guadalupe Acuña López^{},
Lorena Aldama^{}, Myrna Ruiz Díaz^{}

Universidad Americana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Asunción, Paraguay

Cómo referenciar este artículo/
How to reference this article

Kwan Chung, C. C., Vázquez, S. M., Acuña López, I. G., Aldama, L., y Ruiz Díaz, M. (2022). Preferencia de la modalidad laboral en trabajadores de Asunción-Paraguay post cuarentena por COVID-19 en el 2022. *Revista científica en ciencias sociales*, 4(2), 8-17.

RESUMEN

El objetivo es determinar la preferencia de la modalidad laboral en trabajadores de Asunción-Paraguay post cuarentena por COVID-19 en el 2022. Estudio con enfoque cuantitativo descriptivo de corte transversal. Se encuestó a 211 participantes con laburo en Asunción y participación voluntaria. Se realizó una encuesta mediante un cuestionario (cinco criterios y 35 indicadores) por conveniencia en mayo 2022 vía WhatsApp. La preferencia de la modalidad de trabajo fue la mixta (35,5%) en post cuarentena. Asimismo, 84,8% de los participantes trabajaban de forma presencial antes de la pandemia, durante la crisis sanitaria 58,4% lo hacía en modalidad home office y 53,6% presencial en post cuarentena. Entre las ventajas se encontró mayor facilidad para la integración de nuevos miembros (\bar{x} :4,17) en lo presencial y mayor aprovechamiento de la Tecnología (\bar{x} :4,61) en el home office. Las desventajas fueron mayor aumento de costos en los suministros de las oficinas (\bar{x} :4,64) en presencial y mayor falta de límites en el horario de trabajo (\bar{x} :4,10) en home office. Se concluye que las personas no descartan la posibilidad de trabajar bajo la modalidad laboral home office de aquí en adelante. Finalmente, las empresas deberían replantear la posibilidad de implementar el trabajo remoto para algunos de sus cargos.

Palabras Clave: empleo; trabajo; trabajador; empresa; pandemia; Paraguay

ABSTRACT

The objective is to determine the preference of the work modality in workers from Asunción-Paraguay post-quarantine by COVID-19 in 2022. Study with a quantitative descriptive cross-sectional approach. 211 participants with work in Asunción and voluntary participation were surveyed. A survey was conducted through a questionnaire (five criteria and 35 indicators) for convenience in May 2022 via WhatsApp. The preference of the work modality was mixed (35.5%) in post-quarantine. Likewise, 84.8% of the participants worked face-to-face before the pandemic, during the health crisis 58.4% did it in home office mode and 53.6% face-to-face in post-quarantine. Among the advantages, it was found that it was easier to integrate new members

Fecha de recepción: 1 de junio 2022 - Fecha de aceptación: 31 de julio 2022

*Autor correspondiente: Chap Kau Kwan Chung

email: wendy505@hotmail.com



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia *Creative Commons*

(\bar{x} :4,17) in person and greater use of technology (\bar{x} :4,61) in the home office. The disadvantages were a higher cost increase in office supplies (\bar{x} :4,64) in face-to-face and a greater lack of limits in working hours (\bar{x} :4,10) in home office. It is concluded that people do not rule out the possibility of working under the home office work modality from now on. Finally, companies should rethink the possibility of implementing remote work for some of their positions.

Keywords: employment; labour; workers; enterprise; pandemic; Paraguay

INTRODUCCIÓN

Con la aparición de la pandemia del COVID-19 a fines de 2019 (Sohrabi et al., 2020, Laines Alamina et al., 2021), se ha alterado la forma de trabajar en todos los países del mundo (Rojas Cabello, 2022), que tuvo sus repercusiones en el mercado laboral (Mendoza Cota, 2020), afectando así tanto al sector público como privado (Organización Internacional del Trabajo, 2020). El aislamiento social y/o confinamiento provocado por la crisis sanitaria del COVID-19, ha intensificado la utilización de algunas modalidades laborales: *home office* o *teletrabajo* (Brava et al., 2020). El proceso de pasar de una modalidad laboral –presencial- (actividades realizadas dentro de las instalaciones de la empresa) a la modalidad de -home office-, fue de forma inmediata, sin previa capacitación para su adaptación.

Muchas definiciones se han dado al teletrabajo u home office, entre ellos se encuentran de los autores Di Martino y Wirth (1990) quienes afirman que es el conjunto de actividades profesionales realizadas fuera de la oficina, mediadas por las TIC, pero sin contacto físico con los colegas de trabajo. Entendiéndose, así como la adopción de encontrar un espacio dentro del hogar para realizar de manera remota las tareas, proyectos o actividades laborales (Laines Alamina et al., 2021) con acceso a los documentos digitales localizados en la nube y evitando de esta manera el traslado de un lugar a otro (casa-empresa) (García, 2020 citado en López Sánchez, 2022). Cabe mencionar que el home office se ha convertido en una nueva forma de trabajar, presentando muchas desventajas con relación al trabajo presencial, pero también se aprendió a disfrutarlo durante la implementación de dicha metodología de trabajo (Abirached Fernández, 2021). Algunas de las ventajas del home office mencionadas por los autores Infante-Moro et al. (2018) son: reducciones en costes de infraestructuras, instalaciones y mantenimiento; ausencia de absentismo; aumento en la calidad de trabajo; disminución de conflictos entre colaboradores; mayor flexibilidad en términos de contratación. Asimismo, los autores Rafalski y De Andrade (2015) confirman la existencia de la reducción de la presión y mayor autonomía. No obstante, se observa desventajas a dicha modalidad como mayor ambigüedad profesional; disminución en términos de apoyo y retroalimentación. Y en cuanto a las ventajas de la modalidad de trabajo presencial, lo encontramos en la facilidad de entendimiento e integración de nuevos miembros en el lugar de trabajo; presencia de salud emocional, mayor concentración y sentimiento de pertenencia hacia la organización. No obstante, las desventajas encontradas apuntan a la dificultad de conciliación entre la vida laboral e individual; llegadas tardías; elevados costos de mantenimiento e infraestructuras; conflictos entre colaboradores, entre otros (Drew, 2021).

Algunos estudios relacionados al tema de home office se encuentran en investigaciones de: trabajo en casa y teletrabajo (Barreneche Sánchez, 2021), ansiedad y estrés laboral en la modalidad home office (Rojas Cabello, 2022), motivación y trabajo remoto (Jara Espinoza, 2022), satisfacción laboral antes y durante la pandemia del COVID-19 (Achá Sabogal, 2022), estrategia para la planificación y control dentro de la modalidad híbrida (Quiroz Cappello et al.,

2022), riesgos psicosociales laborales a causa del home office (Abril Sánchez y Becerra Hernández, 2022), gestión y desempeño en el trabajo remoto (Torero Racchumi, 2022), nueva modalidad de trabajo: el home office (Brava et al., 2020), habilidades blandas del home office (Laines Alamina et al., 2021), etc.

Finalmente, se dio la necesidad de determinar la preferencia de la modalidad laboral en trabajadores de Asunción-Paraguay post cuarentena por COVID-19.

METODOLOGÍA

Se basó en un enfoque cuantitativo descriptivo de corte transversal. Se encuestó a 211 participantes cuyos criterios de inclusión fueron: personas que actualmente estén trabajando en una empresa, organización o institución en la ciudad de Asunción y, con participación voluntaria. Asimismo, los criterios de exclusión fueron: participantes con empleo fuera de Asunción o resto del país y que no cuente con ninguna actividad laboral. La técnica de la recolección de datos consistió en una encuesta mediante un cuestionario semi estructurado (3 preguntas abiertas y 32 cerradas) elaborado en Google form y, clasificado en cinco criterios con 35 indicadores a saber: Información básica – IB (11), Modalidad laboral – ML (3), Preferencias de modalidades laborales – PM (3), Ventajas – VP y Desventajas – DP de la modalidad laboral presencial (6 y 6) y Ventajas – VH y Desventajas – DH de la modalidad laboral home office (9 y 7). El enlace del cuestionario fue enviado vía WhatsApp a los participantes, por conveniencia, durante el mes de mayo de 2022 (ver Cuadro 1). La escala de Likert de 5 puntos (1=Totalmente en desacuerdo a 5=Totalmente de acuerdo) fue utilizado en el instrumento. El procedimiento consistió en los siguientes pasos: Primero, se elaboró el instrumento con las preguntas enfocadas a los objetivos específicos con sus codificaciones correspondientes. Luego, el cuestionario elaborado en Google form fue enviado vía WhatsApp a los participantes, quienes las autoras habían identificado como personas potenciales para su realización. El tiempo de la recolección de datos fue en la segunda semana del mes de mayo de 2022 con una duración de una semana. Los datos fueron procesados y analizados mediante Excel para su posterior presentación.

RESULTADOS

Se encuestó a 211 trabajadores de la ciudad de Asunción-Paraguay y los siguientes resultados se presentan a continuación:

En el primer criterio *Información básica*, 41,2% fueron del sexo masculino y 58,8% femenino entre 30 a 39 años (28,4%) y 40 a 49 años (26,7%) de edad. Un 27% con ocupación de Docencia, 52,2% mantienen un laburo por más de 8 años, 54,9% se encuentran como empleados y 45,1% como ejecutivos (ver tabla 1).

Tabla 1. Características demográficas de los encuestados (n=211)

Criterio/Indicador	Frecuencia	%
<i>Información básica - IB (11)</i>		
Sexo		
Femenino	124	58,8
Masculino	87	41,2
Edad		
< 20	7	3,3
20 a 29	29	13,7
30 a 39	60	28,4
40 a 49	56	26,7
50 a 59	42	19,9
> 59	17	8
Estado civil		
Soltero/a	93	44
Casado/a	93	44
Divorciado/a	13	6,2
Viudo/a	8	3,9
Concubino/a	4	1,9
Usted vive con (posibilidad de marcar varias opciones)		
Pareja	50	23,7
Hijos y Pareja	45	21,3
Padres	44	20,8
Solo	32	15,1
Hijos	27	12,9
Otros	10	6,2
Profesión		
Docentes	57	27
Administradores	24	11,4
Contadores	15	7,1
Estudiantes	11	5,2
Otras	104	49,3
Lugar de residencia		
Gran Asunción	124	58,8
Asunción	87	41,2
Años laborales		
< 1	13	6,2
1 a 2	18	8,5
3 a 4	18	8,5
5 a 6	15	7,1
7 a 8	13	6,2
>8	134	63,5
Sector a que pertenece su empresa		
Servicio	174	82,5
Comercial	30	14,2
Industria	7	3,3
Tamaño de la empresa		
Grande (50 a más)	163	77,3
Mediano (11 a 49 personas)	26	12,3
Micro y Pequeñas (1 a 10 personas)	22	10,4
Jerarquía del cargo		
Empleados	116	54,9
Ejecutivos	95	45,1

Fuente: Elaboración propia (2022)

En la tabla 2 se contempla que 84,8% (179) trabajaba de forma presencial antes de la pandemia del COVID-19, 58,4% (123) en modalidad home office durante la crisis sanitaria y 53,6% (113) presencial después de la cuarentena. La modalidad *mixta* se mantiene muy equitativo 30,3% (64) *durante* y 35,5% (75) *después* de la cuarentena.

Tabla 2. Modalidades laborales antes, durante y después de la cuarentena del COVID-19

Modalidad laboral – ML (3)	Frecuencia	%
Antes de la pandemia		
Presencial	179	84,8
Mixta	20	9,5
Home office	12	5,7
Durante la pandemia		
Home office	123	58,4
Mixta	64	30,3
Presencial	24	11,3
Actual		
Presencial	113	53,6
Mixta	75	35,5
Home office	23	10,9

Fuente: Elaboración propia (2022)

Un 74,4% quienes trabajan de forma presencial, 95,6% de home office y 82,7% mixta afirmaron estar de acuerdo de encontrarse cómodo en su trabajo actual. El 47% de los presenciales siguen prefiriendo la presencialidad, 82,7% de home office no lo prefieren y 22,6% mixta les he indiferente. El 43,3% de los presenciales, 83% home office y 68% mixta no descartan la posibilidad de trabajar o seguir laburando bajo la modalidad home office de aquí en más (ver tabla 3).

Tabla 3. Preferencias de modalidades de trabajo

	Presencial (n=113) %					Home office (n=23) %					Mixta (n=75) %				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
PT1	0,9	4,4	20,3	27,4	47	4,3	0	0	17,4	78,2	2,6	0	14,7	22,7	60
PT2	6,2	6,2	22	18,6	47	48	34,7	4,3	0	13	18,7	26,7	22,6	17,3	14,7
PT3	8	2,7	24,8	21,2	43,3	4,3	0	4,3	8,5	83	2,6	0	13,4	16	68

PT1 Usted se siente bastante cómodo con la modalidad laboral actual

PT2 Usted prefiere trabajar bajo la modalidad laboral presencial

PT3 Usted no descarta la posibilidad de trabajar bajo la modalidad laboral home office de aquí en adelante

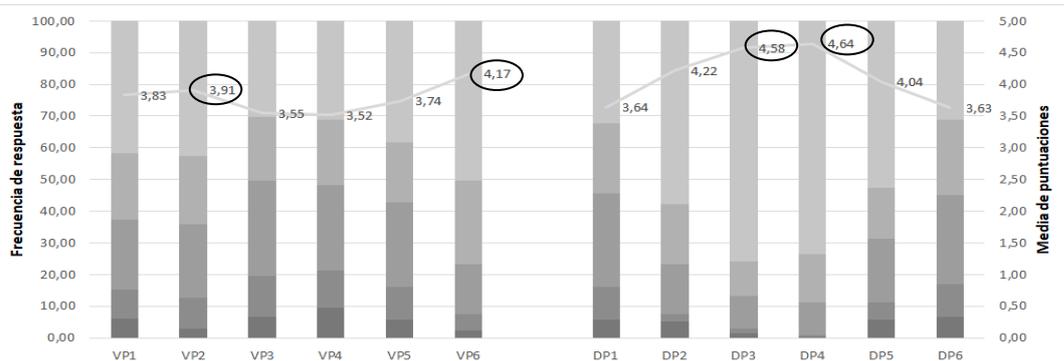
Referencia: 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Indiferente; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia (2022)

En la tabla 4 se observa que las ventajas VP6 (\bar{x} :4,17), VP2 (\bar{x} :3,91) y desventajas DP4 (\bar{x} :4,64), DP3 (\bar{x} :4,58) han alcanzado la media de puntuaciones más alta dentro de la modalidad presencial.

En la tabla 5 se distingue que las ventajas VH5 (\bar{x} :4,61), VH2 (\bar{x} :4,56) y desventajas DH2 (\bar{x} :4,10), DH3 (\bar{x} :3,84) han alcanzado la media de puntuaciones más alta dentro de la modalidad home office.

Tabla 4. Frecuencia de respuesta de las ventajas y desventajas de la modalidad laboral presencial (n=211)



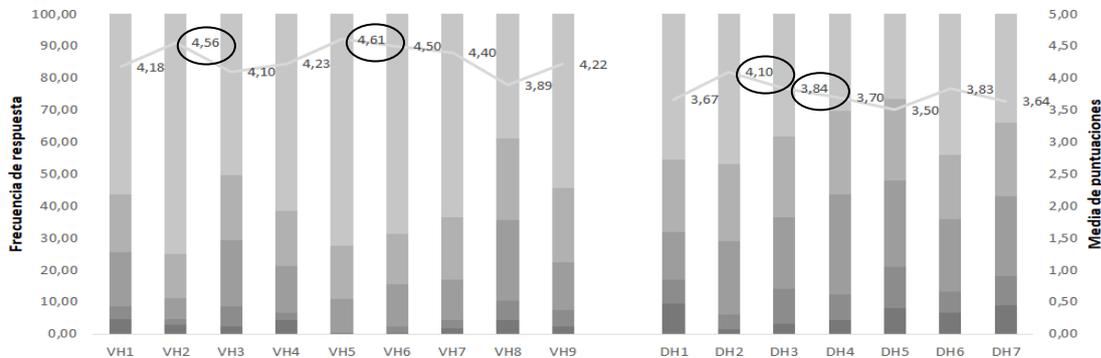
Ventajas modalidad presencial (VP)

Desventajas modalidad presencial (DP)

- VP1 Existe mayor facilidad de entiendo del trabajo
- VP2 Existe mayor facilidad de aprendizaje
- VP3 Existe mayor salud emocional
- VP4 Existe mayor concentración en el trabajo
- VP5 Existe mayor sentimiento de pertenencia empresarial
- VP6 Existe mayor facilidad para la integración de nuevos miembros
- DP1 Existe mayor dificultad de conciliación de los trabajadores con su vida personal
- DP2 Existe mayor posibilidad de llegadas tardías
- DP3 Existe mayor aumento de costos en el mantenimiento de las oficinas
- DP4 Existe mayor aumento de costos en los suministros de las oficinas
- DP5 Existe mayor cuidado en la toma de medidas de prevención sanitaria
- DP6 Existe mayor posibilidad de generar conflictos entre colegas

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 5. Frecuencia de respuesta de las ventajas y desventajas de la modalidad laboral home office (n=211)



Ventajas modalidad home office (VH)

Desventajas modalidad home office (DH)

- VH1 Existe mayor flexibilidad horaria
- VH2 Existe menor tiempo de desplazamiento
- VH3 Existe mayor calidad de vida familiar, social y laboral
- VH4 Existe mayor responsabilidad individual
- VH5 Existe mayor aprovechamiento de la Tecnología
- VH6 Existe mayor reducción de espacio físico en el trabajo
- VH7 Existe mayor reducción de costos generales
- VH8 Existe mayor incremento en la productividad del trabajo
- VH9 Existe mayor disminución de ausentismos laboral
- DH1 Existe mayores distracciones
- DH2 Existe mayor falta de límites en el horario de trabajo
- DH3 Existe mayores interrupciones entre lo laboral y personal
- DH4 Existe mayor falencia de infraestructura laboral
- DH5 Existe mayores fallas en la comunicación debido a cambios de canales
- DH6 Aumenta los problemas de conexión a internet
- DH7 Aumenta los problemas de lentitud y/o fallas en la infraestructura tecnológicas de la empresa

Fuente: Elaboración propia (2022)

DISCUSIÓN

El fuerte impacto de la crisis sanitaria actual o llamada pandemia del COVID-19, ha dejado grandes secuelas a nivel mundial (Ballesteros et al, 2020), tanto en el sector comercial, servicio e industrial se han resentido los efectos. Las organizaciones y/o empresas, de carácter individual o jurídico, tuvieron que adoptar el concepto de la re-ingeniería dentro de las gestiones laborales con la finalidad de permanecer activos y competitivos durante la pandemia. De esta manera, aparecieron las diversas modalidades de trabajo (presencial u home office) según las funciones específicas de cada puesto de trabajo (Dingel y Neiman, 2020).

Un aspecto interesante a resaltar es la poca variación existente bajo la modalidad mixta, durante (30,3%) y después de la cuarentena (35,5%). Esto puede explicarse que laborar bajo dicha modalidad puede ser beneficioso tanto para los trabajadores como para las empresas en términos de costos y tiempo. En términos monetarios nos referimos a los gastos generales de mantenimiento de la infraestructura, limpieza, materiales entre otros para las organizaciones. Y tiempo, la flexibilidad horaria de trabajo para los empleados.

Otro factor importante a recalcar apunta hacia la posibilidad de trabajar bajo la modalidad home office de aquí en más. Un 43,3% de los presenciales se encuentran muy de acuerdo de que dicha forma de trabajo es aceptable y que pueden tomarlo sin inconvenientes. Sin duda alguna, el home office trae consigo ventajas y desventajas, solo habría que barajear lo que realmente pesa para cada uno y de allí en adelante elegir por la mejor opción. Esto también tiene mucho que ver con el tipo de funciones de cada cargo. En caso de poder realizarlo vía remoto, entonces sería conveniente para ambas partes (empleado/empresa) optar por el home office.

Entre las ventajas de la modalidad presencial se encuentra la VP2 Existe mayor facilidad de aprendizaje (\bar{x} :3,91) y VP6 Existe mayor facilidad para la integración de nuevos miembros (\bar{x} :4,17) con las puntuaciones más altas dentro del estudio. Indudablemente, adquirir un nuevo conocimiento es preferible realizarlo face to face, donde la retroalimentación es inmediata y el interés es mayor. Además, la interacción entre colaboradores puede disminuir conflictos socio cognitivos entendiéndose como aquellas acciones que pueden ser beneficiados para el aprendizaje colaborativo.

En cuanto a las desventajas, el DP3 Existe mayor aumento de costos en el mantenimiento de las oficinas (\bar{x} :4,58) y DP4 Existe mayor aumento de costos en los suministros de las oficinas (\bar{x} :4,64) han alcanzado la media más elevada. Ambas desventajas asientan en el costo que incurren las empresas. Evidentemente, si existe movimiento en el lugar de trabajo siempre traerá consigo algún tipo de gastos donde la empresa tendrá que cubrir. Esto podría ser la clave del porque algunas empresas permiten el home office después de la cuarentena del COVID-19.

Con respecto a las ventajas de la modalidad home office, la VH2 Existe menor tiempo de desplazamiento (\bar{x} :4,56) y VH5 Existe mayor aprovechamiento de la Tecnología (\bar{x} :4,61) han obtenido la media más elevada. Indiscutiblemente dichas ventajas se enfocan más a los colaboradores que a las empresas. Muchos trabajadores adoptan la modalidad home office después de la cuarentena por varias razones: costumbre (después de haber trabajado por casi dos años en el hogar) y movilidad (desplazamiento desde la casa al lugar de trabajo). Las TIC ya es considerada una herramienta indispensable y crítica para el trabajo remoto puesto que sin ella, las funciones no podrían lograrse efectivamente. Asimismo, entre las desventajas, la DH2 Existe mayor falta de límites en el horario de trabajo (\bar{x} :4,10) y DH3 Existe mayores interrupciones entre lo laboral y personal (\bar{x} :3,84) son percibidos como los inconvenientes más frecuentes entre

los trabajadores del home office. Muchas veces trabajar en casa significa no tener la noción del tiempo, puesto que los objetivos deben ser cumplidos sin importar dónde, cuándo o como lo realice el colaborador. La interacción del trabajador con la familia (padres, pareja e hijos) también entran dentro del tiempo de trabajo. La posibilidad de no atender primero los asuntos familiares es casi nula, a menos que ya de antemano se tengan compromisos establecidos. Ej: reunión virtual.

En comparación con el estudio de Vidiella (2020), el 67% eligieron el home office, 20% presencial y 13% mixta. Asimismo, Brava et al. (2020) confirman que el 68% realiza exclusivamente home Office y el 20% en ambas modalidades. En nuestro estudio este porcentaje varía a 10,9% home office, 53,6% presencial y 35,5% mixta. Prácticamente, un gran porcentaje de trabajadores volvieron a la modalidad presencial y otros híbridos después de la cuarentena.

En cuanto a las ventajas de la modalidad home office, el autor Vidiella (2020) indica que existe un menor costo de traslados desde la casa al trabajo y mayor comodidad de estar en el hogar, que efectivamente concuerda con nuestro estudio. Con respecto a las desventajas de la modalidad home office, los autores Brava et al. (2020) demuestran que casi la mitad de los encuestados han extendido su jornada laboral, al igual que en nuestro trabajo se confirma que existe una falta de límites en el horario de trabajo (\bar{x} :4,19).

Se concluye que las personas no descartan la posibilidad de seguir trabajando bajo la modalidad laboral home office de aquí en adelante, mientras que volver a la presencialidad puede terminar en un proceso de cambio y re adaptación.

Las empresas deberían de evaluar la posibilidad de buscar alternativas de solución para el caso, determinando aquellas funciones o cargos/puestos donde es posible realizarlo bajo la modalidad remota. Cabe recordar que dentro de la taxonomía de generaciones: personas que se encuentran bajo la Generación X y/o Millennials son prácticamente nativos digitales, por lo que el manejo de las TIC ya no es considerado como un obstáculo.

Declaración de las autoras: Las autoras aprueban la versión final del artículo.

Conflicto de interés: Las autoras declaran no tener conflicto de interés.

Financiación: Con financiación propia.

Contribución de las autoras: Chap Kau Kwan Chung: Participación importante en la idea, diseño de la investigación, muestra, elaboración del instrumento de medición, procesamiento estadístico, análisis y discusión de los resultados, redacción del borrador del trabajo y versión final. Sophia Micaela Vázquez, Ivanna Acuña López y Lorena Aldama: Participación en la idea, análisis y discusión de los resultados. Myrna Ruíz Díaz: Participación en el análisis, discusión de los resultados y versión final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abirached Fernández, M. T., Torres Ríos, J., y Dettmer García, J. O. (2021). Hábitos de consumo modificados durante la pandemia de COVID-19. *Realidad Empresarial*, (11), 16–22. <https://doi.org/10.51378/reuca.v0i11.6171>
- Abril Sánchez, M. G., y Becerra Hernández, M. D. C. (2022). *Riesgos psicosociales laborales en los docentes de una unidad educativa a causa del home office, en el contexto de la pandemia por COVID-19, en las provincias de Santa Elena y Galápagos*. [Tesis de

- Grado]. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/18355>
- Achá Sabogal, A. (2022). *Satisfacción laboral antes y durante la crisis sanitaria en el sector salud*. [Tesis de Grado]. Universidad Peruano Cayetano Heredia. <https://bit.ly/3NRN9fe>
- Ballesteros, E. Y., Parra, D. A., y Aguayo, V. R. (2020). Competitividad y sustentabilidad en la gestión estratégica de las empresas globales en tiempos de COVID-19. *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*, 10(4), 899–916.
- Barreneche Sánchez, N. (2021). *El trabajo en casa y el teletrabajo. Sus implicaciones en la productividad laboral, estilo de vida y procesos comunicativos en empresas y trabajadores*. [Tesis de Grado]. Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/58679>
- Brava, E., Pérez, J., y Risiglione, M. (2020). *Desafíos organizacionales en tiempos de Pandemia. Home Office: una modalidad que se impone*. XIII COINI - Congreso Internacional de Ingeniería Industrial, 233-243. San Rafael. <https://bit.ly/3bSulPB>
- Di Martino, V., y Wirth, L. (1990). Telework: A new way of working and living. *International Labour Review*, 129(5), 529-554. <https://eric.ed.gov/?id=EJ420903>.
- Dingel, J. I., y Neiman, B. (2020). How Many Jobs Can be Done at Home?. *Journal of Public Economics*, 189, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.10423>
- Drew. (2 de julio de 2021). *Home Office vs. trabajo presencial. ¿Qué modalidad elegir?* En Drew. <https://blog.wearedrew.co/home-office-vs-trabajo-presencial-que-modalidad-elegir>
- García, L. (2020). *Home office, una opción laboral antes y después del coronavirus*. Ciencia UNAM. <https://bit.ly/3c7FVqp>
- Ibarra-Muñoz, A. M, Varela-Castro, W. H., y Yañez-Betancourt, G. (2022). Impacto del “Home office” en la productividad y competitividad de las empresas a raíz de la pandemia COVID-19. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 15(15), 984-1003. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1993>
- Infante-Moro, A., Infante-Moro, J. C., Gallardo-Pérez, J., Martínez-López, F. J., y García-Ordaz, M. (2018). Evolución del teletrabajo en el sector empresarial español: causas de su lenta implantación. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBEC)*, 5(1), 87-93. <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/345>
- Jara Espinoza, J. M. (2022). *Motivación y Trabajo Remoto por Emergencia Sanitaria COVID19 en Servidores de una Institución Pública en Huaraz, 2021*. [Tesis de Grado]. Universidad César Vallejo. . <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3124595>
- Laines Alamina, C. I., Hernández García, A. P., y Zamayoa Urbina, D. A. (2021). La importancia de las habilidades blandas en el Home office y su impacto en la productividad de una empresa. *VinculaTégica*, 7(1), 929–944. <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-176>
- López Sánchez, M. M. (2022). Nuevos modelos laborales. *Sistemas*, 8-13. [10.29236/sistemas.n162a2](https://doi.org/10.29236/sistemas.n162a2)
- Mendoza Cota, J. (2020). COVID-19 y el empleo en México: impacto inicial y pronósticos de corto plazo Colegio de la Frontera Norte, México. *Contaduría y Administración*, 65(4). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7590711>

- Organización Internacional del Trabajo. (2021). *Observatorio de la OIT: La COVID-19 y el mundo del trabajo. Octava edición Estimaciones actualizadas y análisis*. Organización Internacional de Trabajo. <https://bit.ly/3avJuGq>
- Quiroz Cappello, L. A.; Herrera Arroyo, M. C.; Chamba Tapia, M. V.; Cifuentes García, G. C.; Mucarsel Figueroa, M. F. y Pozo Chávez, K. E. (2022). *Implementación de un aplicativo para la planificación y control del trabajo híbrido en el Banco Procredit Ecuador*. UIDE. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/5090>
- Rafalski, J. C. y De Andrade, A. L. (2015). Home-Office: aspectos exploratorios de trabajar desde casa. *Temas em Psicologia*, 23(2), 431-441. [10.9788/TP2015.2-14](https://doi.org/10.9788/TP2015.2-14)
- Rojas Cabello, A. R. (2022). *Ansiedad y estrés laboral en colaboradores bajo modalidad Home office de una entidad financiera privada de Lima Norte, 2021*. [Tesis de Grado]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/81380>
- Sohrabi, C., Alsafi, Z., O'Neill, N., Khan, M., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Losifidis, C., y Agha, R. (2020). World Health Organization declares global emergency a review of the 2019 novel coronavirus (COVID-19). *Int J Surg*, 76, 71-76. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.02.034>
- Torero Racchumi, R. M. (2022). *Gestión del trabajo remoto y el desempeño laboral de los asesores de un Call Center en Lima 2020*. [Tesis de Maestría]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/82950>
- Vidiella, I. (2020). *Home office aplicado a una empresa constructora*. [Tesis de Especialización]. Universidad Tecnológica Nacional. <http://hdl.handle.net/20.500.12272/5193>

Artículo Original/ Original Article

Incidencia del uso de las TIC en el aprendizaje significativo durante la pandemia del COVID-19 en la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo, Paraguay

Incidence of the use of ICT in meaningful learning during COVID-19 at the National University of Villarrica del Espíritu Santo, Paraguay

Idalgo Balletbo Fernández* , **Claudio Quintana** 

Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo, Facultad de Ciencias Económicas. Villarrica, Paraguay

**Cómo referenciar este artículo/
How to reference this article**

Balletbo Fernández, I., y Quintana, C. (2022). Incidencia del uso de las TIC en el aprendizaje significativo durante la pandemia del COVID-19 en la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo, Paraguay. *Revista científica en ciencias sociales*, 4(2), 18-26.

RESUMEN

El objetivo es describir la incidencia del uso de las TIC en el aprendizaje significativo durante la pandemia del COVID-19 en la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo, Paraguay. Se basó en un enfoque mixto de corte transeccional y descriptivo. La muestra fue de 26 docentes y 107 estudiantes de las carreras de Administración de Empresas y Contador Público Nacional. Los criterios de inclusión fueron estar activos, pertenecientes a unas de las dos carreras y participación voluntaria. Se realizó entrevistas a docentes (11 preguntas) y encuestas a estudiantes (6 preguntas) enviado vía WhatsApp, ambos por conveniencia en 2021. La herramienta con mayor frecuencia de uso por los docentes es la Plataforma Moodle (68%), el recurso de mayor distribución de los contenidos en PDF (60%) e implementación de actividades individuales (56%). Además, los estudiantes afirman que la educación virtual no es ni mejor ni peor que la educación presencial (61%) pero confirman que las herramientas tecnológicas colaboran con el desarrollo del aprendizaje (83%). Se logra conseguir un aprendizaje significativo en los estudiantes mediante el uso de las TIC en la modalidad virtual. Finalmente, se debe tener en cuenta factores como: competencias digitales del docente y; infraestructura tecnológica en instituciones educativas.

Palabras clave: aprendizaje; pandemia; tecnología; educación; TIC; docente

ABSTRACT

The objective is to describe the incidence of the use of ICT in meaningful learning during the COVID-19 pandemic at the National University of Villarrica del Espíritu Santo, Paraguay. It was based on a mixed cross-sectional and descriptive approach. The sample consisted of 26 teachers and 107 students from the Business Administration and National Public Accountant careers. The inclusion criteria were being active, belonging to one of the two careers and voluntary participation. Interviews were conducted with teachers (11 questions) and surveys with students (6 questions) sent via WhatsApp, both for convenience in 2021. The tool most frequently used by teachers is the Moodle Platform (68%), the most frequently used resource for distribution of the contents in PDF (60%) and implementation of individual activities (56%). In addition, the students affirm that virtual education is neither better nor worse than face-to-face education

Fecha de recepción: 10 de febrero 2022 - Fecha de aceptación: 30 de mayo 2022

***Autor correspondiente:** Idalgo Balletbo Fernández

email: ipsjb@yahoo.es



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia *Creative Commons*

(61%) but confirm that technological tools collaborate with the development of learning (83%). It is possible to achieve significant learning in students through the use of ICT in the virtual modality. Finally, factors that must be taken into account are: digital skills of the teacher and; technological infrastructure in educational institutions.

Keywords: learning; pandemic; technology; education; ICT; teacher

INTRODUCCIÓN

Si bien los avances tecnológicos han representado cambios en todos los aspectos de la vida económica, social y cultural, este trabajo de investigación pretende analizarlo desde el ámbito educativo. Grandes debates sobre el impacto que tiene el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en el ámbito educativo, se han generado en las últimas décadas (Revelo Rosero, 2020). Siempre se ha hablado de cambios de paradigmas junto con el desarrollo tecnológico, pero muchas veces los cambios no son fácilmente visibles en la realidad educativa. Actualmente, la existencia de los centros de Tecnología de la Información y la Comunicación TIC se encuentran en cooperación con el mundo educativo (Pérez Porto y Merino, 2010) y, esto se acentúa con la situación del aislamiento social resultado de la pandemia del COVID-19, donde ha obligado a utilizar sin elección las TIC para seguir avanzando en los procesos formativos desde la distancia (Dussel et al., 2020). Por lo tanto, las TIC se han convertido en medios poderosos para ser utilizados en el aprendizaje, gracias a características como la flexibilidad (Padilla-Beltrán et al., 2014), la interactividad, la inmaterialidad, la instantaneidad, la diversidad e innovación, entre otras (Cabero, 2007).

Su utilización se ha extendido en los últimos años y se lo valora como un factor importante para la mejora en las prácticas educativas en sus diferentes niveles (Padilla Meléndez y del Águila-Obra, 2015). Así como Ausebel define al aprendizaje significativo como la “construcción de conocimientos a partir del mismo sujeto, donde el docente actúa como guía para que el estudiante descubra su aprendizaje significativo en base a los conocimientos previos” (Rodríguez, 2011, p. 31). Esta teoría es bastante conocida dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, pero muchas veces su implementación no resulta como debería ser, en el sentido de que los estudiantes no aprovechan el verdadero significado del aprendizaje significativo, más bien, utiliza la técnica del copiado-pegado con el fin de cumplir las exigencias académicas.

Algunas de las investigaciones relacionadas con el tema lo tenemos en: Psicopedagogía y TIC para el aprendizaje significativo (Quevedo-Álava et al., 2020), TIC en la educación (Stojanovic Casas, 2009; Sandoval, 2020), Aprendizaje significativo de TIC & COVID-19 (Mayorga Ponce et al., 2020), Herramientas tecnológicas durante la emergencia sanitaria COVID-19 (González et al., 2020), TIC como mediadoras en el proceso enseñanza-aprendizaje durante el COVID-19 (Pinos-Coronel et al., 2020), entre otros. Por las razones expuestas anteriormente, la presente investigación formula la siguiente interrogante: ¿Cuál es la incidencia del uso de las TIC en el aprendizaje significativo durante el COVID-19 en la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo, Paraguay?

METODOLOGÍA

Se basó en un enfoque mixto, diseño de corte transeccional y descriptivo. La población estuvo compuesta por 27 docentes y 145 estudiantes de las carreras de Licenciatura en Administración

de Empresas -ADM- (13 y 72) y Contador Público Nacional -CPN- (14 y 73) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo (UNVES). La muestra de 26 docentes (13 cada carrera) y 107 estudiantes (ADM: 53; CPN: 54) se calculó bajo un 95% de nivel de confianza, 5% margen de error y 50% grado de heterogeneidad. Ver tabla 1.

Tabla 1. Población y muestra de los docentes y estudiantes de las carreras de Administración de Empresas y Contador Público Nacional

Carrera	Docentes				Alumnos			
	Población	%	Muestra	%	Población	%	Muestra	%
Administración de Empresas	13	48	13	50	72	49,6	53	49,5
Contador Público Nacional	14	52	13	50	73	50,4	54	50,5
TOTAL	27	100	26	100	145	100	107	100

Fuente: Elaboración propia (2021)

Los criterios de inclusión para la selección de docentes fueron: profesor activo y perteneciente a la carrera de Administración de Empresas y/o Contador Público Nacional de la UNVES y con participación voluntaria para el estudio. En cuanto a la encuesta fueron seleccionados los estudiantes activos, matriculados en la carrera de Administración de Empresas y/o Contador Público Nacional de la UNVES y con participación voluntaria.

La recolección de datos consistió en entrevistas profundas, 20 minutos cada una, a docentes por conveniencia utilizando una guía de 11 preguntas (3 abiertas y 8 cerradas). Y para la encuesta se usó un cuestionario de 6 preguntas abiertas y cerradas auto-aplicables elaboradas en Google Forms enviado vía WhatsApp por conveniencia. El tiempo de la aplicación de los instrumentos fue en el mes de junio de 2021.

El procedimiento para la recolección de datos consistió en primer lugar en una entrevista con la Decana de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNVES, para explicar la importancia de la investigación y contar con una autorización por escrita, solicitando el permiso para la aplicación de las encuestas a estudiantes y entrevista a docentes. Luego, se elaboraron los instrumentos para la recolección de datos, tanto para el cuestionario para la encuesta como la guía de preguntas para las entrevistas. El día indicado por el Decanato se procedió a la aplicación de la encuesta remitida vía WhatsApp a los números telefónicos proveídos por la Secretaria General de la UNVES. Asimismo, la entrevista se tomó, en fecha y hora indicada, de forma presencial, privada y dentro del predio de la institución. Finalmente, para el análisis de datos se empleó el Excel para su codificación y tabulación, como así también su posterior análisis cuantitativo.

RESULTADOS

Después de haber analizado a 26 docentes y 107 estudiantes de las carreras de Licenciatura en Administración de Empresas y Contador Público Nacional de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo (UNVES), se obtienen los resultados más relevantes del estudio.

En la Tabla 2 se visualiza que entre la herramienta con mayor frecuencia solicitada por los docentes es la Plataforma (68%), WhatsApp (52%) y ocasionalmente el Meet (36%). Asimismo, comparten frecuentemente sus contenidos en la plataforma Moodle mediante la opción del uso de una Página (44%) y archivos en formato Power point (40%), mientras que PDF (60%) de forma muy frecuentemente, Excel (40%) raramente y Enlace a otras páginas (40%) ocasionalmente. Las

actividades individuales son solicitadas con mucha frecuencia (56%) a los estudiantes mediante el uso de la tarea (64%), cuestionario (52%) y ocasionalmente el foro (32%). No obstante, los problemas no son mayormente visibles durante el desarrollo de las clases, puesto que nunca han faltado las computadoras ni otros dispositivos para recibir las tareas (52%), o bien, falta de paquetes de datos (48%). Los docentes consideran que existe una debilidad en el uso de contenidos más interactivos (32%) y generación de actividades grupales en plataforma (28%), por lo que necesita de más capacitaciones con respecto a los ítems mencionados. Finalmente, los profesores solicitan de forma frecuente y muy frecuente las presentaciones de las actividades sin defensa (28%), mientras nunca piden las entregas con defensa más video grabado (44%) o defensa vía Meet (40%).

Siguiendo con los resultados, el 96% de los docentes manifestaron que es de mucha ayuda el uso de la plataforma Moodle para el desarrollo de las clases. Asimismo, han recalcado que el nivel de aprendizaje de los estudiantes durante la pandemia fue deficiente, por causa de que el país no se encuentra preparado para afrontar estos tipos de emergencias. La evaluación del aprendizaje de los estudiantes debe partir del ejercicio de adquisición de nuevos conocimientos y de los mecanismos necesarios para obtener las mismas. La modalidad virtual exige que los docentes adquieran las capacidades y estrategias necesarias para afrontar dicha situación. Finalmente, los docentes recomiendan que los agentes del proceso enseñanza-aprendizaje sepan utilizar y manejar correctamente las herramientas tecnológicas, y que no se debería de aplicar los mismos indicadores de logros u objetivos en una clase virtual como si fuera en una clase presencial.

En cuanto a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los estudiantes de ambas carreras ADM y CNP. Se destacaron que las herramientas con uso frecuente son la Plataforma (40%), WhatsApp (41%) y raramente el Meet (35%). Asimismo, manifestaron que el docente solicita con frecuencia para el desarrollo de las clases, las estrategias del copiado del PDF en base a una guía de preguntas, sacarle foto y levantarlo a la plataforma (30,4%) como así el desarrollado de los ejercicios en el cuaderno, sacarle foto y levantarlo a la plataforma (25,4%). Otras actividades a realizar fueron de forma individual (15,6%) y grupal (4%). Sin embargo, las actividades interactivas como Wikis y Glosarios fueron nulos (0%). Los estudiantes aseguraron que la educación virtual no es ni mejor ni peor que la educación presencial (61%) mientras que otros lo tomaron como algo pésimo (32%). Igualmente, los encuestados calificaron su nivel de aprendizaje virtual como normal (58%), pésimo (31%) y excelente (11%). En cuanto a si el uso de las herramientas y recursos tecnológicos colaboran con el mejor desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, los estudiantes han respondido en un 83% que sí, puesto que ofrecen múltiples ventajas, tanto para el estudiante como para el docente, pudiéndose de esta manera mejorar el nivel de aprendizaje. No obstante, el 17% niegan que éstos colaboren en el proceso aprendizaje, ya que sólo ayudan a un grupo o sector privilegiado, entendiéndose que no todos cuentan con las herramientas tecnológicas necesarias.

Tabla 2. Frecuencia de respuestas realizada a los docentes de las carreras de Licenciatura en Administración de Empresas y Contador Público Nacional de la UNVES

Preguntas		N	R	O	F	MF	
¿Cuáles son las Herramientas que utiliza con mayor frecuencia para el desarrollo de las clases?	Uso de la Plataforma Moodle	0%	0%	8%	24%	68%	
	Uso de WhatsApp	0%	0%	8%	40%	52%	
	Uso de Meet (clases en vivo)	28%	12%	36%	16%	8%	
Para compartir recursos (contenidos) por medio de la Plataforma Moodle, en que formato le facilita a los estudiantes?	Uso de Página para compartir textos y vídeos (editor del moodle)	12%	4%	16%	44%	24%	
	Uso de Archivos en formato PDF	0%	0%	4%	36%	60%	
	Uso de Archivos en formato Excel	12%	40%	16%	16%	16%	
	Uso de Archivos en formato PowerPoint	12%	12%	4%	40%	32%	
	Uso de Enlace o otras páginas de interés (del moodle)	0%	0%	40%	28%	32%	
¿Qué tipo de actividades solicita con mayor frecuencia a sus estudiantes?	Actividades interactivas	4%	8%	32%	32%	24%	
	Actividades individuales	0%	4%	16%	24%	56%	
	Actividades Grupales	16%	8%	28%	28%	20%	
Para generar actividades por medio de la plataforma Moodle, ¿cuál es la actividad que utiliza con mayor frecuencia?	Cuestionario	4%	4%	20%	20%	52%	
	Foro	4%	20%	32%	24%	20%	
	Tarea	4%	0%	8%	24%	64%	
	Wikis	0%	0%	0%	0%	0%	
	Glosario	0%	0%	0%	0%	0%	
	WhatsApp	20%	12%	16%	24%	28%	
	Falta de Conectividad a Internet	16%	16%	24%	24%	20%	
¿Cuáles son los problemas que tuviste que superar para el desarrollo de las clases?	Falta de Computadoras	52%	8%	20%	16%	4%	
	Falta de Smartphone u otros dispositivos para recibir las tareas	52%	20%	12%	12%	4%	
	Falta de paquetes de datos (saldo)	48%	4%	20%	12%	16%	
	Alguna discapacidad que limite el uso adecuado de la Plataforma por su parte	40%	24%	24%	12%	0%	
	Falta de una herramienta que facilite la interactividad como las clases en vivo por medio del Meet, Zoom u otra plataforma	36%	16%	20%	20%	8%	
	Elaboración de una clase virtual (planificación de los momentos didácticos)	28%	32%	20%	8%	12%	
	Uso de los recursos para generar actividades interactivas en la plataforma	24%	20%	20%	16%	20%	
En que herramientas consideras que necesitas más capacitación:	Uso de los recursos para generar actividades grupales en la plataforma	16%	24%	20%	28%	12%	
	Uso de los recursos para facilitar información con contenidos más interactivos (combinar textos, imágenes, vídeos, slides, otros)	24%	20%	16%	32%	8%	
	Medio por el cual solicita la presentación de las actividades de los estudiantes	En un archivo y defensa con video grabado	44%	20%	12%	8%	16%
	Archivo y defensa en vivo por Meet u otra plataforma	40%	28%	8%	20%	4%	
	Archivo sin defensa	16%	24%	4%	28%	28%	

Referencia: N=Nunca; R=Raramente; O=Ocasionalmente; F=Frecuentemente; MF=Muy Frecuentemente

Fuente: Elaboración propia (2021)

DISCUSIÓN

Desde el inicio de la historia del sistema educativo, éste ha pasado por diferentes etapas de evolución y/o perfeccionamiento. Si bien, estos cambios suelen respetar un cierto orden y proceso

(gradual y procesual), la educación se vio igual afectada por la crisis sanitaria de la pandemia del COVID-19 en el 2020 (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020). Desde la perspectiva de la formación integral del individuo como uno de los objetivos principales de la educación, la diferencia existente entre la educación presencial versus virtual u online es prácticamente nula, puesto que la única discrepancia sería la forma de desarrollo de clases y la optimización del uso en cada modalidad (Sangrá y Wheeler, 2013). En el contexto nacional el sistema educativo paraguayo, haciendo hincapié en las instituciones estatales, se ha podido observar la carencia de la implementación adecuada de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Teniendo en cuenta que, al hablar de las TIC, éste no solo refiere al uso de celulares, computadores u otros dispositivos móviles, más bien, apunta a la implementación de programas y/o software que permiten el desarrollo de un aprendizaje significativo y constructivista. La articulación de las herramientas TIC, en el contexto virtual, ha dado un nuevo impulso a los procesos pedagógicos, creando experiencias significativas e innovadoras (Villafuerte, 2019). Así como lo señala González Jaimes (2020), la educación a distancia se ha convertido una herramienta didáctica indispensable para promover el aprendizaje.

En cuanto al uso de contenidos interactivos en la plataforma, un 32% han mencionado que existe una debilidad en cuanto a su implementación, es decir, los docentes no cuentan con la experiencia necesaria para el manejo de metodologías dinámicas en clase y otros 28% aseguran tener debilitamiento en la generación de actividades grupales en plataforma. Esto da a entender que las capacitaciones son muy importantes a la hora de incorporar nuevas tecnologías informáticas. Las universidades han empezado a solicitar desde décadas atrás la aplicación de metodologías dinámicas para las clases presenciales, en donde el docente debía de incursionar en el campo de las didácticas activas para generar un rompimiento del sistema educativo tradicional (Legarda-López (2021). De igual forma, las competencias digitales del docente (Castellanos Adarme et al., 2020) y el empleo de las herramientas digitales permiten alcanzar un mayor nivel de motivación y adaptación de los contenidos a los diferentes medios de difusión cada vez más conocidos por los alumnos (Fernández, 2011). En cuanto a la UNVES, se ha constatado que el grado de conocimiento de los docentes y alumnos en la utilización de la plataforma virtual MOODLE como recurso didáctico es satisfactorio, tanto alumnos como docentes han realizado capacitación sistemática prolongada, con asesoramiento esporádico de expertos, y otros lo lograron con autogestión, práctica de ensayo y error.

Desde la perspectiva de los estudiantes, un 61% han confirmado que la educación virtual no es ni mejor ni peor que la educación presencial, dando a entender de esta manera que más del 50% no tiene preferencia en cuanto a la modalidad de estudio, aunque al mismo tiempo un 32% lo han considerado como una forma pésima de estudio. En cierta manera, muchos de los estudiantes universitarios prefieren la modalidad presencial para su formación, aunque eso implique inversión en tiempo y traslado de un punto a otro. Paralelamente, un 83% de los alumnos aseguran que el uso de las herramientas y recursos tecnológicos aumenta el nivel de enseñanza-aprendizaje.

En comparación con investigaciones de Pinos-Coronel, et al. (2020), los autores señalan que las herramientas tecnológicas más utilizadas durante la pandemia del COVID-19 fueron el WhatsApp (67%) y Zoom (81%). No obstante, en nuestro estudio también se ha encontrado con un alto porcentaje de uso en el WhatsApp por parte de los docentes (52%) y estudiantes (41%). En contraste con las herramientas para videoconferencias, se ha encontrado solamente la rara

utilización del Meet en docentes (36%) y estudiantes (35%). De modo similar, la aplicación del Wiki tuvo un bajo nivel de implementación en ambos estudios, 20% y 0% respectivamente. En relación a un estudio realizado por los autores Mayorga-Ponce et al., (2020), el uso de la plataforma por parte de los alumnos fue de 32%, resultado similar a la presente investigación del 40%.

A partir de los resultados arrojados por la presente investigación se recomienda que el docente ponga en prácticas diferentes estrategias metodológicas utilizando las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como las Tecnologías de Aprendizaje y Conocimiento (TAC), permitiendo de este modo lograr el aprendizaje significativo para el estudiante durante el proceso de enseñanza-aprendizaje; cree un ambiente estimulante en el cual el educando pueda estar motivado; posea conocimientos teórico y práctico facilitando la evaluación del educando, con respecto a lo aplicado y solicitado por medio del uso de las TIC; oriente para que el educando adquiera habilidades de pensar, analizar, diferenciar, emitir pensamientos y saberes por medio del uso de las herramientas tecnológicas con las cuales cuenta; corrija errores e informe sobre los resultados a obtener así como llegar a ellos con el uso de las TIC; aliente la presentación de soluciones variadas estimulando la originalidad y; supere y capacite en el uso de las TIC.

Finalmente, existen múltiples factores que inciden directamente en el logro del aprendizaje significativo en los estudiantes, y entre ellos se encuentran la preparación de los propios docentes en cuanto al uso correcto de las TIC en especial el uso de la plataforma educativa de la universidad, la falta de infraestructura para el uso de las TIC ya sea en las instituciones educativas y en los propios hogares de los estudiantes, el desconocimiento de estrategias y metodologías de enseñanza virtual. Si se pretende obtener una sociedad con mayores niveles de conocimientos, será necesario apuntar al desarrollo y al avance del país en las diferentes áreas, disminuyendo las falencias de los recursos humanos como tecnológicos y lograr avances significativos conforme a los fines de la educación paraguaya.

AGRADECIMIENTO

Se agradece al Comité Científico de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo, Paraguay por su colaboración en el trabajo de investigación.

Declaración de los autores: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de interés.

Financiación: Con financiación propia

Contribución de los autores: Idalgo Balletbo Fernández: Participación importante en el diseño de la investigación, selección de la muestra, elaboración del instrumento de medición, procesamiento estadístico, análisis y discusión de los resultados, redacción del borrador del trabajo y versión final. Claudio Quintana: Participación importante en la idea, elaboración del instrumento de medición, procesamiento estadístico, análisis, discusión de los resultados y versión final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabero, J. (2007). Las necesidades de las TICs en el ámbito educativo: riesgos y oportunidades. *Tecnología y Comunicación Educativas*, 21(45), 4-19.

- <https://biblat.unam.mx/hevila/Tecnologiycomunicacioneducativas/2007/vol21/no45/1.pdf>
- Castellanos Adarme, M. E., Nieto Sánchez, Z. C., y Parra López, H. M. (2020). Interpretación de las competencias digitales profesoras presentes en el contexto universitario. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 10(1), 41-51. <https://doi.org/10.22335/rlct.v10i1.518>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *Informe COVID – 19: La educación en tiempo de la pandemia de COVID 19*. CEPAL – UNESCO. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45904/1/S2000510_es.pdf
- Dussel, I., Ferrante, P. y Pulfer, D. (2020). *Pensar la educación en tiempos de pandemia: la emergencia, el compromiso y la espera*. CLACSO - UNIPE <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/unipe/20200820015548/Pensar-la-educacion.pdf>
- Fernández, J. M. (2011). *Multimodalidad y calidad educativa: los retos de construcción de conocimiento disciplinar en ambientes mediados por tecnología digital*. XII Encuentro Internacional Virtual Educa. México, D. F.
- González, D. P. G., Herrera, D. G. G., Berrezueta, L. B. C., y Álvarez, J. C. E. (2020). Herramientas tecnológicas aplicadas por los docentes durante la emergencia sanitaria COVID-19. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(1), 332-350. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7610735>
- González Jaimes, E. I. (2020). Guía de enseñanza para el aprendizaje exitoso en educación a distancia universitaria. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.750>
- Legarda-López, N. C. (2021). Didácticas funcionales vs. enseñanza tradicional con clase expositiva en el ámbito universitario. *Revista UNIMAR*, 39(2), 268-286. <https://doi.org/10.31948/Rev.unimar/unimar39-2-art13>
- Mayorga-Ponce, R. B, Martínez-Alamillab, A., y Salazar-Valdezc, D. (2020). Aprendizaje significativo de TICs & COVID-19. Instituto de Ciencias de la Salud. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. *Educación y Salud Boletín Científico*, 9(17), 41-44. <https://doi.org/10.29057/icsa.v9i17.6546>
- Padilla-Beltrán, J. E., Vega Rojas, P. L., y Rincón-Caballero, D. A. (2014). Tendencias y dificultades para el uso de las TIC en educación superior. *Entramado*, 10(1), 272–295. <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v10n1/v10n1a17.pdf>
- Padilla Meléndez, A., y del Águila-Obra, A. R. (2015). Empleo de moodle en los procesos de enseñanza-aprendizaje de dirección de empresas: nuevo perfil del estudiante en el EEES. *Educación XXI*, 18(1), 125-146. <http://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/view/12314/12215>
- Pérez Porto, J., y Merino, M. (2010). *Definición de recursos tecnológicos*. <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>
- Pinos-Coronel, P. C., García-Herrera, D. G., Erazo-Álvarez J. C., y Narváez-Zurita, C. I. (2020). Las TIC como mediadoras en el proceso enseñanza – aprendizaje durante la pandemia del COVID-19. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(1), 121-142. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i1.772>

- Quevedo-Álava, R., Corrales-Moreno, L., Palma-Delgado, G., y Mendoza-Suárez, G. (2020). Psicopedagogía y TIC en período de COVID-19: una reflexión para el aprendizaje significativo. *Episteme Koinonia*, 3(5), 202-222. <http://dx.doi.org/10.35381/e.k.v3i5.769>
- Revelo Rosero, J. (2020). Impacto del uso de las TIC como herramientas para el aprendizaje de la matemática de los estudiantes de educación media. *Revista de la Facultad de Ciencias Médicas*, 1(1), 70-91. <https://doi.org/10.29166/catedra.v1i1.764>
- Rodríguez, M. (2011). La teoría del aprendizaje significativo: una revisión aplicable a la escuela actual. *Revista Electrónica d'Investigació i Innovació Educativa i Socioeducativa*, 3(1), 29-50. http://www.in.uib.cat/pags/volumenes/vol3_num1/rodriguez/index.html
- Sangrá, A., y Wheeler, S. (2013). Nuevas formas de aprendizaje informales: ¿O estamos formalizando lo informal?. En: La informalización de la educación. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 10(1), 107-115. <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v10i1.1689>
- Sandoval, C. H. (2020). La Educación en Tiempo del Covid-19 Herramientas TIC: El Nuevo Rol Docente en el Fortalecimiento del Proceso Enseñanza Aprendizaje de las Prácticas Educativa Innovadoras. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 9(2), 24-31. <https://doi.org/10.37843/rted.v9i2.138>
- Stojanovic Casas, L. (2009). Tecnologías de comunicación e información en educación: Referentes para el análisis de entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje. *Revista de Investigación*, 33(68), 159-197. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1010-29142009000300008&lng=es&tlng=es
- Villafuerte, J., y Demera, E. (2017). La asociación rural factor impulsor para el cambio de la matriz productiva. *Mar Abierto*. https://issuu.com/marabierto/leam/docs/natura_cultura_desarrollo

Optimización del Facebook en alojamientos del departamento de Paraguarí en Paraguay, 2021

Optimization of Facebook in accommodations of the Paraguarí department in Paraguay, 2021

Rosa Beatriz Bareiro Paredes , Hernán Isidro Suty Segovia* 

Universidad Americana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Asunción, Paraguay

Cómo referenciar este artículo/
How to reference this article

Bareiro Paredes, R. B., y Suty Segovia, H. I. (2022). Optimización del Facebook en alojamientos del departamento de Paraguarí en Paraguay, 2021. *Revista científica en ciencias sociales*, 4(2), 27-34.

RESUMEN

La investigación reside en analizar si las publicaciones en las páginas del *Facebook* de los prestadores de servicios de alojamiento del departamento de Paraguarí cumplen con algunos criterios para optimizar su presencia en red social y obtener mayor cantidad de seguidores. Se basó en un estudio cuantitativo de corte transversal y nivel descriptivo. La población estudiada consistió en 16 establecimientos inscriptos a octubre de 2021 en REGISTUR. Como criterios de inclusión se estableció que brinden alojamiento, cuenten con la red social *Facebook*, y no ser posadas turísticas. Se utilizó como instrumento de recolección de datos una lista de cotejo (13 criterios distribuidos en 3 variables): Publicaciones de Estado (6), Publicaciones de Imágenes (4) y Publicaciones de Enlaces (3). Los resultados más resaltantes denotan que las páginas del Facebook son usadas mayormente para subir imágenes (77%), en menor medida consideran importante la publicación de estados (37%) y es casi nulo el uso de enlaces –vinculación a otros sitios webs (7%). Se concluye que no se consideran los aspectos principales para optimizar la presencia de las empresas en la red social Facebook, probablemente por desconocimiento de las utilidades y usos de la misma, de manera a aumentar la visibilidad de sus establecimientos.

Palabras Clave: redes sociales; servicios; turismo; industria turística; sector terciario; Paraguay

ABSTRACT

The research lies in analyzing whether the publications on the Facebook pages of the accommodation service providers in the department of Paraguarí meet some criteria to optimize their presence on the social network and obtain a greater number of followers. It was based on a quantitative cross-sectional study and descriptive level. The study population consisted of 16 establishments registered as of October 2021 in the REGISTUR. As inclusion criteria, it is established that they provide accommodation, have the social network Facebook, and not be tourist inns. A checklist (13 criteria distributed in 3 variables) was brought as a data collection instrument: State Publications (6), Image Publications (4) and Link Publications (3). The most outstanding results denote that Facebook pages are mostly used to upload images (77%), to a lesser extent, considering the publication of statuses important (37%) and the use of links is almost nil -linking to other websites (7%). It is concluded that the main aspects to optimize the presence of companies in the Facebook social network are not considered, probably due to ignorance of its utilities and uses, in order to increase the visibility of their establishments.

Keywords: social media; services; tourism; tourist industry; service industries; Paraguay

Fecha de recepción: 29 de abril 2022 - Fecha de aceptación: 30 de junio 2022

*Autor correspondiente: Hernán Isidro Suty Segovia

email: her_su@hotmail.com



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia *Creative Commons*

INTRODUCCIÓN

En la era de la digitalización, el turismo es uno de los sectores que mayor utilización hace de los medios digitales para la promoción de los destinos, venta de paquetes y concreción de los pagos de los servicios mediante el comercio electrónico (Suty y Kwan, 2021), siendo “el único sector donde el comercio electrónico realmente funciona” (Chamorro Marín, 2018). En la actualidad, existen diversos “medios y redes sociales para conversar, compartir contenido e información” (Mendes Thomaz et al. 2013, p. 106). Dichas redes sociales como *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*, son usados como herramientas de promoción de los destinos turísticos (Mellinas, 2011), o bien, como refieren Torrado Rodríguez y Blanco Gregory (2019) “las herramientas de Internet como los Medios Sociales son el lugar al que recurren los visitantes para contar sus experiencias de viajes, dar opiniones, consejos, pero también para realizar consultas sobre destinos, actividades, etc., para próximos viajes” (p. 122). Así mismo, el proceso de búsqueda para seleccionar el destino al que se quiere viajar (Navarro, 2019), a los mejores proveedores (Díaz y Romero, 2021) y con el fin de promocionar, visibilizar y vender un destino, un hotel, una actividad, entre otros (González, 2019).

La importancia de contar con una página en Facebook, una de las redes sociales con mayor aceptación para la promoción de destinos y servicios turísticos, es necesario comprender el concepto del *Fanpage* como medio de comunicación o difusión dentro de la red. A diferencia de los perfiles, las fanpages son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto, empresa, causa o personaje en común (Siqueira, 2020). Y según el Manual Operativo de Redes Sociales para Destinos Turísticos (INVAT-TUR, 2014), el Facebook es una de las principales redes sociales donde un destino turístico debe tener presencia, ya que generan gran variedad de utilidades, tales como: derivación de visitas a otros espacios online (desde la página o fanpage del destino a otros como prestadores de servicios, atractivos y más); potencia a visitantes a conocer el lugar valiéndose de imágenes, fotos y videos; fideliza a seguidores de la página permitiendo mantener un contacto directo con los mismos a través de interacciones en las publicaciones y; ayuda a informar sobre actividades/eventos/actos que se realicen en el destino o en algún sitio en particular, posibilitando de este modo la programación de las visitas. No obstante, la aparición de la pandemia del COVID-19 en el sector turismo tuvo sus efectos negativos y forzosamente un impulso a la adopción de las TIC como “la nueva normalidad” provocada por la situación (Hernández y C., 2020) y ha obligado a las empresas del sector al uso de las redes sociales como una estrategia de supervivencia (Vera et al., 2021). La realidad paraguaya tampoco se escapa de estos sucesos, donde se evidencia que muchas empresas prestadoras de servicios turísticos, en particular aquellas que ofertan servicios de alojamiento debieron adaptarse a esta nueva forma de trabajar y promocionar, haciéndose cada vez más amiga de las redes sociales. El Departamento de Paraguarí, uno de los departamentos que cuenta con mayor afluencia de visitantes (turistas y excursionistas) por sus atractivos turísticos, tanto naturales como culturales en el Paraguay, considerándose además, según estudio realizado por Suty (2021) como uno de los destinos de mayor predilección del interior del país para los paraguayos, posee la mayor cantidad de posadas turísticas inscriptas ante la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR) según el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay (REGISTUR, 2021). Por todo lo expuesto, se hace necesario analizar aspectos relacionados con la promoción de los servicios turísticos en los alojamientos como hoteles, cabañas, hospedajes y quintas localizadas en dicho

departamento, es decir, analizar los criterios de optimización del Facebook en alojamientos del Departamento de Paraguarí en Paraguay, 2021.

METODOLOGÍA

Se basó en un estudio cuantitativo de corte transversal y nivel descriptivo. La población consistió en 16 establecimientos que prestan servicios de alojamiento en 8 ciudades: Paraguarí (5); Quiindy (1); San Roque González de Santa Cruz (2); Carapeguá (3); General Bernardino Caballero (2); Ybycuí (1); La Colmena (1) y Escobar (1) del departamento de Paraguarí y, se analizaron todos los alojamientos identificados. El motivo principal de la elección de Paraguarí para el presente estudio refiere a que es uno de los departamentos con mayor potencialidad turística (SENATUR, 2018a) donde ha tenido gran repercusión a nivel nacional gracias a sus atractivos y aumento de la oferta de alojamientos (SENATUR, 2018b). Los criterios de inclusión fueron: contar con una página en el Facebook, y estar en funcionamiento. Los criterios de exclusión fueron: estar registradas como posadas turísticas y encontrarse bajo los estados de cese definitivo; cese temporal; clausura definitiva; con reclamo; en sumario administrativo o con sanción. Del total de 16 establecimientos se tomaron en cuenta 15 alojamientos, uno ubicado en la localidad de General Bernardino Caballero, fue excluido por no disponer de una página en Facebook. Se aplicó como técnica de recolección de datos la revisión de las páginas de Facebook de las empresas prestadoras de servicios de alojamiento, utilizando como instrumento una lista de cotejo compuesto por tres variables y 13 criterios, a saber: publicaciones de estado (6), publicaciones de imágenes (4) y publicaciones de enlace (3) en el 2021.

En cuanto al proceso de recolección de datos, en primer lugar se elaboró la lista de cotejo considerando los criterios establecidos en el Manual Operativo de Redes Sociales para Destinos Turísticos del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT-TUR, 2014), con algunos ajustes. Luego, se identificaron los establecimientos que prestan servicios de alojamientos registrados a octubre de 2021 en la página web de la SENATUR, entre ellas hoteles, pensiones, hospedajes, cabañas, quintas y otros. (REGISTUR, 2021).

Además, se identificaron el estado actual (cese definitivo o temporal, clausura definitiva, con reclamo, documentación vencida, en funcionamiento, en sumario administrativo y con sanción) de dichos alojamientos. Finalmente, se analizaron a los sujetos del estudio teniendo en cuenta el cumplimiento de los criterios establecidos, como también otros datos básicos (ubicación por ciudad, estado y enlace de la fanpages de Facebook). Los datos fueron codificados para su posterior análisis.

RESULTADOS

Se analizaron las Fanpages de los 15 establecimientos que ofrecen alojamientos en el departamento de Paraguarí, se obtienen los resultados más relevantes:

En la Tabla 1 se observa que la mayor concentración de establecimientos de alojamientos en el departamento de Paraguarí, se encuentran en la ciudad de Paraguarí (33%), seguido de la ciudad de Carapeguá (20%). Así mismo, con relación a su estado en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos REGISTUR, el 60% de los establecimientos en la ciudad de Paraguarí está con documentación vencida (DV) y el 40% en funcionamiento (EF), el 100% de los alojamientos estudiados en las demás ciudades exceptuando a la localidad de Escobar y un establecimiento en San Roque, se encuentran con DV. También cabe resaltar que estos

establecimientos no están registrados en REGISTUR como posadas turísticas, más bien son hoteles (HT), hostales (HS), cabañas (CA), complejos turísticos (CT) y casa quinta (CQ).

Tabla 1. Cantidad y estados de alojamientos por ciudad

Ciudad	Estado	Tipo
Paraguarí	3 Documentación vencida	3 Hotel
	2 En funcionamiento	2 Cabaña
Carapeguá	3 Documentación vencida	1 Complejo turístico
		2 Hotel
Quiindy	1 Documentación vencida	1 Hotel
General Bernardino Caballero	1 Documentación vencida	1 Hostal
San Roque González de Santa Cruz	1 Documentación vencida	1 Hostal
	1 En funcionamiento	1 Casa Quinta
Ybycuí	1 Documentación vencida	1 Cabaña
La Colmena	1 Documentación vencida	1 Hostal
Escobar	1 En funcionamiento	1 Complejo turístico
Total		

Fuente: Elaboración propia (2022)

En la Tabla 2 se distingue que la variable con mayor cumplimiento en las páginas de FB, es la Publicación de Imágenes -PIM- (77%) seguido de Publicación de Estados -PES- (37%) y Publicaciones de Enlaces -PEN- (7%). En la variable de PIM se denota que todas publican fotos (100%), de las cuales 73% son de buena calidad, nítidas y claras. Así mismo, un 80% de las páginas analizadas utilizan videos en sus publicaciones, con un 53% de calidad en los mismos. En cuanto a PES se percata que el 86% de los establecimientos aplican el uso de redacción de títulos, para llamar la atención mediante una o dos líneas usadas para atraer la atención de los internautas, en el cual se resume el contenido del posteo e invita al seguidor a continuar leyendo. Además, el uso de Hashtags (80%) es muy común al observar en las Publicaciones de Estados y en menor medida (40%) los niveles de lectura donde se vuelca la atención del seguidor de mayor a menor, poniendo la información más trascendente al inicio y dejando las llamadas a la acción para el final. No obstante, el uso poco frecuente de enlaces en los títulos (13%) permite derivar mediante el posteo a otras webs y, ninguna de ellas usa la geolocalización ni la programación en sus estados. En la PEN solo el 20% hacen uso de los enlaces o links y ninguna utilizan la caja de enlaces para publicaciones ni YouTube.

Tabla 2. Cumplimiento de criterios para la optimización en el uso del Facebook

Variables	Criterios	Cantidad de fanpages	% de cumplimiento
Publicaciones de Estado -PES- (37%)	Redacción de títulos	13	86%
	Uso de enlaces en los títulos	2	13%
	Uso de hashtags	12	80%
	Uso de geolocalización	0	0%
	Uso de niveles de lectura	6	40%
	Uso de programación	0	0%
Publicaciones de Imágenes -PIM- (77%)	Uso de fotos	15	100%
	Buena calidad de las fotos	11	73%
	Uso de videos	12	80%
	Buena calidad de los vídeos	8	53%
Publicaciones de Enlaces -PEN- (7%)	Uso de enlaces en las publicaciones	3	20%
	Uso de las cajas de enlaces para las publicaciones	0	0%
	Incluye enlaces de vídeos de YouTube	0	0%

Fuente: Elaboración propia (2021)

DISCUSIÓN

El presente estudio ha dado notables resultados que permite analizar y debatir sobre la utilización de la red social *Facebook*, como una herramienta de promoción de los establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento turístico en el departamento de Paraguarí, considerando aspectos o criterios (tipos de publicaciones, estados, fotos y enlaces) que optimice su presencia o participación en el sector y, obtener de esta manera mayor cantidad de seguidores y/o cierres de ventas. Actualmente, el mercado turístico demanda un sin número de servicios y experiencias (Carballo Fuentes et al., 2015) que requieren de grandes cantidades de información (SERNATUR, 2018c), siendo las redes sociales una importante herramienta de creación de imagen y posicionamiento de los destinos turísticos (Feitosa et al., 2019). Asimismo, cabe mencionar que los viajeros necesitan de información para sentirse seguros a la hora de contratar un servicio mediante las redes sociales (Mendes Thomaz et al., 2013). Por tal motivo, aparecieron las redes sociales como espacios para compartir contenidos (post, publicaciones de anuncios, enlaces o *links*, imágenes, videos y fotos) que son utilizados por los encargados de los destinos turísticos y prestadores de servicios (Margaryan, 2012).

En cuanto a las variables analizadas en este estudio, se refleja que la Publicación de Imágenes (77%) tiene mayor grado de cumplimiento, esto es debido a que en turismo lo que más vende son las fotos y los vídeos, como refiere Larrea (2020) una imagen “constituye el primer punto de unión entre los destinos y los potenciales turistas que se motivan o se sientan atraídos por el valor imaginativo producido por la fotografía o imagen turística”, mientras que la Publicación de Estados (37%) y Publicaciones de Enlaces (7%) tuvieron menores frecuencias de uso, considerando la siguiente razón: desconocimiento de la utilidad de la redacción de titulares y enlaces, esto permite derivar o vincular directamente al seguidor a la página web del establecimiento o a su contacto directo (correo electrónico o *WhatsApp*), evitando de que el mismo siga leyendo otros *posteos* o buscando otras opciones. Así mismo, lo más común es que no se utilice los estados (publicaciones) y los enlaces para crear un gancho, donde se resuma el contenido del post y se acorte la búsqueda del cliente, derivándolo rápidamente a otro sitio donde pueda efectuarse consultas, reservas o compras de manera más ágil.

En comparación con otros estudios, se confirma que una de las redes sociales más utilizadas es *Facebook*, la situación del sector hotelero en redes sociales de España asegura que el 100% utiliza Facebook, (Fundación Orange, 2016). A igual que nuestro estudio, el 94% de los alojamientos analizados cuenta con esta red social para sus promociones. En el caso de los encargados de la promoción de destinos turísticos de Iberoamérica, ocurre lo mismo, estudio de Altamirano Benítez et al., (2016) confirman que el FB es la red social de mayor aceptación para la promoción de los destinos turísticos en países Iberoamericanos, ya que 20 de estos países la emplean como plataforma de comunicación, entre ellas México, Portugal, España y Costa Rica cuentan con la mayor cantidad de seguidores.

Otro estudio llevado a cabo por Madrigal et al. (2018) demuestran que, en el estado de Morelia, México, FB es la red social con mayor presencia entre los prestadores de servicios turísticos (98,4%) de ellos tienen presencia en la red social, de los cuales (72,7%) realizan publicaciones con imágenes, (47,4%) publicaciones de vídeo y el mismo porcentaje que el anterior (47,4%) utilizan el *hashtags* (#). En nuestro estudio, dichos porcentajes van desde imágenes (100%), vídeos (80%), *hashtags* (80%) en comparación con el estudio de Morelia. Sin embargo, la utilización de herramientas como: programación (0%), geolocalización (0%), las

cajas de enlaces para las publicaciones (0%) y los enlaces de vídeos de *YouTube* (0%) no son utilizados o tenidos en cuenta entre los prestadores de servicios de alojamiento del departamento de Paraguarí, evidenciando que no se consideran estas herramientas a la hora de promocionar los establecimientos, ya sea por desconocimiento en cómo utilizarlos o la utilidad real que tienen.

Se concluye que el 94% de los establecimientos cuentan con una página de FB, sin embargo, los administradores o encargados de dichas páginas deberían conocer las dinámicas comunicativas que priman el uso de esta red social y, responder adecuadamente a las necesidades del entorno utilizando el marketing digital. Además, considerar que las redes sociales son los espacios donde se producen diálogos y encuentros entre los turistas y potenciales turistas (Torrado Rodríguez y Blanco Gregory, 2019), y que cuentan con muchas ventajas como son la visibilidad, el fácil acceso a la información, mejor comunicación, relación e interacción (Sánchez Jiménez et al., 2020) con los consumidores de los espacios de alojamiento y otro tipo de servicio turístico. El FB sigue siendo una herramienta potente de comunicación dentro del ámbito empresarial y, su adopción trae consigo muchas más ventajas que inconvenientes durante el proceso de promoción y/o comunicación.

Declaración de los autores: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de interés.

Financiación: Con financiación propia

Contribución de los autores: Rosa Beatriz Bareiro Paredes: Participación importante en la idea y en el diseño de la investigación, selección de la muestra, elaboración del instrumento de medición, selección de la muestra, procesamiento estadístico, análisis y discusión de los resultados, redacción del borrador del trabajo y versión final. Hernán Isidro Suty Segovia: Participación importante en la elaboración del instrumento de medición, procesamiento estadístico, análisis y discusión de los resultados, redacción de la versión final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altamirano Benítez, V. P., Túñez López, J. M., y Valarezo González, K. P. (2016). Promoción turística 2.0. Análisis de las redes sociales de los gobiernos iberoamericanos. *Opción*, 32(9), 32-53. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048482002>
- Carballo Fuentes, R., Moreno-Gil, S., León González, C., y Brent Ritchie, J. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo* (35), 71-94. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701003>
- Chamorro Marín, R. (2018, 16 de agosto). *La imparable transformación del turismo*. <https://www.computerworld.es/tecnologia/la-imparable-transformacion-del-turismo>
- Díaz de Castillo, S. A., y Romero Arévalo, N. (2021). Estrategias y herramientas de marketing en redes sociales en la industria de hotelería sostenible en Colombia: evaluación y comparación. https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4327/ADM_1072673666_2021_2.pdf?sequence=4
- Feitosa, W. R., Tolentino, D., Pedroso, M., y Gianocário, G. (2019). El uso de las redes sociales para posicionar un destino turístico: el caso de la ciudad de Guararema y sus visitantes del día. *Turismo Visao e Acao*, 396-416. <https://www.redalyc.org/journal/2610/261061061009/261061061009.pdf>

- Fundación Orange. (2016). *La Transformación Digital en el Sector Turístico*. Fundación Orange. <https://www.fundacionorange.es/wp-content/uploads/2016/05/eE-La-transformacion-digital-del-sector-turistico.pdf>
- González, N. (2019). La importancia de las redes sociales como instrumento de promoción turística. El caso de la ciudad de Segovia. [Tesis de Grado, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/43539/TFG-N.%201433.pdf;jsessionid=459DFC21C3B669B7022B807007353981?sequence=1>:
- Hernández, N., y C. N. (2020, 21 de septiembre). La digitalización como aliada del turismo frente a la crisis. <https://estardondeestes.com/movi/es/articulos/la-digitalizacion-como-aliada-del-turismo-frente-a-la-crisis>
- Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas. (2014). *Manual Operativo de Redes Sociales para Destinos Turísticos*. El Santo Comunicación. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Manual-Operativo-de-Redes-Sociales-Para-Destinos-Tur%C3%ADsticos-PDF.pdf>
- Larrea, E. (2020, 20 de agosto). *La fotografía turística un componente clave en la promoción de un destino*. <https://www.escafandra.news/la-fotografia-turistica-un-componente-clave-en-la-promocion-de-un-destino/#:~:text=La%20fotograf%C3%ADa%20tur%C3%ADstica%20creada%20para,fotograf%C3%ADa%20o%20imagen%20tur%C3%ADstica%20proyectada>
- Madrigal, S., Alfaro, G., y Madrigal Moreno, F. (2018). Apropiación de las redes sociales en el sector turístico en Morelia, México. *Espacios*, 39(19), 1-9. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n19/a18v39n19p04.pdf>
- Margaryan, H. (2012). *Las redes sociales como medio de promoción turística para hoteles: estudio de caso de dos hoteles de la ciudad de Gandía*. [Tesis de Grado, Universidad Politécnica de Valencia]. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/18263/TFG%20Hayka%20definitivo%201.pdf>
- Mellinas, J. (2011). *Redes Sociales y Turismo. Aproximación al caso de los hoteles de la Región de Murcia*. <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/1831/tfm4.pdf>:
- Mendes Thomaz, G., Biz, A. A., y Gândara, J. M. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22, 102-119. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000100006
- REGISTUR. (2021). ¡Bienvenido al Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay!. <https://registur.gov.py/registur/>
- Sánchez Jiménez, M. Á., Fernández Alles, M. F., y Mier-Terán Franco, J. J. (2020). El uso y la importancia de las redes sociales en el sector hotelero desde la perspectiva de los responsables de su gestión. *Investigaciones Turísticas* (20), 50 - 78. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.03>
- Secretaría Nacional de Turismo. (2018a). *Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay 2019 – 2026*. https://www.senatur.gov.py/application/files/2315/3502/1798/Plan_Maestro_SENATUR_2019-2026.pdf

- Secretaría Nacional de Turismo. (2018b). *Memoria Institucional 2013 - 2018*. https://www.senatur.gov.py/application/files/7115/3502/3070/Memoria_Institucional_SE_NATUR_2013-2018.pdf
- Servicio Nacional de Turismo de Chile. (2018). *Manual de Diseño de Experiencias Turísticas*. <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/MDD-Manual-de-Experiencias-Turi%CC%81sticas-1.pdf>
- Siqueira, A. (2020, 25 de mayo). *Fanpage de Facebook: qué es y por qué tu empresa debe tener una*. [Facebook]. <https://www.rdstation.com/es/blog/fanpage-facebook/>
- Suty, H., y Kwan, C. (2021). Adopción de e-commerce en el sector hotelero: análisis de los sitios web de los hoteles localizados en la zona cosmopolitan de Asunción - Paraguay. Año 2019. *Población y Desarrollo*, 53(27), 79-87. <https://revistascientificas.una.py/index.php/RE/article/view/2127>
- Suty, H. (2021). Principales planes de viajes post COVID-19 en Paraguay. *Revista Científica en Ciencias Sociales*, 3(1), 16-24. <https://doi.org/10.53732/rccsociales/03.01.2021.16>
- Torrado Rodriguez, G., y Blanco Gregory, R. (2019). Uso de Internet y Redes Sociales para la práctica turística. Caso de Extremadura. *Revista Extremadura de Sociología ALMENARA*, 120-153.
- Vera, R., Veloz, F., y Párraga, Y. (2021). Uso de Facebook en la promoción de hoteles categoría lujo de Manta en tiempo de COVID-19. *Siembra*, 8(1), 1-13. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/siembra/v8n1/2477-8850-siembra-08-01-02842.pdf>

Aplicación turística de los modelos CARE y CANVAS para la construcción del Paisaje Cultural del Cacao en la provincia de Manabí, Ecuador

Tourism application of the Care and Canvas model for the construction of the cultural landscape of cocoa in the province of Manabí, Ecuador

Ángel Guillermo Félix Mendoza*, Wilson Paúl Cedeño Guzmán
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria Manabi. Calceta, Ecuador

Cómo referenciar este artículo/
How to reference this article

Félix Mendoza, A. G., y Cedeño Guzmán, W. P. (2022). Aplicación turística de los modelos CARE y CANVAS para la construcción del Paisaje Cultural del Cacao en la provincia de Manabí, Ecuador. *Revista científica en ciencias sociales*, 4(2), 35-51.

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo aplicar los modelos CARE Y CANVAS para la construcción del Paisaje Cultural del Cacao en la provincia de Manabí, Ecuador. Se basó en un enfoque cualitativo y de corte transversal. Se realizaron dos talleres con participación de los sectores públicos y privados relacionados a la producción del cacao en la zona norte de Manabí en el Hotel Higuerón de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM). Se reunió a 32 participantes durante los dos días de talleres (12 en diciembre de 2021 y 20 en enero de 2022 respectivamente) con una duración de cuatro horas por cada una. Los resultados más relevantes se dieron en la canalización de informaciones como la implementación de alojamientos alternativos (casas de huéspedes, camping y glamping); identificación importante en las vías de accesos (marítimos y aéreos); de recursos naturales (cascadas y ríos); de recursos culturales (gastronomía local); grupos de interés en el destino; establecimiento de alianzas estratégicas, etc. Se concluye que existe un gran potencial de atracciones turísticas para la creación del paisaje cultural del cacao en la provincia de Manabí, siempre y cuando, coexista apoyo del gobierno y del sector privado.

Palabras clave: turismo; turismo cultural; desarrollo sostenible; paisajes culturales; bien cultural; Ecuador

ABSTRACT

The research aims to apply the CARE and CANVAS models for the construction of the Cocoa Cultural Landscape in the province of Manabí, Ecuador. It was based on a qualitative and cross-sectional approach. Two workshops were held with the participation of the public and private sectors related to cocoa production in the northern area of Manabí at the Hotel Higuerón of the Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM). 32 participants were gathered during the two days of workshops (12 in December 2021 and 20 in January 2022 respectively) with a duration of four hours each. The most relevant results occurred in the channeling of information such as the implementation of alternative accommodations (guest houses, camping and glamping); important identification in access routes (sea and air); of natural resources (waterfalls and rivers); of cultural resources (local gastronomy); interest groups in the destination;

Fecha de recepción: 18 de febrero 2022 - Fecha de aceptación: 30 de mayo 2022

*Autor correspondiente: Ángel Guillermo Félix Mendoza

email: afelix@espam.edu.ec



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia *Creative Commons*

establishment of strategic alliances, etc. It is concluded that there is a great potential of tourist attractions for the creation of the cultural landscape of cocoa in the province of Manabí, as long as there is support from the government and the private sector.

Keywords: tourism; cultural tourism; sustainable development; cultural landscapes; cultural property; Ecuador

INTRODUCCIÓN

El turismo, considerado como uno de los sectores con más crecimiento a nivel mundial, se ha convertido en una importante fuente de ingresos con oportunidades y desafíos para las empresas turísticas nacionales y equipos de gobierno locales en muchos países (Airbnb, 2019). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el último barómetro del año 2021 notifica que el turismo tuvo una tasa de crecimiento del 4% en las llegadas de turistas internacionales, manteniéndose en un 72% por debajo de los niveles pre pandémicos. A pesar de un ritmo lento y desigual en la recuperación de la actividad del sector en todo el mundo, los factores determinantes se concentran en las restricciones a la movilidad entre países, tasas de vacunación y, junto a ello aparece un nuevo e importante elemento *nivel confianza* de los viajeros (OMT, 2021). En los últimos 10 años se ha venido apostando a una actitud más crítica con respecto a los modelos turísticos masivos imperantes a nivel mundial, no simplemente desde el ámbito académico-científico, sino el sector empresarial y profesional del turismo también han manifestado a favor de ello, incluso en las esferas de ciertas Administraciones Públicas, quienes muchas veces suelen ser esquivas ante este ámbito (Rivera y Rodríguez, 2012).

Actualmente, existe una clara tendencia que la actividad turística está en pleno proceso de cambio y, los que decidan apostar por el turismo en tiempos de pandemia deberán de actualizar la concepción y ajustar la estructura de los destinos turísticos. Al abordar el tema de la planificación territorial del sector, se está obligado a considerar los principios de la sostenibilidad (Palomeque, 2007) caracterizado por el equilibrio que se le da a sus ejes, al ser económicamente viable, socialmente justo y respetuoso con el medio ambiente. Todo esto no debe implicar cambios radicales para el territorio, puesto que el paradigma de la sostenibilidad supone la revalorización del territorio y de cierta forma, debe existir una reorientación en la planificación y gestión turística de los destinos (Vera, 2001; Palomeque, 2007). Cabe mencionar que los paisajes culturales son resultados de la constante búsqueda de diferenciación de los pueblos, encausado en el bien común y desarrollo sostenible de las poblaciones, mediante procesos de conservación y modificación de su patrimonio, es decir, considerados como bienes culturales, producto de la acción humana y la naturaleza, que ilustran la evolución de la sociedad a lo largo del tiempo bajo la influencia de restricciones físicas, de las posibilidades de su entorno natural y de las fuerzas sociales, económicas y culturales sucesivas, tanto externas como internas (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2017).

A nivel nacional, Ecuador posee una gran diversidad de culturas y etnias vivas, a lo largo de sus *cuatro mundos* (Costa, Andes, Amazonía, Galápagos) lo cual genera el ambiente ideal para el fortalecimiento de las comunidades locales mediante el aprovechamiento del turismo rural. La ruralidad en la provincia de Manabí se la puede ubicar dentro del *mundo Costa*, dentro del cual existen diferencias entre sus estilos de vida pero predomina un concepto similar en el desarrollo productivo y en la organización social, lo cual hace que su riqueza rural tenga características muy peculiares, dependiendo del sitio visitado (Félix y Doumet, 2016). La situación productiva del

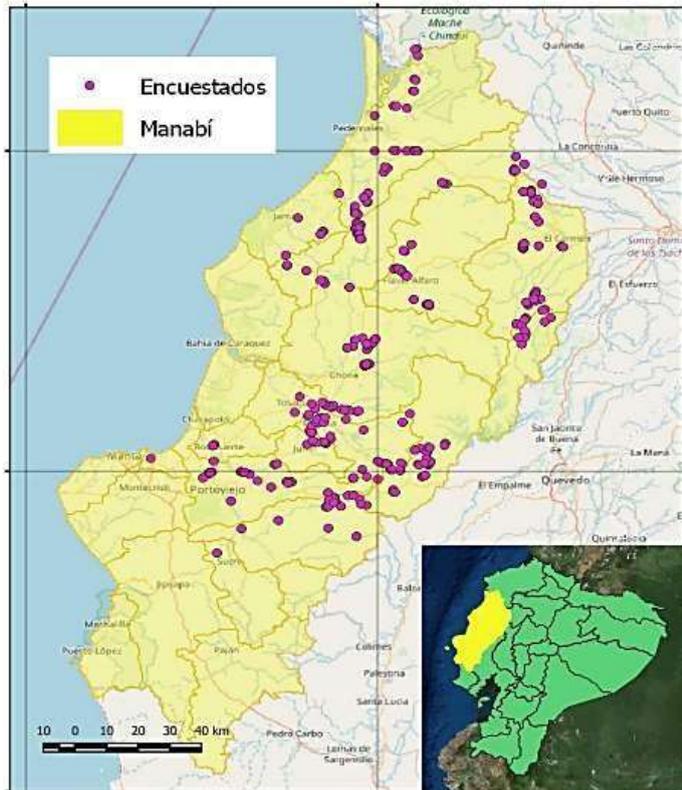
cacao en la provincia de Manabí, así como las posibilidades de desarrollo regido por una política de revalorización cultural sostenible, merece la atención de los organismos de gobierno local y de las instituciones de protección e investigación (Félix et al., 2021a). Por lo tanto, la presente investigación busca aplicar los modelos CARE Y CANVAS para la construcción del paisaje cultural del cacao en la provincia de Manabí, Ecuador. Esta metodología está basada en la experiencia desarrollada por el Healthy Destinations Lab estructurado en la ciudad de Igualada en Cataluña-España, a manera de cooperación público-privada entre el Ayuntamiento local y la empresa encargada de la plataforma internacional de departamentos de alquiler AIRBNB. Éstos buscan a través de un plan de acción enmarcado en la participación activa de la sociedad local, generar un nuevo modelo inclusivo de turismo sostenible para nuevos destinos turísticos. El método CARE es una aproximación, sin ánimo de exhaustividad, a lo que cualquier municipio o conjunto de municipios debería realizar de manera previa a la decisión de convertirse en un destino turístico. Tras decidir hacia dónde se quiere ir en cuestiones turísticas, se ha de entender con una mínima profundidad en qué punto se encuentra ese potencial destino y qué recursos económicos, humanos, tecnológicos, de infraestructuras necesita para llegar a donde se ha decidido (Airbnb, 2019). Mientras que el modelo Canvas es la herramienta que se utiliza para analizar y generar modelos de negocios, pero en forma sintetizada. Esta herramienta puede visualizarse mediante el desarrollo de un lienzo dividido en varios aspectos relevantes a conocer del negocio, últimamente esta herramienta está sirviendo de mucha utilidad en la co-creación de productos y destinos turísticos.

METODOLOGÍA

Se basó en un enfoque cualitativo de corte transversal. Se utilizó como estudio de caso al Paisaje Cultural del Cacao en la provincia de Manabí, Ecuador. Una provincia localizada en el emplazamiento centro noroeste del Ecuador y dividida por el cruce de la línea equinoccial. La capital de la provincia es la ciudad de Portoviejo declarada últimamente como una de las ciudades creativas de la UNESCO en el rubro gastronómico. Sus límites son al oeste con el Océano Pacífico, al norte con la provincia de Esmeraldas, una gran productora de cacao, al este con la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y provincia de Los Ríos, al sur con la provincia de Santa Elena y al sureste con la provincia del Guayas. La provincia de Manabí tiene una superficie total de 18.440 km² y la distribución de la producción de cacao se desarrolla a lo largo de dicha provincia (ver Ilustración 1).

Para el estudio actual se tomó como referencia, la zona centro norte de la provincia, la misma que posee la mayor producción de cacao en el territorio. Las condiciones climáticas de la zona centro norte de Manabí, con temperaturas promedios de 26-28°C y precipitaciones de 1800–2000 mm anual (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología [INAMHI], 2012), presentan condiciones inmejorables para el desarrollo de los cultivos de cacao. Se consideraron representantes de cinco de los cantones de la zona centro norte, puesto que son los más representativos en plantaciones de cacao, con una superficie total de plantación de 93.164 ha aproximadamente. Asimismo, el cantón Chone (48.052 ha), es la superficie más representativa del área de estudio, seguida de El Carmen (21.447), Pichincha (21.378 ha), Flavio Alfaro (14.791 ha), Portoviejo (2.897,7 ha) y Bolívar (6.054 ha). Éstos dos últimos son considerados como los de menor superficies en el área de estudio (Barrera et al., 2019) (ver Ilustración 2).

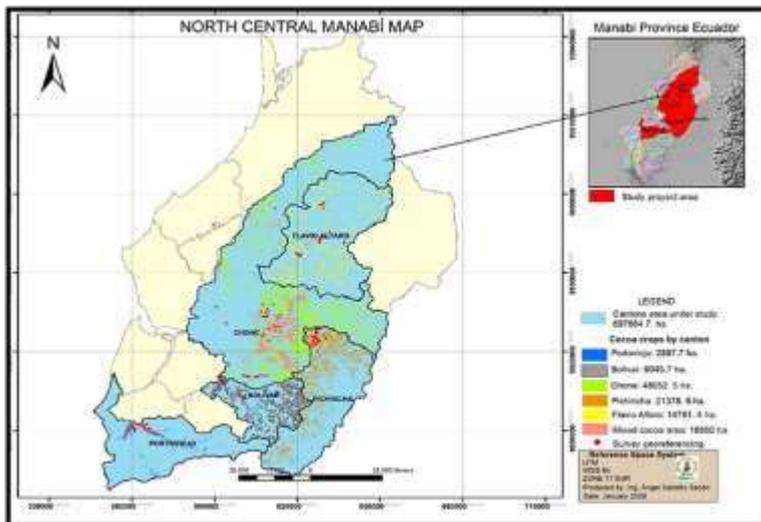
Ilustración 1. Localización geográfica de la provincia de Manabí, Ecuador



Nota: La figura representa el espacio físico estudiado para determinar la cadena de valor del cacao a lo largo de la provincia.

Fuente: Adaptado de Barrera et al. (2019)

Ilustración 2. Cantones representados durante los talleres participativos



Fuente: Félix et al. (2021b)

Se aplicó el modelo desarrollado por el *Healthy Destinations Lab*, consistente en la realización de talleres participativos y levantamiento de información mediante la aplicación del método CARE y CANVAS. Se realizaron dos talleres participativos en las instalaciones del Hotel Higuerón de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM) y, liderados por docentes de las carreras de Turismo, Ingeniería Agroindustrial e Ingeniería Agrícola de la misma institución. Los talleres fueron dirigidos a representantes de sectores públicos y privados, relacionados a la producción del cacao en la zona norte de Manabí. Se pudo contar con la

participación de representantes de instituciones públicas gubernamentales como: Ministerio de Turismo (MINTUR), Instituto Nacional del Patrimonio (INPC), Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Manabí, Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales de Chone y Bolívar y, desde el sector privado representantes de empresas como Corporación Fortaleza del Valle, Empresa Italiana Kaacao y la Asociación Gastronómica Gasam. Se reunió a 32 participantes durante los dos días de talleres: 12 miembros en el primer taller (T1) y 20 en el segundo taller (T2) realizados entre los meses de diciembre de 2021 y enero de 2022. Durante los talleres, se estructuraron 9 mesas de trabajo (4 en el T1 y 5 en el T2) con la participación equilibrada de miembros tanto de las empresas públicas como las privadas y liderados por miembros de la academia (ver Tabla 1). La duración de cada uno de los talleres fue de aproximadamente de cuatro horas cada una, divididos en varias secciones (presentación inicial, introducción y tópicos a tratar, aplicación de herramientas participativas y discusiones finales) y cada una de las etapas comprendía el uso de una hora.

Tabla 1. *Herramientas y variables analizadas durante los dos talleres impartidos*

Taller/Fecha	#Mesa	#Participantes	Herramienta	Datos
Taller 1 (T1) Diciembre 2021	4	12	Matriz CARE	Capacidad, Accesos y conexiones, Recursos y servicios y entorno.
Taller 2 (T2) Enero 2022	5	20	Modelo CANVAS	Grupos de interés, propósito del destino, actividades claves. Recursos claves, segmentación de turistas, herramientas de comunicación, medición de impactos, regulación, inversión necesaria y medios de financiación.

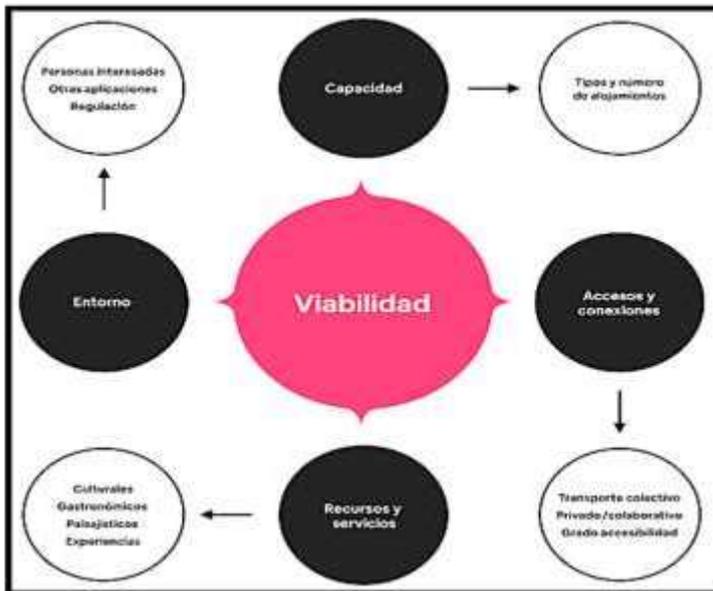
Fuente: Elaboración propia (2022)

Las herramientas que se utilizaron fueron la matriz CARE en T1 y modelo CANVAS en T2. En cuanto al primero, las variables contempladas fueron *Capacidad* referente a los tipos y números de alojamientos disponibles en el lugar analizados, *Accesos y conexión* relativo al transporte colectivo privado/colaborativo junto con el grado de accesibilidad, *Recursos y servicios* alusivo a las culturas, gastronomías, paisajísticos y experiencias. Asimismo, las variables analizadas en el modelo CANVAS fueron: los *Grupos de interés* (grupos claves y el papel desempeñado por dichos grupos de interés), *Propósito como destino* (razón de querer convertirse en un destino, valor agregado para ser un destino, entre otros), *Recursos claves* (disponibilidad e insuficiencia de recursos), *Segmentación de turistas* (tipos de turistas a atraer, motivos de sus viajes, medio de comunicación, etc.), *Mediación de impacto* (forma de medir el impacto de la actividad para la comunicación y el medioambiente), *Actividades claves* (actividades relevantes para el turista y responsables de dichas actividades), *Herramientas de comunicación* (modo de posicionar el destino, herramientas para la promoción, etc.), *Regulación* (regulación actual y ajustes necesarios para el desarrollo de la actividad turística), *Inversión necesaria* (presupuesto) y *Vías de financiamiento* (opciones disponibles para la financiación del proyecto). Ver Figura 1 y 2.

Los procedimientos para la realización de los dos talleres consistieron en los siguientes pasos: Una vez conformado las mesas, se distribuyeron las plantillas impresas entre los participantes incluyendo las indicaciones para las actividades a realizarse. Inmediatamente, a través de un secretario se procedió a evaluar los componentes de las herramientas (CARE y/o CANVAS) y de

manera consensuada entre los participantes de las mesas se identificaron los factores de relevancia para los diversos apartados.

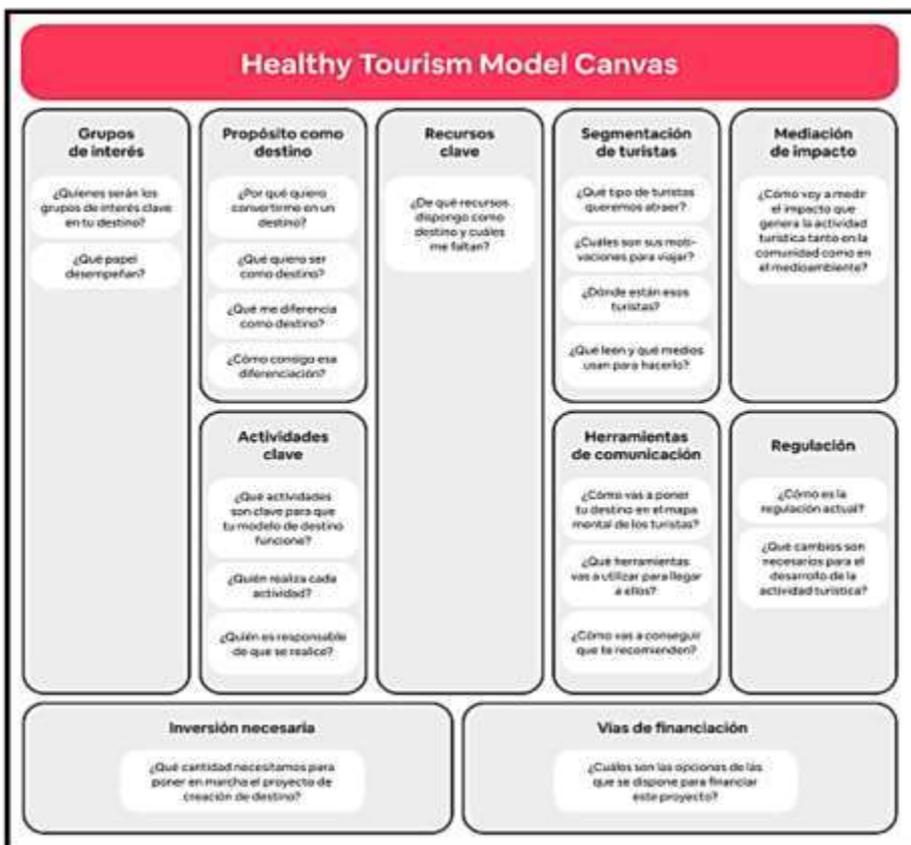
Figura 1. Descripción detallada de la matriz CARE



Nota: La figura representa el proceso y la conexión entre los elementos que se analizan de forma colaborativa entre los participantes de los talleres.

Fuente: Airbnb (2019)

Figura 2. Modelo CANVAS aplicado al destino turístico del paisaje cacaotero



Nota: La figura representa el lienzo del modelo de negocios del destino que se analiza de forma colaborativa entre los participantes de los talleres.

Fuente: Airbnb (2019)

Finalmente, se procedió a presentar los resultados de las dos herramientas por cada una de las mesas. Además, dichos resultados fueron acopiados en una base de datos para ser analizados bajo dos aspectos: *enraizamiento* (similitudes de criterios) y *densidad* (coincidencias de respuestas).

RESULTADOS

Después de haber realizado los dos talleres sobre la construcción del turismo sustentable del Paisaje Cultural del Cacao, mediante los métodos CARE y CANVAS, de la provincia de Manabí en Ecuador con una participación de 32 participantes, se obtienen los resultados más relevantes:

En cuanto a los resultados de la *matriz CARE*. Esta herramienta ayuda a determinar los aspectos críticos que otorgan un cierto nivel de pre factibilidad del destino turístico e identifica factores relacionados a Capacidad, Accesos y conexiones, Recursos y servicios y el Entorno.

Capacidad

Este aspecto enfoca a la capacidad del destino para poder alojar a los viajeros que visiten los cantones pertenecientes al Paisaje Cultural del cacao, es decir, a los cantones Portoviejo, Pichincha, Bolívar, Chone, Flavio Alfaro y El Carmen (considerados como los cantones con mayor producción cacaotera). En primera instancia y de forma lógica se encuentra los hoteles, hostales y hosterías registradas en el catastro del Ministerio de Turismo (MINTUR) a excepción de Pichincha que no consta con ningún establecimiento en el registro oficial (ver Tabla 2).

Tabla 2. Establecimientos catastrados por el MINTUR en los cantones relacionados al Paisaje Cultural del cacao

Cantón	Establecimientos Registrados	Habitaciones	Camas	Plazas
Portoviejo	88	1861	3111	4049
Bolívar	6	60	60	120
Chone	11	158	203	292
Flavio Alfaro	2	15	15	30
El Carmen	<u>17</u>	<u>327</u>	<u>385</u>	<u>588</u>
Totales	124	2421	3774	5079

Fuente: Adaptado de Ministerio de Turismo del Ecuador (2022)

Desde la perspectiva de los actores del desarrollo local, tanto públicos como privados, se presentan como una gran oportunidad para ampliar la capacidad de alojamiento del destino las modalidades de *alojamientos alternativos*, tales como: las casas rodantes, el camping y el glamping. Estas tres opciones tuvieron un alto grado de coincidencia entre las propuestas de las mesas de trabajo.

La provincia de Manabí es conocido por su alto porcentaje de ruralidad y; por ende, se puede generar espacios naturales y de baja inversión con el fin de que el turista pueda tener una experiencia vivencial. Asimismo, las casas de huéspedes (representan la categoría más básica y de fácil registro en el MINTUR) pueden iniciar los emprendimientos desde la implementación de una sola habitación con ciertos requisitos básicos y, los alojamientos comunitarios podrían ejecutarse invirtiendo las cabañas compartidas tipo refugio. Dichas oportunidades pueden darse en propiedades de los mismos productores de cacao, quienes deberían de capacitarse y certificarse en el rubro. Por último, la construcción de cabañas ecológicas -bungalós- en los predios de los productores o cabañas en los árboles, son otras de las propuestas otorgadas por los participantes durante el taller. Todas las opciones, previamente mencionadas, tienen un enfoque

de elevar el valor agregado de las fincas y, generar experiencias de más alta calidad para los visitantes del lugar.

Accesos y conexiones

Manabí, una ciudad estratégica para la conectividad del Pacífico Sur, cuya ubicación geográfica está determinada en la latitud: -0.950022 y longitud: -80.7162 0° 57' 0" Sur, 80° 42' 58" Oeste, posee 30.900 hectáreas o 309,00 km² de extensión territorial más un clima tropical seco (Gobierno Provincial de Manabí [GPM], 2021). En esta ciudad se encuentra el aeropuerto "Eloy Alfaro" considerado como el más importante de la provincia y el puerto de aguas profundas más importante del Ecuador, manejado por la Autoridad Portuaria de Manta (GPM, 2021). Estos dos puntos de acceso estratégico se encuentran a tan solo a una hora de distancia de la ciudad de Chone, la misma que estratégicamente está considerada como el centro del Paisaje Cultural del Cacao por su ubicación geográfica, nivel de producción e importancia histórica. Cabe mencionar que también se encuentra la pista de aterrizaje de *Los Perales* en el cantón San Vicente, 30 minutos de la ciudad de Chone, pudiendo convertirse en las conexiones y/o accesos marítimos y aéreos de mayor relevancia para la presencia del turismo internacional.

En el ámbito terrestre se encuentra con dos arterias importantes para la circulación de la región, las mismas presentan como coyuntura entre la región de la sierra y la costa. En primera instancia, los participantes identifican la importancia de la Vía Colectora Santo Domingo-Rocafuerte (E38, con 200 km. de extensión), donde la misma conecta la provincia de Santo Domingo de los Tsáchillas con el centro de Manabí, un nexo de relevante con la capital ecuatoriana *Quito* (a solo seis horas de distancia). Y la ruta Vía Colectora Chone-Pimpiguasí (E 384, con 60km de extensión), la cual conecta varios cantones del paisaje cacaotero para su comercialización y traslado a los centros de acopios de la provincia. Estas vías se encuentran en continuo mantenimiento, por lo cual representa una ventaja competitiva para la región y otorga grandes posibilidades de alta circulación de vehículos en la zona.

Recursos y servicios

Se identifica que la mayor valoración de los recursos de la zona está enfocada en dos grandes grupos. Por un lado, se encuentra una alta valoración a los recursos naturales (bosques, ríos, cascadas y flora y fauna) y por el otro lado, la cultura manabita como lo es la gastronomía, posicionada en el sitio más alto de las cocinas del país (Vega et al., 2018). Los corredores gastronómicos que se encuentran en la costa interna de la provincia, se presentan como un gran potencial a desarrollar dentro de la construcción de destinos, contribuyendo de forma directa a la economía local de las zonas rurales (Félix, 2020; Félix et al., 2021a). Además, se cuenta con una valoración importante para las actividades agro turísticas, relacionado con la cadena de valor del cacao en Manabí, pero tomados como posibles recursos de atracción y servicio turístico a las plantaciones de cacao en las fincas, los centros de acopio en las asociaciones, las fábricas de elaboración de chocolate y derivados, las actividades dedicadas a la recolección del producto y posterior secado, etc. como naturaleza cultural. Todos ellos se encuentran relacionados directamente a los procesos antropológicos del territorio, como también así a la naturaleza comercial. En ambos casos, tratan de lograr una comodificación exitosa de los procesos para ser comercializados como experiencias turísticas en el destino.

Por último, la biodiversidad del territorio al encontrarse algunas áreas protegidas cercanas como: El refugio de Vida Silvestre *Isla Corazón*, el *Humedal La Segua*, las represas de *Rio Grande* y *La Esperanza*, entre los principales recursos paisajísticos de la zona, pueden ser canalizados a través de experiencias vivenciales junto con las actividades de aventura como

senderismo, observación de aves y deportes acuáticos. Los recursos culturales salen a la luz dentro del debate de los participantes, encabezado por las tradiciones orales como los *amorfinos* y *chigualos*, los usos y saberes tradicionales del cacao fino de aroma (todos declarado patrimonio inmaterial del Ecuador en el 2017), los tejidos de sombreros de paja toquilla (patrimonio de la humanidad) y mocora.

Entorno

En esta variable se denota una cohesión social y conocimiento de la superestructura existente alrededor del cacao. Esto sienta bases importantes para el levantamiento de propuestas con enfoque en el territorio, primero se observan coincidencias en los criterios que para desarrollar este destino debe existir un trabajo colectivo entre las instituciones gubernamentales presentes en el territorio y los gobiernos locales, para aunar esfuerzos, en pos de conseguir implementar y posicionar al destino nacional e internacional. Luego, lograr una articulación importante entre el sector público y privado con el fin de canalizar los recursos; realizar mejoras de infraestructura alrededor de los recursos turísticos con el objetivo de generar las condiciones adecuadas para optimizar el gasto del turista, y así, reflejarse en el desarrollo socio económico de las comunidades cacaoteras locales.

El fortalecimiento de las comunidades es otro factor clave de estas actividades. Existen experiencias exitosas previas relacionadas a la asociatividad en la comercialización del cacao (corporaciones con más de mil socios). Dicho modelo podría volver a replicarse con enfoque a la actividad turística basado en el sistema de desarrollo de turismo comunitario y, de esta manera lograr el empoderamiento de las acciones de promoción y comercialización en el territorio a largo plazo.

Finalmente, se plantea la necesidad imperiosa para el fortalecimiento del talento humano en el territorio. Se sugieren la estructuración que certifique y avale las diversas actividades turísticas en el territorio e inducir a los productores a la formación continua en el ámbito del servicio. De acuerdo con esto, se obtendría una base sólida fundamentada en la hospitalidad y la calidad de sus servicios, en especial, por parte de las comunidades y empresas locales del paisaje cultural del cacao en Manabí.

En cuanto a los resultados del modelo CANVAS. Trata de una herramienta de trabajo que utilizan generalmente en el ámbito empresarial, en especial, en la fase inicial. En ella se buscan ordenar las principales ideas y tener un panorama holístico del proyecto. Actualmente, esta metodología es utilizada también para los procesos de construcción de destinos con resultados comprometedores (Airbnb, 2019). El análisis de los componentes del lienzo está dividida en 10 apartados a saber: Grupos de interés, Propósito como destino, Recursos claves, Segmentación de turistas, Mediación de impacto, Actividades claves, Herramientas de comunicación, Regulación Inversión necesaria y Vías de financiamiento.

Grupos de interés

Se identifican varios grupos de interés durante los talleres, principalmente las comunidades locales ubicadas en las zonas rurales de los cantones con más alta producción del cacao. Seguido, también se identifican grandes productores de cacao relacionando en este apartado a las asociaciones dedicadas a la comercialización de este producto como por ejemplo Fortaleza del Valle (la mayor corporación cacaotera de la zona que agrupa a más de mil socios); Asociación la pepa de Oro y Piedra de Plata (donde se encuentran árboles centenarios de cacao certificados y en proceso de conservación), quienes podrían tener injerencia en el desarrollo de productos turísticos locales; gremios de transportistas y comercializadores de cacao (quienes podrían identificar

posibilidades de negocio y dinamizar los actuales mediante el flujo de visitantes a la zona). También se señalan las oportunidades para el desarrollo de proyectos en conjuntos (empresas públicas y privadas del sector) alrededor de la cadena de valor del Paisaje Cultural. Por último, se denota la relevancia de la presencialidad de la academia junto las ONG's dedicadas a los rubros productivos, agropecuarios y turísticos, durante el proceso e intervención del proyecto.

Propósito del destino

Unas de las respuestas con mayor diferimiento entre las mesas. La percepción en la busca de la práctica con el paisaje cultural del cacao ha tenido mayor frecuencia de respuesta. Algunos ejemplos son: elevar el valor identitario de la cultura cacaotera y manabita, distribuir el uso equitativo de los recursos, la sostenibilidad económica de las familias, los propósitos que se enmarcan en el concepto del desarrollo sostenible, el desarrollo importante de las comunidades y el rescate del patrimonio cultural de los cantones vinculados al proyecto. En adición, temas relacionados a la innovación, el desarrollo tecnológico y posicionamiento de una imagen fresca de un destino regional, como valores importantes a promover mediante esta propuesta también fueron discutidos. Se denota una claridad importante de criterios y elevados estándares en los propósitos identificados por parte de los actores locales, para el desarrollo de uno de los primeros destinos de la costa interna y uno de las primeras iniciativas turísticas regionales de la provincia.

Actividades Claves

Es importante determinar los pasos para la realización de la propuesta del proyecto. Las propuestas han sido muy puntuales y son ordenadas en orden de densidad de respuesta y ellos son: socialización y divulgación de la propuesta en todo el territorio, realización de convenios entre actores públicos y privados de la localidad, estructuración de un ente regulador de la propuesta, alianzas estratégicas intersectoriales, promoción del destino, formación del capital humano, mejoramiento de servicios básicos, búsqueda de financiamiento, mejoramiento de los servicios turísticos y certificaciones de diversas índoles. Como se observa, el abanico de respuestas ha sido muy amplio, pero en el caso de las mesas estos factores se han repetido en su mayoría.

Recursos Claves

En esta variable existen coincidencias con los factores identificados durante la aplicación del análisis CARE. Los recursos identificados en función a la repetición de las respuestas o densidad de respuesta son: la historia y cultura local, recursos naturales (flora y fauna), gastronomía, actividades agro productivas, entorno paisajístico, características geográficas, hospitalidad de las comunidades, las asociaciones, empresas productoras de chocolates y fincas cacaoteras. Como vemos se han desplegado una serie de alternativas a tomar en cuenta para las futuras implementaciones, certificaciones y procesos de servucción turística.

Segmentación de turistas

Se definen características importantes de los posibles nichos de mercados. La mayor cantidad de coincidencias de temas encontradas son: los turistas nacionales e internacionales con similares proporciones de respuestas, el turismo vivencial apunta como un factor a tener en cuenta por parte de estos actores locales, el turismo gastronómico también aparece con mucha fuerza debido a las características del territorio antes explicadas. Asimismo, los estudiantes y las familias aparecen con otros segmentos a los cuales habrá que tener en cuenta, esto es debido a que en la zona existe la presencia de varias universidades que atraen a estudiantes de otras latitudes del país y, se pueden convertirse en potenciales consumidores de turismo local. Finalmente, se enfocan las

respuestas en los jubilados, los mismos que son idealizados a través del segmento de cruceristas que llegan todos los años al Puerto de Manta.

Herramientas de comunicación

En este apartado predominan las redes sociales como la respuesta más común, existen pequeños destinos en la zona que durante la pandemia han logrado un posicionamiento importante mediante el uso de las redes sociales. La televisión (provincial y nacional) fue la segunda respuesta en la que se hace énfasis como el segundo medio más importante para promover la información. Otros como la radio de niveles locales y provinciales, la elaboración de folletería impresa y digital, la elaboración de una página web del paisaje cultural cacaotero. No obstante, las operadoras de turismo y la presencia en ferias, no son consideradas elementos de comunicación principales para esta propuesta. Esto se debe a que la cultura del empaquetamiento es muy baja en el Ecuador y la mayoría de los turistas internos e internacionales viajan independientemente a lo largo del país.

Medición de impactos

En cuanto a las respuestas relacionadas a como se pretende medir los impactos provocados por el turismo en el territorio, se encuentran las siguientes respuestas: realización de asambleas comunitarias y asociativas, mediante la creación de un comité general del paisaje cultural del cacao, mesas de trabajos permanentes, elaboración de cuestionarios impresos y online para medir la percepción del visitante y la creación de un observatorio turístico. Para controlar temas de sostenibilidad y bioseguridad se plantea realizar estudios continuos de capacidad de carga para senderos, plantas industriales, fincas agras turísticas, entre otros, con el fin de generar una semaforización para llevar el control de aforos en las empresas de prestación de servicios.

Regulación

La regulación del paisaje cultural también ha generado un sin número de puntos de vistas. Por una parte, se propone la creación de normas y políticas de manejo para todos los negocios y turistas a lo largo del paisaje cacaotero bajo un control netamente gubernamental, creación de organismos comunitarios o un ente regulador a nivel general y creación de un código de ética y manuales de buenas prácticas turísticas para los negocios locales.

Inversión necesaria

En este apartado se da una orientación a los recursos que puedan llegar a invertirse mediante la presente propuesta. Los diferentes enfoques de respuestas caen en la mantención o mejora de infraestructura vial a lo largo del paisaje cultural cacaotero, inversión en facilidades turísticas, señalización especializada a lo largo de los recursos turísticos, fortalecimiento del talento humano (capacitaciones), creación de parques temáticos en los diversos cantones que conforman la propuesta, mejoramiento de la seguridad ciudadana en estos cantones, manejo de desechos sólidos y otros servicios básicos alrededor de los recursos turísticos.

Vías de financiación

Sobre el tema más álgido se obtuvieron respuestas como que el grueso de la inversión en el territorio debe venir de las entidades gubernamentales locales y nacionales, junto a los actores privados mayormente beneficiados en el territorio. Se tiene claro que el impacto social de la propuesta se presta para captar importantes cantidades de recursos económicos de organismos no gubernamentales, donde también se accede a financiamientos nacionales e internacionales por parte de las entidades públicas. Finalmente, aplicar a fondos no reembolsables de organismos como la unión europea, sin dejar de lado que deben existir líneas de créditos atrayentes para la dinamización de emprendimientos en el paisaje cultural cacaotero de Manabí.

DISCUSIÓN

Las proyecciones de crecimiento del turismo internacional en el 2022 son importantes para la recuperación general de la actividad turística mundial, que se daría ya desde el año 2023 (World Tourism Organizations, 2021). Debido a esta tendencia futura, los países que decidan apostar a la creación de nuevos destinos turísticos deberán trabajar arduamente desde la concepción de sus ideas. El involucramiento de los actores sociales es fundamental para orientar los esfuerzos de transformación del territorio hacia una sola vía y ésta debe apuntar hacia el desarrollo turístico sostenible. El mismo debe involucrar aspectos diferenciadores en su oferta con un alto componente vivencial en sus productos que permita generar de alguna manera la diversidad. Junto a esto se busca también atraer diversos segmentos de mercado, generando de esta manera competencias importantes dentro de las regiones, lo que permitirá un continuo mejoramiento de la prestación de servicio y mantenimiento de las infraestructuras estatales. Sin olvidar que la formación de destinos regionales que trasciendan fronteras son temáticas importantes para el desarrollo de las culturas locales y conservación del patrimonio material e inmaterial. Las características intangibles de las culturas tienden a deteriorarse, por lo que es imprescindible aprender a valorar a tiempo nuestro legado.

Lo que se entiende por *paisaje* comprende más allá de una definición conceptual fría, ésta debe adaptarse al territorio mediante un triángulo exitoso entre espacio, tiempo y tipo de sociedad (Mayorga, 2015). Se puede afirmar que la representatividad, legitimidad y eficiencia de la institucionalidad de los productos agrícolas, constituyen un factor estratégico para la sostenibilidad de los paisajes culturales y, de esta manera favorecer la transmisión y el cumplimiento de la normatividad para su manejo (Ministerio de Cultura de la República de Colombia, 2011). La valoración del paisaje cultural como patrimonio y la apropiación social por parte de sus habitantes locales, posibilitan la sostenibilidad económica, social y medioambiental del territorio, puesto que la cultura constituye el eje fundamental para el desarrollo integral de los pueblos (Gómez, 2015). La apropiación del concepto de paisajes culturales por parte de los habitantes del territorio, nace a partir de los procesos de valoración y estos son fundamentales para el diseño de estrategias no solo para el desarrollo del turismo, si no también, para la elaboración de un adecuado plan de manejo del destino como tal (Urte, 2007). Con el interés de incrementar o fortalecer los segmentos de turistas de naturaleza, se debe diversificar y mejorar la calidad de la oferta de productos (Osorio et al., 2017).

En la provincia de Manabí-Ecuador, la cadena de valor del cacao ha encontrado varias dificultades en los procesos de producción, acopio, agroindustria y comercialización debido a las amenazas de factores externos como la propia producción, consumo y presencia o no de intermediarios en la comercialización (Barrera et al., 2019). La presencia del paisaje cultural del cacao en la zona centro norte de la provincia de Manabí, representa una oportunidad para elevar la percepción del producto a nivel mundial, lo que puede ayudar al mejoramiento de todas estas brechas antes identificadas, generando oportunidades directas de desarrollo socioeconómico a las comunidades rurales manabitas. En el caso del paisaje cultural del cacao en Manabí existen grandes posibilidades de vincular los servicios turísticos a las actividades agrarias productivas. Dentro de la cadena del valor del cacao encontramos factores positivos como: gran potencial agroecológico natural para la producción del cacao, producción de un cacao de calidad, cacao ecuatoriano es reconocido en el mercado internacional, existe una demanda mundial sostenida y

persistente del cacao, el cacao tiene una producción tradicional y es considerado como una cadena productiva que funciona (Vassallo, 2017).

Cabe recordar que la presente investigación busca generar valor agregado para el turismo a través de una declaratoria de paisaje cultural del cacao en la provincia de Manabí, Ecuador. Este tipo de declaratorias están basadas en diez criterios exigidos, relacionados a generar ventaja competitiva alrededor del patrimonio agrario de un territorio. La provincia de Manabí en Ecuador resalta dos de estos criterios según la UNESCO (2021): Ser un ejemplo sobresaliente de un asentamiento humano tradicional, uso de la tierra o uso del mar que es representativo de una cultura (o culturas), o interacción humana con el medio ambiente, especialmente cuando se ha vuelto vulnerable bajo el impacto de un cambio irreversible. Y, estar asociado directa o tangiblemente con acontecimientos o tradiciones vivas, con ideas o con creencias, con obras artísticas y literarias de destacada importancia universal.

En el presente estudio cabe destacar que debido a la falta de control por parte de las autoridades en esta zona, no todos los establecimientos de alojamiento y de alimentos y bebidas se encuentran registrado oficialmente en el MINTUR, por lo que la cantidad mostrada en la Tabla 2 fácilmente puede duplicarse en la realidad.

En cuanto al análisis de la matriz CARE, éste ha permitido determinar factores de suma importancia para el desarrollo del destino, comenzando con el mejoramiento de la capacidad de alojamiento con posibilidades de implementación en el territorio a través de modalidades como: las casas de huéspedes, el camping y el glamping, los mismos que pueden ser financiados mediante programas de colaboración nacionales e internacionales que fomenten estos rubros; la identificación de los accesos marítimos y aéreos e importancia de las vías estatales; la identificación de los recursos con potencial turístico que van desde los naturales (cascadas y ríos).

Se han podido identificar una gran cantidad de recursos naturales encabezados por la Cascada del Salto del Armadillo, el humedal La Segua, las represas de Rio Grande y la Esperanza, la ruta de las cascadas de Chone, entre otras como las más importantes, debido a los servicios que prestan y su infraestructura existente para el desarrollo de la actividad turística, si bien, no se lleva una estadística exacta de los visitantes en estos recursos, estos destacan por su alta afluencia de turistas nacionales durante los fines de semana y feriados, lo que consolida la idea de que sean los recursos que complementen el imaginario del paisaje cultural del cacao. Por otra parte, se encuentran los recursos culturales encabezados por la gastronomía local, reconocida a nivel nacional la gastronomía típica manabita, es sin duda, uno de los principales recursos de atracción

que se identifican en la zona norte encabezado por la tonga de gallina y los productos relacionados derivados de la leche, a lo cual se transforman en los referentes culinarios de la región. Por último las áreas protegidas de la zona se identifican como recursos con una superestructura bastante clara, donde cada institución o empresa, tiene claro el rol que desempeña en la zona y la forma de como contribuir a la propuesta. Con todos los datos obtenidos mediante la utilización de la matriz CARE, se puede observar que esta herramienta es muy eficiente para canalizar información obtenida mediante la utilización de técnicas de reflexión y análisis de participación grupal, como lo es la lluvia de ideas, ya que permite agrupar los diferentes puntos de vista, ente caso hablamos del conocimiento empírico del área por parte de los representantes de los diferentes sectores, quienes tienen un conocimiento profundo de la geografía local, además permiten clasificar en bloques informativos las coincidencias y divergencias obtenidas.

Con respecto al modelo CANVAS, éste ha sido otra herramienta de excelente ayuda para el diagnóstico del destino, puesto que la misma ha logrado dar orden a las acciones a desarrollarse

en el territorio. Se han identificado posibles segmentos de mercado en función de las actividades turísticas potenciales de la zona e identificar los grupos de interés en el destino. Además, dos actividades claves como lo son la socialización de la propuesta en todo el territorio y el establecimiento de alianzas estratégicas, estas son las acciones más importante en las cuales los actores que forman parte de la cadena de valor del cacao jugarán un papel sumamente importante para la construcción del Paisaje Cultural del Cacao, debido a su papel como activo como diseminadores de la propuesta en los distintos destinos, y que esto a su vez facilite la toma de decisiones consensuada entre los actores gubernamentales en el territorio. Se tiene un claro panorama de la obtención de fondos y las necesidades de inversión en el territorio para llevar a cabo una actividad turística sostenible, las asociaciones de mayor envergadura en la zona colaborarían con la implementación de facilidades turísticas dentro de sus centros de acopio de cacao, las principales haciendas y ranchos de la zona también proponen abrir sus puertas para los visitantes, mientras que las instituciones se comprometen en promocionar la propuesta, implementar una marca, siempre y cuando que a corto plazo se conforme un comité interinstitucional que se empodere de las acciones de la propuesta y colabore en la canalización de fondos nacionales e internacionales.

El modelo CANVAS ha sido utilizado durante mucho tiempo como una herramienta base para la presentación de ideas de negocio, en este caso su adaptación a las preguntas básicas que se genera un destino que quiere incursionar en el turismo, es eficiente, los participantes en los talleres realizados, se adaptaron rápidamente a la dinámica del llenado, teniendo un secretario que centralizaba las ideas que surgían para el llenado de los diferentes cuadrantes de la matriz, es muy adaptable a trabajos participativos, pero podría ser más eficiente, si se le adaptase una escala valorativa en varios de sus apartados con niveles inductivos de conocimiento, para tratar de hacer menos subjetiva la información.

Según las experiencias previas abordadas desde la revisión teórica y relacionada explícitamente a los paisajes culturales se tiene los trabajos realizados por Urte (2007), Ministerio de Cultura de la República Colombiana (2011) y Mayorga (2015) sobre el Eje Cafetero Colombiano, en ellas se constata una serie de lecciones aprendidas durante la puesta en marcha de este proceso, que van desde los problemas sociales básicos hasta relaciones complejas entre los actores públicos y privados, situaciones que tienden a repetirse a lo largo de las diferente realidades de los países latinoamericanos y, que se transforman en un gran reto para quienes emprenden la idea de consolidar el paisaje cultural del Cacao en Ecuador. Esta propuesta delineada inicialmente como un proyecto de investigación, ha tomado la fuerza necesaria para transformarse en una potencial postulación, tomado como base la cultura y las principales motivaciones de los productores de la zona norte de la provincia de Manabí, alrededor del cultivo de cacao de la variedad fino y de aroma (Félix et al, 2021b). Mediante la realización de los talleres participativos se ha obtenido información importante de primera mano, que deberá ser estructurada en base a los requerimientos internacionales, para apostar por una declaratoria que eleve las posibilidades de alcanzar el desarrollo sustentable en esta región (UNESCO, 2021).

Los trabajos de Urte (2007), Ministerio de Cultura de la República Colombiana (2011) y Mayorga (2015) han mencionado sobre la importancia de la cohesión social, en especial lo relacionado a la interacción público- privado que debe existir entre los actores claves del territorio, esto coincide con los criterios de los participantes en los talleres, lo cual se contempla como uno de los grandes retos para cristalizar la presente propuesta, debido a el eterno divorcio entre las acciones intersectoriales llevadas a cabo en la zona. También otro punto a tomar en

cuenta es lo relacionado a los problemas sociales que atraviesan las comunidades productoras donde se pretende intervenir y lo difícil que es para Colombia luego de ya varios años seguir convenciendo del trabajo colaborativo a los productores, esta labor se acrecienta mucho más en un territorio como el de la zona norte de Manabí en Ecuador, donde el turismo ha sido algo incipiente desde hace varias décadas. Por último un punto de conexión importante está representado por la puesta en marcha de grandes proyectos en alguno de los municipios de la zona norte para el mejoramiento de experiencias turísticas, tal es el caso del municipio de Chone que ha iniciado los estudios para el desarrollo del parque mundial del cacao, proyecto que pretende ser un emblema para la zona norte, así como se ha transformado los parques del café en Colombia y que las investigaciones contemplan como pilares fundamentales del desarrollo turístico.

En definitiva, las dos herramientas utilizadas durante el ejercicio participativo han demostrado su eficiencia para la obtención y agrupación de información cualitativa, todo esto alineado al enfoque constructivista de las IAP (Martí, 2000), donde han dejado información clave para continuar con la propuesta aterrizada a los criterios de los actores locales. La falta de datos e información oficial es una de las principales limitantes para las investigaciones, en término de turismo, dentro de la provincia, pero es algo que se debe de complementar con trabajos de campo y actualizaciones de bases de datos por parte de las instituciones gubernamentales.

AGRADECIMIENTOS

Por el financiamiento institucional de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí «Manuel Félix López», mediante su proyecto institucional con registro de SENPLADES CUP; 383022, denominado: Línea base para la generación de «paisajes culturales» como nueva alternativa de desarrollo turístico de Manabí: caso de estudio el cacao. El mismo que tiene como objetivo general lo siguiente: Convertir el Patrimonio Cultural en torno al Cacao en un elemento de desarrollo económico a nivel regional y nacional, capaz de integrarse e interactuar con otras propuestas de desarrollo del sector turístico a nivel provincial en la zona centro norte de Manabí.

Declaración de los autores: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de interés.

Financiación: Con financiación propia

Contribución de los autores: Félix Mendoza Angel Guillermo: Participación importante en el diseño de la investigación, elaboración de instrumentos, análisis y discusión de los resultados, redacción del borrador del trabajo y versión final. Cedeño Guzmán Wilson Paúl: Participación importante en la idea, selección de participantes, revisión bibliográfica, análisis de las matrices, discusión de los resultados y versión final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Airbnb. (2019). *Libro blanco de los nuevos destinos turísticos sostenibles*. https://news.airbnb.com/wp-content/uploads/sites/4/2020/02/Airbnb_LibroBlancoNuevosDestinos_Spanish.pdf
- Barrera, V., Casanova, T., Domínguez, J., Escudero, L., Loor, G., Peña, G., Rarraga, J., Arevalo, J., Tarqui, O., Plaza, L., Sotomayor, I., Zambrano, F., Rodríguez, G., García, C. y Racines, M. (2019). *La cadena de valor del cacao en y el bienestar de los productores de la provincia de Manabí-Ecuador*. INIAP. <http://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/5377>

- Félix, A., y Doumet, Y. (2016). *Teoría y práctica del turismo rural*. ESPAM MFL.
- Félix, A., Vera, D. y Cevallos, J. (2021a). Caracterización de corredores gastronómicos como elementos turísticos potenciales en zonas rurales. Caso de estudio: la zona central de Manabí. *Siembra*, 8(2), 1–16. <https://doi.org/10.29166/siembra.v8i2.2908>
- Félix, A., García, N., Cedeño, Á., y Cedeño, W. (2021b). El cacao, de recurso agrario a potencial turístico cultural. Motivaciones de sus productores en la zona centro norte de Manabí, Ecuador. *Turismo y Patrimonio*, 17, 61–78. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.04>
- Gómez, A. (2015). Modelo de Diseño para la valoración y apropiación social del Patrimonio en El Paisaje Cultural Cafetero Colombiano. *Kepes*, 12(11), 117–138. <https://doi.org/10.17151/kepes.2015.12.11.7>
- Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología - INAMHI. (2012). Anuario Meteorológico 2010. *Dirección de Gestión Meteorológica*. 50. https://www.inamhi.gob.ec/docum_institucion/anuarios/meteorologicos/Am%202010.pdf
- Martí, J. (2000). La investigación - acción participativa. Estructuras y fases. *Universidad Complutense de Madrid*, (1). https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/08/m_JMarti_IAPFASES.pdf
- Mayorga, D. (2015). Paisaje Cultural Cafetero, Patrimonio de la Humanidad. La cuestión del discurso patrimonial en contraste con el paisaje de la caficultura. *Territorios*, 16(32), 35–59. <https://doi.org/10.12804/territ32.2015.02>
- Ministerio de Cultura de la República de Colombia. (2011). *Paisaje cultural cafetero: Un paisaje cultural productivo en permanente desarrollo*. Nomos Impresores.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Catastro turístico del Ecuador*. MINTUR. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-Turistico>
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *Barómetro*. OMT. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Osorio, M., Monge, E., Serrano, R., y Cortés, I. (2017). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(3), 713–729. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.047>
- Palomeque, F. (2007). Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Turismo y Sociedad*, 8, 51–68. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261178003>
- Gobierno Provincial de Manabí. (2021). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Manabí. *Pura solidaridad e inclusión*. <https://www.manabi.gob.ec/index.php/pdot-2021-2030/>
- Rivera, M., y Rodríguez, L. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Universidad de Córdoba. <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/15707/catedra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2017). Cátedra UNESCO: Paisajes Culturales. <http://www.catedraunesco.eu/>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2021). *Directrices prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*. <https://whc.unesco.org/document/189666>
- Urte, D. (2007). La valorización cultural, social y turística de los recursos culturales y naturales como instrumento para la planificación turística, la conservación del Paisaje Cultural Cafetero y el desarrollo sostenible del territorio turístico. *Turismo y Sociedad*, 8, 69–80.

- Vassallo, M. (2017). Diferenciación y agregado de valor en la cadena ecuatoriana del cacao. *Repique*, 1. 23-43.
<http://revistasdigitales.utelvt.edu.ec/revista/index.php/repique/article/view/2/3>
- Vera, J. (2001.). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. Universidad de Alicante.
<http://hdl.handle.net/10045/20506>

Interés por la investigación científica en estudiantes de una universidad privada de Paraguay

Scientific research's interest in students from a private university of Paraguay

Andrea Barreto , Johan Quintana , Robert Ocampo , Ilda Mabel Samaniego* 

Universidad Gran Asunción, Facultad de Ciencias Empresariales y Tecnología. Capiatá, Paraguay

Cómo referenciar este artículo/ Barreto, A., Quintana, J., Ocampo, R., y Samaniego, I. M. (2022). Interés
How to reference this article por la investigación científica en estudiantes de una universidad privada de
Paraguay. *Revista científica en ciencias sociales*, 4(2), 52-58.

RESUMEN

El estudio tiene como objetivo analizar el interés por la investigación científica en estudiantes de una universidad privada de Paraguay. Se basó en un enfoque cuantitativo, corte transversal y descriptivo. La población lo constituyeron 1.233 estudiantes de tres facultades, con una muestra de 243 (108 Ciencias Empresariales y Tecnología FCEyT; 81 Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades FCS, JyH y 54 Ciencias de la Salud FCS). Se aplicó una encuesta online con cinco ítems de información básica y 10 preguntas organizados en: conocimiento de las actividades de los investigadores científicos ($\bar{x}=3,89$); interés en crear conocimientos y tecnología ($\bar{x}=4,06$); interés en resolver problemas de la carrera que cursan ($\bar{x}=4,14$), el muestreo fue por conveniencia y se recolectaron los datos en el 2021. Otros resultados muestran en que los estudiantes de FCS, JyH presentaron mayor interés hacia la investigación científica; no hubo diferencias significativas en cuanto al sexo y; la concentración de la media se encuentran en dos ítems: *En unos años me veo resolviendo problemas en mi profesión* con Media=4.41, DE=0.77 y *En unos años me veo creando nuevos conocimientos en mi profesión* con Media=4.36, DE=0.75. Se concluye que los universitarios de todas las facultades presentaron altos niveles de interés hacia la investigación científica.

Palabras clave: investigación; Paraguay; ciencia; conocimiento; metodología; universidades

ABSTRACT

The study aims to analyze the interest in scientific research in students of a private university in Paraguay. It was based on a quantitative, cross-sectional and descriptive approach. The population was made up of 1,233 students from three faculties, with a sample of 243 (108 Business Sciences and Technology FCEyT; 81 Social Sciences, Law and Humanities FCS, JyH and 54 Health Sciences FCS). An online survey was applied with five items of basic information and 10 questions organized in: knowledge of the activities of scientific researchers ($\bar{x}=3.89$); interest in creating knowledge and technology ($\bar{x}=4.06$); interest in solving problems of the career they are studying ($\bar{x}=4.14$), the sampling was for convenience and the data was collected in 2021. Other results show that the students of FCS, JyH presented greater interest in scientific research; there were no significant differences regarding sex and; the concentration of the mean is found in two items: *In a few years I see myself solving problems in my profession* with Mean=4.41, SD=0.77 and *In a few years I see myself creating new knowledge in my profession* with Mean=4.36, SD=0.75. It is concluded that university students from all faculties presented high levels of interest in scientific research.

Fecha de recepción: 10 de febrero 2022 - Fecha de aceptación: 27 de mayo 2022

*Autor correspondiente: Ilda Mabel Samaniego

email: mabel.sama@hotmail.com



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia *Creative Commons*

Keywords: research; Paraguay; science; knowledge; methodology; universities

INTRODUCCIÓN

La formación integral universitaria se posiciona en tres pilares básicos que sostiene a la educación vigente: enseñanza, investigación y extensión (Copello, 2010 citado en Kwan Chung, 2022), entendiéndose de este modo, que es importante y relevante la incorporación de la investigación científica dentro del diseño curricular educativo en el nivel superior. Asimismo, los autores Mayz y Pérez (2002) enfatizaron la importancia de la investigación científica en las universidades, donde la investigación trata de enseñar a pensar, comprender, crear información, conocimientos y tecnologías nuevas; poniendo mayor vigor en la resolución de problemas sociales. A su vez, Bendejú Quispe et al. (2015) identificaron que más del 50% de universitarios afirmaron que la importancia de la investigación radica en que contribuye a la producción científica nacional y genera una cultura de investigación en el entorno. De igual modo, Dáher Nader et al. (2018) plantearon la necesidad de fomentar la cultura investigativa desde el pregrado en las universidades latinoamericanas.

En el contexto internacional, la actividad científica en las universidades de Latinoamérica posee varios problemas a saber: Arechavala Vargas (2011) plantea que son pocas las universidades mexicanas que asignan recursos considerables a la investigación a nivel administrativo. La generación de conocimiento en la formación y retención de nuevos investigadores, a pesar del interés de la gente joven (Rojas Betancur, 2009). Además, Mayta-Tristán et al. (2013) hallaron que los universitarios consideran deficiente la preparación en la investigación científica, especialmente en la redacción de artículos y publicación. En un contexto nacional, los mismos problemas inducen a plantear un estudio sobre el interés por la investigación científica en las universidades de Paraguay.

Existen varios estudios acerca de la investigación científica en entornos universitarios, por ejemplo, en docentes de metodología de la investigación se identificaron bajos niveles en actitudes favorables hacia la investigación científica (Aldana de Becerra y Joya Ramírez, 2011). A su vez, Ruiz y Torres (2002) identificaron que los universitarios, en general, tienen actitudes neutras y desfavorables hacia el aprendizaje de la investigación científica. En cambio, Escobar (2017) identificó que la mayor parte de los estudiantes de Medicina tienen alto interés en actividades científicas. Por su parte, Valenzo-Jiménez et al. (2019) mostraron que los universitarios presentan mayor interés por la ciencia y sus actividades conforme avanzan en su formación académica. Asimismo, Alarco et al. (2017) identificaron que más del 80% de universitarios presentan alto interés por la investigación científica, pero dicho interés disminuye a medida que avanzan en la formación académica. Por tales razones, el objetivo del trabajo es analizar el interés por la investigación científica en estudiantes de una universidad privada en Paraguay.

METODOLOGÍA

Para este estudio descriptivo se utilizó un enfoque cuantitativo de corte transversal. La población lo constituyeron 1.233 estudiantes con una muestra de 243, quienes pertenecían a las Facultades de Ciencias Empresariales y Tecnología (108); Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades (81) y Ciencias de la Salud (54). Ver Tabla 1. Cabe destacar que el tamaño de la

muestra se obtuvo mediante la aplicación de un nivel de confianza del 94,5%, margen de error del 5,5% y grado de heterogeneidad del 50%.

Tabla 1. Población y muestra identificada en el estudio de investigación

<i>Facultad</i>	<i>Población</i>	<i>%</i>	<i>Muestra</i>	<i>%</i>
Ciencias Empresariales y Tecnología (FCEyT)	714	57.9	108	44.4
Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades (FCSJyH)	266	21.5	81	33.4
Facultad de Ciencias de la Salud (FCS)	253	20.5	54	22.2
Total	1233	100	243	100

Fuente: Elaboración propia (2022)

Los criterios de inclusión fueron: (a) estudiantes pertenecientes únicamente a las carreras de FCEyT, FCSJyH y FCS; y (b) estar matriculados en el año 2021. La técnica de recolección de datos fue a través de encuestas online, distribuidas por conveniencia en el último trimestre del 2021, usando un cuestionario compuesto por cinco ítems de información básica (sexo, edad, facultad, relación sentimental y religión) y 10 preguntas organizados en tres grupos: (a) conocimiento de las actividades de los investigadores científicos (P1 y P2); (b) interés en crear conocimientos y tecnología (P4, P5, P7, P9 y 10); y (c) interés en resolver problemas de la carrera que cursan (P3, P6 y P8) con una escala de Likert de 5 puntos, desde *muy de acuerdo* hasta *muy en desacuerdo*.

El procedimiento consistió en un permiso y/o autorización por parte de las autoridades de la Universidad, quienes revisaron los aspectos éticos del estudio y facilitaron el acceso a los participantes del estudio. El tiempo de aplicación aproximado fue de diez minutos por encuesta. Para proteger los datos, cada individuo participó en condiciones de anonimato y no recibió ningún estímulo económico u otra índole. En el análisis de datos se realizaron pruebas de normalidad (muestra no probabilística) y de diferencias intergrupales (*t de Student* y *Kruskal-wallis*) mediante el software estadístico Infostat (Versión 5.13.1).

RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los 243 participantes se encuentran en el siguiente apartado. Según la muestra no probabilística, la edad promedio=27.9 años, $DE=9.8$, rango=16-61. Asimismo, 71% fueron mujeres, 28% hombres y 1% prefirieron no contestar. Acerca de la facultad de pertenencia, el 44% (108) refirieron FCEyT, el 33% (81) respondieron FCSJyH, y el 22% (54) alegaron ser de FCS. En cuanto a la situación sentimental, el 56% refirieron estar solteros y el 44% en pareja. Acerca de la religión, el 71% refirió ser católico; el 11,5%, cristiano; el 7%, evangélico; y el 7%, otros. Cabe destacar que las variables situación sentimental y religión se han presentado para delimitar los alcances de los hallazgos.

La media obtenida de la clasificación de las preguntas se presenta en: 1. Conocimiento de las actividades de los investigadores científicos ($\bar{x}=3,89$); 2. Interés en crear conocimientos y tecnología ($\bar{x}=4,06$); y 3. Interés en resolver problemas de la carrera que cursan ($\bar{x}=4,14$).

En la Tabla 2, se muestra que los universitarios presentan, en general, niveles adecuados de interés hacia la investigación científica, ya que todas las preguntas presentaron medias superiores al valor 3. A su vez, los mayores niveles se encontraron: en la P6 ($\bar{x}=4,41$); P7 ($\bar{x}=4,36$); P3 ($\bar{x}=4,23$); P5 ($\bar{x}=4,13$); y P1 ($\bar{x}=3,91$). Para identificar las diferencias según el sexo se utilizó la prueba *t de Student* mediante el software Infostat; no se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres debido a que los valores *p* de todos los ítems fueron superiores a 0,05

Tabla 2. Media de respuestas del cuestionario (n=243)

Ítem	Media de Preguntas	Media de Hombres (n=67)	Media de Mujeres (n=176)	p*
P1. Yo conozco que es un/a investigador/a científico/a.	3,91	3,82	3,90	0,48
P2. Conozco las actividades que hace un/a investigador/a científico/a.	3,86	3,82	3,93	0,45
P3. Tengo interés en resolver problemas de la carrera que elegí.	4,23	4,16	4,28	0,28
P4. Tengo interés en crear nuevos conocimientos en la carrera que elegí.	4,30	4,27	4,34	0,48
P5. Tengo interés en crear nueva tecnología dentro de la carrera que elegí.	4,13	4,13	4,16	0,84
P6. En unos años me veo resolviendo problemas en mi profesión.	4,41	4,37	4,44	0,58
P7. En unos años me veo creando nuevos conocimientos en mi profesión.	4,36	4,36	4,38	0,86
P8. Quiero dedicarme a la docencia universitaria y resolver problemas en mi profesión.	3,78	3,78	3,79	0,91
P9. Quiero dedicarme a la docencia universitaria y crear nuevos conocimientos en mi profesión.	3,78	3,69	3,84	0,29
P10. Quiero dedicarme a la docencia universitaria y crear nueva tecnología en mi profesión.	3,73	3,72	3,76	0,78
TOTAL	4,05	4,02	4,08	

*Se utilizó la prueba *t de Student*

Fuente: Elaboración propia (2022)

Para identificar las diferencias según la facultad de pertenencia de los universitarios se aplicaron las pruebas de *Kruskal-wallis* mediante el software Infostat y se encontraron diferencias significativas (en las medias) a favor de los universitarios de FCS, JyH en las P5, P6, P7 y P10 (ver valores *p* de Tabla 3). En general, estos hallazgos indican que los estudiantes de FCS, JyH (\bar{X} :4,21) presentaron mayor interés hacia la investigación científica en las tres áreas analizadas en este estudio: conocimiento de las actividades de los investigadores científicos, interés en crear conocimientos y tecnología, e interés en resolver problemas de la carrera que cursan.

Tabla 3. Diferencias intergrupales según facultades

Ítems	Ciencias Empresariales y Tecnología (n=108)	Ciencias de la Salud (n=54)	Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades (n=81)	p*
P1. Yo conozco que es un/a investigador/a científico/a.	3,71	3,91	4,04	0,02
P2. Conozco las actividades que hace un/a investigador/a científico/a.	3,81	3,87	4,09	0,01
P3. Tengo interés en resolver problemas de la carrera que elegí.	4,13	4,22	4,38	0,02
P4. Tengo interés en crear nuevos conocimientos en la carrera que elegí.	4,28	4,13	4,46	0,02
P5. Tengo interés en crear nueva tecnología dentro de la carrera que elegí.	4,19	4,02	4,14	0,51
P6. En unos años me veo resolviendo problemas en mi profesión.	4,44	4,33	4,42	0,51
P7. En unos años me veo creando nuevos conocimientos en mi profesión.	4,35	4,28	4,42	0,39
P8. Quiero dedicarme a la docencia universitaria y resolver problemas en mi profesión.	3,56	3,74	4,09	0,00
P9. Quiero dedicarme a la docencia universitaria y crear nuevos conocimientos en mi profesión.	3,58	3,67	4,12	0,00
P10. Quiero dedicarme a la docencia universitaria y crear nueva tecnología en mi profesión.	3,59	3,70	3,93	0,09
TOTAL	3,96	2,78	4,21	

*Se utilizó la prueba *t de Student*

Fuente: Elaboración propia (2022)

DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el interés por la investigación científica en estudiantes de una universidad privada de Paraguay. Entre los principales hallazgos, se cuenta la inexistencia de diferencias significativas en el interés en la investigación científica entre los

sexos, ya que todos los valores p fueron no significativos (entre 0,28 a 0,91). Por otro lado, se identificó que los universitarios de las tres facultades presentan, en general, niveles de interés favorables a la investigación científica. Además, los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades FCS,JyH presentaron mayores niveles de interés en la investigación científica (\bar{X} :4,21) en comparación con los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y Tecnología FCEyT (\bar{X} :3,96) y la Facultad de Ciencias de la Salud FCS (\bar{X} :2,78). Estos hallazgos pueden explicarse por la naturaleza de las carreras, puesto que los estudiantes de FCS,JyH, desarrollan ciertas capacidades directamente aplicables a la investigación científica, como: la lectura comprensiva, análisis documentales, etc. Sin embargo, las otras dos facultades FCEyT y FCS suelen diversificar las competencias, mediante la inclusión de: innovaciones tecnológicas; normas técnicas, profesionales y legales; ciencias exactas; entre otras. Por lo tanto, el presente estudio permitió identificar la facultad con mayor potencial para realizar investigaciones científicas, por ende, la mayor unidad académica para generar productos de investigación. Asimismo, estos resultados pueden servir para diseñar proyectos educativos que orienten hacia productos de investigación, como artículos científicos, proyectos de investigación, etc. Sin olvidar que las publicaciones forman parte del proceso de toda investigación, entendiéndose como un documento que está constituido por dos partes (el material físico o digital en que se presenta el documento y la información contenida en el documento) (Rojas Crotte, 2011), ajustar las mallas curriculares y realizar actividades de extensión con fines científicos. Y del mismo modo, facilitaría la formación de grupos de investigadores o grupos semilleros con iniciación científica.

Acerca de la relación de los hallazgos con los antecedentes, este estudio tiene semejanzas con tres estudios. En primer lugar, en el estudio de Alarco (2017) se identificó que más del 80% universitarios presentaron elevado interés en la investigación científica como así en el estudio de Escobar (2017) con 59,3% y, en el presente estudio se confirma dicho resultado con 78,6% de interés. Además, los autores Valenzo-Jiménez et al. (2019) identificaron que los universitarios poseían alto interés hacia la ciencia (\bar{X} :3,6) en comparación con casi el mismo nivel en el presente estudio (\bar{X} :4,05).

Finalmente, se recomienda verificar estos hallazgos mediante entrevistas individuales a los universitarios e incluir otros indicadores para medir el interés en la investigación, como: cantidad de proyectos desarrollados, publicaciones, monografías, etc. Y analizar las posibles modificaciones en el interés en la investigación científica antes y durante la pandemia del COVID-19, puesto que los cambios producidos en el 2020 y 2021 pudieron haber modificado los intereses académicos de los estudiantes y docentes. La única limitación encontrada en el estudio es el uso del tipo de muestreo no probabilístico, puesto que podría no representar a la totalidad de la población.

Declaración de los autores: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de interés.

Financiación: Con financiación propia.

Contribución de los autores: Andrea Barreto: participación destacada en la recolección de la muestra y revisión de las citas. Johan Quintana: destacado aporte en el diseño del estudio, selección de la muestra, identificación de antecedentes, procesamiento estadístico, discusión de resultados, y redacción final. Robert Ocampo: aportes en marco teórico, procesamiento

estadístico y discusión. Ilda Mabel Samaniego: destacada participación en el diseño, elaboración del instrumento, procesamiento estadístico, discusión y redacción final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarco, J. J., Changllo-Calle, G. y Cahuana-Salazar, M. (2017). Investigación en pregrado: interés según sexo y ciclo académico. *Educación médica*, 18(1), 67-73. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2016.04.004>
- Aldana de Becerra, G. M. y Joya Ramírez, N. S. (2011). Actitudes hacia la investigación científica en docentes de metodología de la investigación. *Tabula Rasa*, (14), 295-309. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39622094012>
- Arechavala Vargas, R. (2011). Las universidades y el desarrollo de la investigación científica y tecnológica en México: una agenda de investigación. *Revista de la Educación Superior*, 40(158), 41-57. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602011000200003
- Bendezú Quispe, G., Hurtado Horta, S., Medina Saravia, C. E. y Aguilar León, P. (2015). Apreciación sobre capacitación en investigación y publicación científica en estudiantes universitarios. *Investigación en educación médica*, 4(13), 50-51. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572015000100009
- Copello, M. I. (2010). Práctica docente extramuros universitarios: Medios digitales facilitando el proceso reflexivo-dialógico. *Tendencias Pedagógicas* (16), 131-156. <https://revistas.uam.es/tendenciaspedagogicas/article/view/1947>
- Dáher Nader, J. E., Panunzio, A. P. y Hernández Navarro, M. I. (2018). La investigación científica: una función universitaria a considerar en el contexto ecuatoriano. *Edumecentro*, 10(4), 166-179.
- Escobar, G. S. (2017). *Interés, conocimientos, recursos y limitaciones de los estudiantes de la carrera de Medicina de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en la Investigación Científica, semestre B, 2014* [Tesis de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio UCSG.
- Kwan Chung, C. K. (2022). Actividades intramurales y extramurales como factores críticos de éxito en la formación del estudiante en las universidades del Paraguay. *Revista Multidisciplinaria UP*, 3(1), 33-37. https://www.upacifico.edu.py:8043/index.php/Rev_MUP/article/view/281
- Mayta-Tristán, P., Cartagena-Klein, R., Pereyra-Elías, R., Portillo, A., & Rodríguez-Morales, A. J. (2013). Apreciación de estudiantes de Medicina latinoamericanos sobre la capacitación universitaria en investigación científica. *Revista médica de Chile*, 141(6), 716-722.
- Mayz, J., y Pérez, J. (2002). ¿ Para qué hacer investigación científica en las universidades venezolanas?. *Investigación y Postgrado*, 17(1), 159-171.
- Rojas Betancur, H. M. (2009). Formar investigadores e investigadoras en la universidad: optimismo e indiferencia juvenil en temas científicos. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 7(2), 1595-1618. <http://www.umanizales.edu.co/revistacinde/index.html>
- Rojas Crotte, I. R. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de educar*, 12(24), 277-297. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31121089006>

- Ruíz Bolívar, C., y Torres, V. (2002). Actitud hacia el aprendizaje de la investigación: conceptualización y medición. *Revista Educación y Ciencias Humanas*, 10(18), 69-93.
- Valenzo-Jiménez, M. A., Lázaro-López, D. A., Martínez-Arroyo, J. A., y de la Cruz, A. G. Z. (2019). Interés científico de los universitarios: cambios en los ciclos académicos. *Mercados y Negocios*, (40), 85-104.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571860888006>

Artículo Original/ Original Article

Estrategia educativa enfocada al bienestar económico de los colaboradores de una universidad privada dentro del marco del proyecto de Responsabilidad Social Universitaria

Educational strategy focused on the economic well-being of the collaborators of a private university within the framework of the University Social Responsibility project

Edgar Gustavo Cuevas Núñez* , Marlene Medina , Patricia Guiselle Echeverría Pereira ,

Magda Gabriela Grau Portillo 

Universidad del Pacífico, Facultad de Ciencias de la Empresa. Asunción, Paraguay

Cómo referenciar este artículo/
How to reference this article

Cuevas Núñez, E. G., Medina, M., Echeverría Pereira, P. G., y Grau Portillo, M. G. (2022). Estrategia educativa enfocada al bienestar económico de los colaboradores de una universidad privada dentro del marco del proyecto de Responsabilidad Social Universitaria. *Revista científica en ciencias sociales*, 4(2), 59-66.

RESUMEN

El objetivo es diseñar una estrategia educativa sobre el bienestar económico en los colaboradores del área de servicios y mantenimientos de la Universidad del Pacífico (UP) dentro del marco de Responsabilidad Social Universitaria. Se basó en un estudio de intervención cuasi-experimental en el personal de la UP en el año 2021. La población estuvo compuesta por 28 colaboradores: 16 de la sede de Asunción (ASU) y 12 de Pedro Juan Caballero (PJC). Se realizó una encuesta socioeconómica basal mediante un cuestionario de 13 preguntas. La intervención consistió en cuatro charlas sobre finanzas personales, cuatro consultorías mensuales de 15 minutos por participante por un periodo de tres meses y control de la Guía de Presupuesto. Los resultados basales señalan que 62% de los participantes de ASU y 67% de PJC no realizaban control de sus gastos financieros; con un alto estado de endeudamiento (94% de ASU y 83% de PJC). Con la intervención, 3 (43%) colaboradores en ASU y 2 (29%) en PJC lograron mejoras en la administración de sus recursos financieros. Se concluye que a pesar de la intervención, pocos participantes alcanzaron mejorar la administración de los recursos financieros, probablemente por el corto periodo de seguimiento.

Palabras clave: responsabilidad social; extensión universitaria; universidades; trabajador; finanzas; bienestar social

ABSTRACT

The objective is to design an educational strategy on economic well-being in the collaborators of the services and maintenance area of the Universidad del Pacífico (UP) within the framework of University Social Responsibility. It was based on a quasi-experimental intervention study in UP staff in 2021. The population was made up of 28 collaborators: 16 from the Asunción headquarters (ASU) and 12 from Pedro Juan Caballero (PJC). A baseline socioeconomic survey was conducted using a 13-question questionnaire. The intervention consisted of four talks on personal finances, four monthly consultations of 15 minutes per participant for a period of three months and control of the Budget Guide. The baseline results indicate that 62% of the ASU and 67% of the PJC participants did not control their financial expenses; with a high state of indebtedness (94% from ASU and 83% from PJC). With the intervention, 3 (43%) employees at

Fecha de recepción: 1 de mayo 2022 - Fecha de aceptación: 5 de julio 2022

*Autor correspondiente: Edgar Gustavo Cuevas Núñez

email: coordinacion.tpg@upacifico.edu.py



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia *Creative Commons*

ASU and 2 (29%) at PJC achieved improvements in the management of their financial resources. It is concluded that despite the intervention, few participants managed to improve the administration of financial resources, probably due to the short follow-up period.

Keywords: social responsibility; university extension; universities; workers; finance; social welfare

INTRODUCCIÓN

La Educación Financiera tiene como objetivo principal la de generar hábitos de ahorro que es reflejada con la independencia económica individual o familiar (Skandia, 2015; Rosado Jiménez, 2021) como también tomar decisiones certeras sobre los gastos, ahorro e inversiones (PepePromedio, 2021). La educación financiera es fundamental en la vida de todos los individuos (Rosado Jiménez, 2021) pues permite confeccionar un presupuesto acorde a las necesidades de cada uno, y mejorar la calidad de vida, tanto en el aspecto de la salud física, mental como financiera. Algunos consejos para lograr esta planeación financiera son: realizar un diagnóstico de la situación financiera actual identificando los ingresos y egresos del mes; controlar los gastos y tener a mano un presupuesto preestablecido; disminuir el nivel de endeudamiento; cultivar la disciplina al ahorrar; buscar ayuda de experto para optimizar el ahorro; invertir en planes importantes para la familia como la educación de los hijos, seguro médico, etc. (Rosado Jiménez, 2021).

Con el fin de poner en práctica el proyecto de RSU enfocada a la extensión universitaria, los estudiantes de la carrera de Ciencias Contables y Auditoría en colaboración con los coordinadores de la Facultad de Ciencias de la Empresa (FCE) de la Universidad del Pacífico (UP) han seleccionado el tema de la Educación Financiera para su ejecución. El estudio se enfocó en el personal del área de servicios y mantenimientos por considerarse unas de las áreas de nivel operativo más vulnerable dentro de la institución. Por lo tanto, se pretende en la presente investigación diseñar e implementar una estrategia educativa sobre el bienestar económico en dichos colaboradores durante un periodo de tres meses en el año 2021, con el fin de ayudarlos a mejorar la utilización de sus recursos financieros mediante talleres programados y acompañamiento de consultorías en los primeros meses.

METODOLOGÍA

Se basó en un estudio de intervención cuasi-experimental, de corte longitudinal realizado dentro del marco del Proyecto de RSU de la FCE en el año 2021. La población estuvo compuesta por 28 colaboradores del área de servicios y mantenimientos de las dos sedes: 16 en Asunción (ASU) y 12 en Pedro Juan Caballero (PJC). Los criterios de inclusión fueron: estar activos, pertenecer al área de servicios y mantenimientos de la institución y aceptar participar del estudio.

La organización de las charlas fue realizada por los coordinadores de la FCE con la disertación de un docente, experto en área de finanzas, de la institución. Los operadores fueron cuatro estudiantes del 8vo semestre de la carrera de Ciencias Contables y Auditoría de la UP quienes previo al inicio del proyecto, participaron en un taller sobre los procedimientos para llevar al cabo el proyecto RSU, haciendo hincapié en el proceso de seguimiento y control de las finanzas de los sujetos de análisis. La ejecución del proyecto se realizó como parte de la extensión universitaria de los estudiantes participantes.

En cuanto a la estrategia educativa. En la fase basal, se aplicó una encuesta mediante un cuestionario de 13 preguntas (cuatro de informaciones básicas y nueve relacionadas con el tema finanzas personales) en agosto de 2021, de manera a tener un diagnóstico de la situación socioeconómica de las familias de los participantes. Ver cuadro 1 y 2.

En la fase de intervención, se realizaron primeramente cuatro charlas (dos presenciales en ASU y dos virtuales en PJC) sobre finanzas personales como la elaboración de presupuestos, consejos de ahorro y uso eficaz de las tarjetas de crédito en agosto de 2021 (ver cuadro 2). En octubre se llevaron a cabo las consultorías personalizadas, con el fin de realizar un seguimiento y control de la Guía de Presupuesto y Control de los Ingresos y Egresos de la familia de cada participante una vez al mes, durante 3 meses, en sesiones de 15 minutos aproximadamente por participante. En cada consultoría se ejecutaron los siguientes pasos:

Primera sesión de consultoría:

1. Conversación sobre los hábitos financieros particulares.
2. Provisión de una Guía de Presupuesto y Control de las finanzas familiares en formato impreso (registro de los ingresos: salarios, intereses y/o dividendos y egresos: gastos del hogar, vida diaria, entretenimiento, salud, recreación suscripciones, obligaciones financieras, etc. de forma mensual (ver cuadro 3).
3. Explicación de la guía proporcionada y su llenado correcto.
4. Análisis del porcentaje de endeudamiento utilizando como base el salario percibido.
5. Identificación de ingreso extra.
6. Análisis de ajustes si lo hubiere.

Segunda y tercera sesión de consultorías:

1. Verificación de la carga de datos en la Guía de Presupuesto y Control de las finanzas familiares.
2. Corrección de los conceptos en los gastos a fin de realizar una identificación más acertada por rubro, según necesidad.
3. Comparación de la variación de valores tanto de ingresos como egresos, mes por mes.
4. Proporción de tips para manejar los hábitos de ahorro.
5. Diseño de pequeñas tareas mensuales para el ahorro según cada caso.

Se tomó como indicador de logro de meta la existencia del ahorro mensual a través de del superávit de los ingresos versus egresos de los participantes.

Cuadro 1. Fases de las actividades realizadas

Actividad	Responsable	Duración
Fase basal: -Encuesta socioeconómica a los colaboradores del área de servicios y mantenimientos de la sede de ASU y PJC de la UP.	Cuatro coordinadores de la FCE	15 minutos
Fase de intervención: -Cuatro charlas (2 presenciales dirigidos a colaboradores de ASU y 2 virtuales a colaboradores de PJC) sobre finanzas personales. Entrega de una guía de presupuesto y control de las finanzas familiares para los participantes. - Tres consultorías personalizadas con cada participante sobre el seguimiento y control de las planillas de ingresos y egresos de los familiares. Intervalo de 30 días por sesión.	Cuatro coordinadores de la FCE y un docente de la UP Cuatro alumnos del 8vo semestre de la carrera de Ciencias Contables y Auditoría	1 hora en cada charla 15 minutos por sesión

Fuente: Elaboración propia (2021)

Cuadro 2. Guía de presupuesto y control de las finanzas familiares para los participantes de la investigación

Cuentas	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Ingresos-Responsable													
Sueldo													
Intereses/Dividendos													
Otros ingresos													
Total de Ingresos													
Gastos													
Hogar-Responsable													
Amortizaciones													
Alquileres													
Utilitarios													
Teléfono													
Celular													
Reparaciones													
Mejoras													
Seguridad													
Jardín													
Vida Diaria-Responsable													
Dulces													
Cuidado infantil													
Lavandería													
Salidas a comer													
Servicio de limpieza													
Otros													
Transporte-Responsable													
Gasolina													
Seguros													
Reparaciones													
Limpieza													
Estacionamiento													
Transporte público													
Entreteniendo-Responsable													
TV por Cable													
Netflix/Otros													
Cine													
Conciertos/Clubs													
Salud-Responsable													
Seguros													
Prescripciones													
Hospital													
Medicinas													
Aparatos													
Otros													
Vacaciones-Responsable													
Tarifas													
Alojamiento													
Comida													
Recuerdos													
Alquiler de vehículo													
Otros													
Recreación-Responsable													
Pago de Gimnasio													
Equipo deportivo													
Derechos de Equipo													
Juguetes/ropa de niños													

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Cuentas													
Subscripciones-Responsable													
Revistas													
Periódicos													
Conexión a Internet													
Televisión													
Caridad/Ayudas													
Otros													
Personal-Responsable													
Ropa													
Regalos													
Peluquería/Peinador													
Libros													
Música (CD's)													
Obligaciones Financieras-Responsable													
Créditos Largo Plazo													
Retiro													
Pagos de Tarjetas													
Impuestos													
Otros													
Misceláneos-Responsable													
Otros													
Total de Gastos													
Recurso Neto													

Fuente: Adaptado de Betancourt Álvarez (s.f.)

RESULTADOS

Participaron del estudio 28 colaboradores del área de servicios y mantenimientos de la Universidad del Pacífico (16 ASU y 12 PJC).

Hubo mayor participación del sexo femenino (56%) en ASU y del sexo masculino (58%) en PJC. La cantidad de responsables que aportan al sustento económico del hogar es entre 1 a 2 personas; 69% en ASU (69%) y 100% en PJC. El 62% de los participantes en ASU y 67% en PJC no realizan un control de sus gastos mensuales. Asimismo, se contempla un índice alto de endeudamiento entre los participantes, 94% en ASU y 83% en PJC. Ver Tabla 1.

De ellos, 14 participantes (7 ASU y 7 PJC) asistieron en las consultorías personalizadas con intervalo de 30 días cada una. Solo 3 (43%) colaboradores en ASU y 2 (29%) en PJC han logrado mejoras en el control de la administración de sus recursos financieros.

Tabla 1. Características de los colaboradores del área de servicio y mantenimiento de Universidad del Pacífico, sede Asunción y Pedro Juan Caballero

Indicador	Frecuencia (%)	Frecuencia (%)	TOTAL
Sexo	ASU 16 (57)	PJC 12 (43)	28
Masculino	7 (44)	7 (58)	14
Femenino	9 (56)	5 (42)	14
Cantidad de integrantes en el hogar			
2 a 3	6 (37)	6 (50)	12
4 a 5	8 (50)	5 (41)	13
> 5	2 (12)	1 (8)	3
Cantidad de integrantes que aportan el sustento del hogar			
1 a 2	11 (69)	12 (100)	23
3 a 4	5 (31)		5
Tipo de vivienda			
Familiar	4 (25)	2 (17)	6
Propia	12 (75)	5 (41)	17
Alquilada		5 (42)	5
Control de los gastos realizados			
No	10 (62)	8 (67)	18
Si	6 (38)	4 (33)	10
Deuda por créditos obtenidos			
Si	15 (94)	10 (83)	25
No	1 (6)	2 (17)	3

Fuente: Elaboración propia (2021)

DISCUSIÓN

El estudio diseñó e implementó en forma piloto una estrategia educativa sobre el bienestar económico en los colaboradores del área de servicios y mantenimientos de la Universidad del Pacífico dentro del marco del proyecto de Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Cabe recordar que la educación financiera es uno de los retos más importantes que el futuro laboral de las siguientes generaciones tendrían (Alegre Brítez y Kwan Chung, 2021). Por lo tanto, es de suma importancia conocer el hábito del ahorro mediante el control de los ingresos y egresos mensuales de dichos colaboradores.

Un porcentaje significativo de los colaboradores de ASU (62%) y PJC (67%) no realizan ningún tipo de control de sus gastos mensuales. Esto se debe probablemente a que la educación financiera no es muy conocida, teniendo como consecuencia que, el hábito del ahorro no se encuentra instalado como una cultura personal o general en los participantes. Y los que realizan un control utilizan un cuaderno para sus anotaciones.

Asimismo, se observa un alto índice de endeudamiento de los participantes, 94% en ASU y 83% en PJC. El endeudamiento con tasas de intereses muy altas es lo más relevante que se ha observado en el análisis de la situación de los colaboradores, esto se ha trabajado con los participantes de tal manera que puedan evitar endeudarse para compra de bienes que no generen ningún beneficio importante y, si lo hacen que sepan diferenciar con qué entidad pagarían menos intereses. Entendiéndose que, en algunos casos, las cuotas absorben casi la mitad del salario percibido en el mes. Asimismo, es importante fomentar actividades que tenga mayor enfoque en la gestión del personal vinculado a las universidades (Nicklas, 2015).

La educación financiera de los colaboradores, del área de servicios y mantenimiento, de la UP se encuentra aún en sus inicios, puesto que las personas no realizan una planificación consciente de sus obligaciones financieras, cayendo en alto grado de endeudamiento. Durante el desarrollo

del proyecto se pudo observar el poco interés de los colaboradores en conocer la metodología del manejo eficiente de su dinero, puesto que solo el 50% participaron de las consultorías y de ellas menos de la mitad lograron la meta esperada (ahorro mensual). Además, el desarrollo de las medidas correctivas no fueron suficientes, debido a que el principal inconveniente fue adaptar al horario disponible de los colaboradores con la disponibilidad de los operadores y, en algunos casos, el poco interés de los colaboradores para participar de las consultorías. El proyecto puede declararse ineficiente ya que el hábito del ahorro requiere de mayor cantidad de tiempo para su ejecución y una disciplina donde haga que el acto sea consecutivo y repetitivo.

Indiscutiblemente, el crecimiento económico de un país trae consigo la necesidad de que las personas conozcan el manejo de las finanzas personales, por tal motivo, la educación financiera pueden convertirse en un complemento clave para reducir la pobreza del lugar (López-Lapo et al., 2022). En el contexto nacional, según la Encuesta de Educación Financiera en Paraguay 2017, realizada por el Banco de Desarrollo de América Latina – CAF, el 28% de los paraguayos habían ahorrado en los últimos 12 meses (Foco, 2020). Asimismo, los autores Benegas Mosqueira et al. (2021) confirman en un estudio que el 23% de los sujetos de análisis utilizaron sus ahorros como una medida alternativa para contrarrestar la situación de la pandemia del COVID-19. Añadiendo a esto, Ibáñez (2021) menciona la existencia de un bajo nivel de ahorro, debido a una falta de concienciación sobre la importancia del tema y un sobreendeudamiento, debido al desconocimiento de los riesgos que implica el uso excesivo de la tarjeta de crédito. Sin duda alguna, la utilización de ahorros como método de subsistencia se ha convertido en una de las estrategias más efectivas durante la crisis sanitaria, esto una mayor conciencia de que menos personas están dispuestas a endeudarse por medio de préstamos o utilización de tarjetas de créditos (Benegas Mosqueira et al, 2021). Sin embargo, en nuestro estudio el 94% en ASU y 83% en PJC se encuentran adeudados por préstamos financieros.

En el contexto internacional, se identificó que el promedio de los cuatro países: Brasil, Perú, Colombia y Ecuador (2019-2020) el 61% de las personas no ahorran y 57% no tienen la capacidad de cubrir gastos imprevistos versus con el ingreso promedio percibido (López-Lapo et al., 2022). Estos resultados tienen mayor aproximación con lo identificado en nuestro estudio, donde existe un promedio de 88,5% de endeudamiento en los participantes.

La carrera de Ciencias Contables y Auditoría se ha consolidado como una profesión valiosa para la preparación, análisis, aseguramiento y control de la información financiera para el interés público (López Carvajal, 2013). Vale la pena recalcar que el actuar correcto del contador público se traduce a una contribución al cambio (Brijaldo Ramírez y Pérez Guerrero, 2017) y, junto con las actividades de extensión universitaria bajo el marco de la RSU se logró iniciar el proceso de un proyecto de ayuda comunitaria generando cambios importantes en los colaboradores del área de servicios y mantenimiento sobre la administración de sus recursos financieros.

Algunas limitaciones del estudio se centran en dos aspectos: Tiempo (aumentar el plazo de control de las finanzas personales de los colaboradores. Ej: un año) y Motivación (buscar la estrategia de impulsar la costumbre del ahorro. Ej: guardar 10% de los ingresos totales por mes).

AGRADECIMIENTO

Se agradece al departamento de Talento Humano, Comunicaciones, Marketing Digital y Coordinación de Aulas de la Universidad del Pacífico por el apoyo a la realización de la presente investigación.

Declaración de los autores: Los autores aprueban la versión final del artículo.

Conflicto de interés: Los autores declaran no tener conflicto de interés.

Financiación: Con financiación propia

Contribución de los autores: Edgar Gustavo Cuevas Núñez participó en la idea, en el diseño de la investigación, acompañamiento de la investigación y aprobación de la versión final. Marlene Medina, Patricia Guiselle Echeverría Pereira, Magda Gabriela Grau Portillo realizaron la recolección de los datos, procesamiento estadístico, análisis y discusión de los resultados, redacción del borrador y versión final del trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alegre Brítez, M. A., y Kwan Chung, C. K. (2021). Educación financiera de estudiantes universitarios en paraguay, periodo 2018-2019. *La Saeta Universitaria Académica y de Investigación*, 10(1), 35–47. <https://doi.org/10.56067/saetauniversitaria.v10i1.273>
- Benegas Mosqueira, A. M., Villalba Sosa, C. A., Caballero Ruiz Díaz, A. M., y Kwan Chung, C. K. (2021). Análisis del impacto de la COVID-19 sobre la situación laboral durante la cuarentena en Paraguay, 2020. *Revista Científica de la UCSA*, 8(3), 67–74. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.03.068>
- Brijaldo Ramírez, M. I., y Pérez Guerrero, E. I. (2017). *La ética y responsabilidad social del contador público como aporte a la construcción de una mejor sociedad*. Universidad de la Salle [Tesis de grado]. https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/701
- Foco (2020). Inculcando el hábito del ahorro. <https://foco.lanacion.com.py/2020/10/31/inculcando-el-habito-del-ahorro/>
- Ibáñez, M. (2021). La educación financiera en Paraguay. <https://www.iefweb.org/es/la-educacion-financiera-en-paraguay/>
- Nicklas, C. (2015). Responsabilidad social universitaria en la – UCAB –Guayana. *Guayana Sustentable*, (11), 21-26. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/guayanasustentable/article/view/2434/2154>
- López Carvajal, O. R. (2013). Responsabilidad social en el ejercicio de la revisoría fiscal. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (62), 107-124. <http://hdl.handle.net/10495/4913>
- López-Lapo, J. L., Hernández Ocampo, S. E., Peláez Moreno, L. E., Sarmiento Castillo, G. del P., Peña Vélez, M. J., Cueva Jiménez, N. C., y Sánchez Loor, J. P. (2022). Educación financiera en América Latina. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1), 3810-3826. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1770
- PepePromedio. (2021). La importancia de la educación financiera. [Blog]. <https://www.barymont.com/pepepromedio/blog/educacion-financiera/>
- Rosado Jiménez, O. (2021). ¿Por qué es importante la educación financiera?. Forbes. <https://www.forbes.com.mx/por-que-es-importante-la-educacion-financiera/>
- Skandia. (2015). *La cultura del ahorro comienza en casa; es importante la educación financiera en familia*. Skandia. <https://www.skandia.com.co/para-quien/finanzas-personales/noticias-segmento-finanzas-personales/Lists/EntradasDeBlog/Post.aspx?ID=14>

