

ECCOS

DE LA ACADEMIA

**REVISTA DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN,
CIENCIA Y TECNOLOGÍA**



E-ISSN: 2550-6889

**Nº 16 IBARRA - ECUADOR - DICIEMBRE - 2022
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

<http://revistasojs.utn.edu.ec/index.php/ecosacademia>

E A

ECOS DE LA
ACADEMIA



E A

ECOS DE LA ACADEMIA

REVISTA DE LA FACUL-
TAD DE EDUCACIÓN, CIEN-
CIA Y TECNOLOGÍA) FECYT





Sumario

) 9 - 25

JULIÁN POSADA HERNÁNDEZ, MÓNICA ACOSTA TORRES, SANTIAGO LOAIZA POLO
Posicionamiento de la marca UTN desde la percepción de los públicos internos y externos

) 27 - 38

MARCIA MANTILLA, SANDRA GUEVARA-BETANCOURT
Test Anxiety in Pre-service English Teachers at Universidad Técnica del Norte

) 41 - 57

ANA LARREA-AYALA, JOELY AVELLANEDA GALARZA, ANTONELLA CHAMORRO LOYO, MILENA, GUERRERO PASQUEL, EMILY MESTANZA YÉPEZ, ANDY STEVE CADENA
Incidencia de los medios de comunicación, redes sociales y fake news durante las manifestaciones sociales de octubre 2019 en Ecuador

) 59- 79

CLARA ÁNGELA CAIZA TIPÁN, WILIAN PATRICIO ANDRADE RUIZ
El turismo slow como alternativa para el desarrollo sostenible en la comunidad del milenio A T Cofán Dureno al 2030

) 81 - 97

NEVY MARIELA ALVAREZ TINAJERO, JAIME OSWALDO RIVADENEIRA FLORES, SONIA DEL PILAR MONTERO ZAMBRANO
Dificultades en la enseñanza - aprendizaje de la estadística y probabilidad: una perspectiva de estudiantes

) 99- 110

JORGE-ELÍAS RIVADENEIRA, PABLO BUITRÓN-JÁCOME, ELMER MENESES-SALAZAR, VICENTE YANDÚN-YALAMÁ, ANDREA POLETH LÓPEZ CASTILLO
Oxigenación hiperbárica como proceso complementario en la regeneración de la piel en quemadura térmica utilizando hiperoxia con vasoconstricción

) 113 - 127

MIGUEL ÁNGEL BONIFAZ DAMIÁN
Place branding como estrategia de posicionamiento, caso de estudio: Mancomunidad Mirador de los Volcanes

) 129 - 138

JUAN FERNANDO JARAMILLO MANTILLA, JEFFERSON-STALIN PORTILLA-VILLARREAL, IBETH ALEJANDRA MONTENEGRO USIÑA, KATHERINE CRISTAL SEVILLA RUANO
Estrategias de aprendizaje y motivación en los estudiantes de la carrera de educación inicial modalidad en línea de la Universidad Técnica del Norte

) 141 -152

HERNÁNDEZ-MARTÍNEZ MARCO ANTONIO, MOLINA-PATIÑO EVELYN KARINA MINAYO, ECHEVERRÍA NANCY ARACELY, MORALES GRAMAL LADY JOSELYN
Aprendizaje basado en problemas como estrategia didáctica en la enseñanza de funciones exponenciales y logarítmicas

) 155 -168

DAVID FRANCISCO MAFLA NÉNGER
Líderes Emprendedores y la Esperanza en el lugar de trabajo de los empleados en las Mipymes de Ecuador

) 171 -181

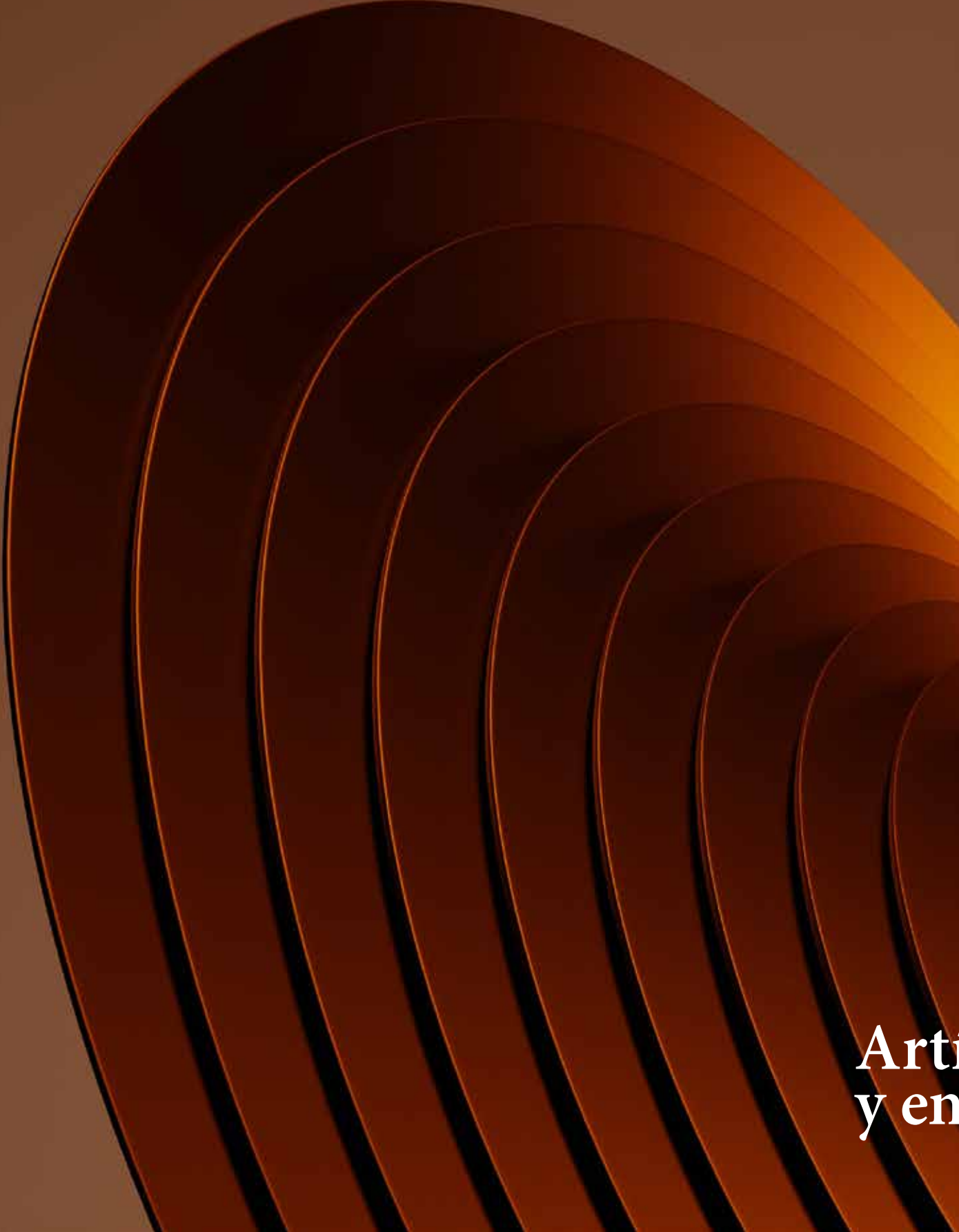
FERNANDO DAVID VALENZUELA ARROYO
Millennials imbabureños y sus preferencias de uso de redes sociales durante la pandemia Covid-19 en el 2020

) 183 -195

JEFFERSON-STALIN PORTILLA-VILLARREAL, PAOLA CASA-VERA, VERÓNICA LEÓN-RON, KARINA PABÓN, GABRIELA NARVÁEZ-OLMEDO
Bienestar psicológico y COVID 19 en estudiantes universitarios

) 196-203

Créditos



Art
y en

) Misión Universitaria

“La Universidad Técnica del Norte es una institución de educación superior, pública y acreditada, forma profesionales de excelencia, críticos, humanistas, líderes y emprendedores con responsabilidad social; genera, fomenta y ejecuta procesos de investigación, de transferencia de saberes, de conocimientos científicos, tecnológicos y de innovación; se vincula con la comunidad, con criterios de sustentabilidad para contribuir al desarrollo social, económico, cultural y ecológico de la región y del país”.

) Visión

“La Universidad Técnica del Norte, en el año 2020, será un referente regional y nacional en la formación de profesionales, en el desarrollo de pensamiento, ciencia, tecnológica, investigación, innovación y vinculación, con estándares de calidad internacional en todos sus procesos; será la respuesta académica a la demanda social y productiva que aporta para la transformación y la sustentabilidad”.

) La FECYT y la UTN

“La Facultad de Educación Ciencia y Tecnología es una unidad académica, que contribuye al desarrollo integral de la sociedad, forma profesionales emprendedores, competitivos, comprometidos con el desarrollo sustentable.”

) Investigación

“La Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, forma profesionales dedicados a la investigación científica, educación por competencias, en armonía con el medio social y cultural, resolviendo problemas socio-educativos del entorno.”

) Logros de la FECYT

“La Facultad de Educación Ciencia y Tecnología realiza programas de capacitación a docentes, estudiantes y administrativos en función del progreso y avance de la calidad académica y el buen servicio a la comunidad del país.”

) Oferta Académica

“La Facultad Educación Ciencia y Tecnología, oferta en el Régimen Presencial: Licenciaturas en Inglés, Contabilidad y Computación, Psicología Educativa y Orientación Vocacional, Físico Matemático, Diseño Gráfico y Educación Física.”

Posicionamiento de la marca UTN desde la percepción de los públicos internos y externos

Julián Posada Hernández
Universidad Técnica del Norte
japosada@utn.edu.ec

Mónica Acosta Torres
Universidad Técnica del Norte
maacosta1@utn.edu.ec

Santiago Loaiza Polo
Universidad Técnica del Norte
sdloaiza@utn.edu.ec

Recepción Sep. 02, 2022
Aceptación Nov. 28, 2022

RESUMEN

La marca se ha convertido en uno de los elementos intangibles más importantes de una organización, es así como su correcta construcción y gestión afecta directamente a la percepción de los diferentes públicos. Para esta investigación se ha tomado como objeto de estudio el sector de Educación Superior, específicamente a la Universidad Técnica del Norte, en vista de que es un referente a nivel zona 1 del Ecuador. Este es un estudio mixto de alcance relacional descriptivo en donde en primer lugar se realizó un análisis cuantitativo a un universo de 140.428 estudiantes internos y externos con una muestra probabilística de 778 estudiantes, y se basó en 5 hipótesis que respondían a los criterios de valor de marca: calidad percibida, asociación de marca y recordación de marca. Posteriormente se profundizó con criterios de expertos en el campo de la marca para determinar la influencia de los signos de identificación institucional con sus públicos, sumado a un trabajo de observación en el campus universitario. Se concluyó que los públicos internos al tener un mayor contacto con la institución la perciben como mejor a diferencia de los públicos externos, puesto que existe un nivel de empoderamiento y afinidad con la misma, aún así los públicos externos tienen una muy buena percepción de la universidad como un referente de calidad de la región.

Palabras clave: Marca, Logotipo, Valor De Marca, Estrategia De Marca, Universidad, Utn

UTN Brand Positioning from Perceptions of External and Internal Audience

ABSTRACT

The brand has become one of the most important intangible elements of an organization, this is how its correct construction and management directly affects the perception of different audiences. For this research, the higher education sector has been taken as the target population, specifically at Universidad Técnica del Norte, given that it is a benchmark at zone 1 of Ecuador. This is a mixed study of descriptive relational scope where, first of all, a quantitative analysis was carried out on a universe of 140,428 internal and external students with a probabilistic sample of 778 students, and it was based on 5 hypotheses that responded to the value criteria of brand: perceived quality, brand association and brand recall. Subsequently, it was deepened with the criteria of experts in the field of the brand to determine the influence of the signs of institutional identification with its public, added to an observation work on the university campus. It was concluded that internal audiences, having more contact with the institution, perceive it as better than external audiences, since there is a level of empowerment and affinity with it, even so, external audiences have a very good perception of the institution. university as a benchmark of quality in the region.

Keywords: Brand, Logo, Brand Equity, Branding, University, Utn

INTRODUCCIÓN

La marca ha tenido un proceso evolutivo constante y es justamente en el transcurso del tiempo que pasó de un fin netamente informativo o estético a constituirse en toda una estrategia compleja y sistemática (Chaves, 2001) que organizaciones de toda índole buscan construir constantemente. Según Costa (2004) la marca inicia como una cosa: signo en la antigüedad, luego un discurso en la edad media, posteriormente pasa a ser un elemento memorístico en la industrialización hasta llegar a ser un fenómeno complejo en la economía del conocimiento y la información. En este sentido la marca se convierte en un catalizador que aporta calidad, conciencia, reputación y prominencia (Keller, 2008).

Por lo tanto, el rol que cumple una marca en una organización ayuda a construir una identidad sólida y diferenciada que se plasma a través de su promesa y busca expresar sus valores, atributos y beneficios (Ávalos, 2010). Estos atributos se deberían ver reflejados en la imagen proyectada a los diferentes públicos, la misma que debe ser lo más acertada posible para generar un conocimiento favorable de marca, una actitud positiva hacia la misma y la relación con sus públicos (González, et al., 2011), cualidades que estarán vinculadas con la calidad percibida y por consiguiente reforzar su lealtad (Aaker, 2007).

Por otro lado, la marca no solo tiene la función de identificación y diferenciación, sino que se convierte en un activo intangible que busca generar beneficios por medio de su adecuada gestión (Sánchez, 2015). Según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI, antes IEPI (2015) dice que “Representan los activos sin sustancia física, identificables, de los cuales se esperan beneficios económicos futuros y separables.” (p.6). Es así que, la construcción eficiente de marca desemboca en un valor que no solo se ve reflejado en aspectos estéticos, sino que trasciende incluso a factores económicos y financieros, brindando un respaldo diferencial que perduran en el tiempo. Existen tres elementos de valoración de marca: Los elementos físicos que tiene que ver con todos los componentes visuales y fonéticos de la marca, siendo estos el nombre, los símbolos identificativos, tipografías, cromática, texturas, aromas, publicidad entre otros. Los elementos funcionales que tienen la capacidad de identificación del producto o servicio y que simplifican el proceso de decisión del consumidor en vista de los altos niveles competitivos de las marcas en la actualidad, además de ser un aval de calidad de la producción de la organización, por último, los elementos emocionales que incluyen asociaciones y aspiraciones del consumidor (IEPI, 2015).

La marca tiene un valor simbólico y financiero, y esta puede ser evaluada por la normativa internacional ISO 10668 la misma que valora los intangibles, en donde por un lado tiene una función estratégica desde el branding a nivel de gestión de la comunicación y por otro lado un enfoque más transaccional, en donde la marca persigue resultados contables (Martín, 2011). Por donde se lo vea, la marca es un elemento clave para cualquier tipo de organización y su correcta gestión la convierte en un respaldo de calidad y confia-

bilidad que no debe ser descuidada. En el caso del Ecuador existe la metodología de valoración de activos intangibles de propiedad intelectual del SENADI aprobada en el año 2015 con resolución Especial del Registro Oficial 277 (IEPI, 2015) basado en tres ejes: análisis de mercado, análisis financiero e investigación de mercado enfocado en el consumidor, siendo este último el que le compete a este estudio.

Por todos estos aspectos la marca juega un papel crucial al momento de determinar el valor de una institución de cualquier ámbito sea este público, privado, con o sin fines de lucro, por tal motivo este estudio se centra en un sector en particular como lo es la educación superior, debido a que es un derecho de un pueblo para reforzar el potencial individual y colectivo de sus habitantes (López, 2012), que centra su atención en la generación de conocimiento con una visión estratégica en el campo económico y social, además la calidad educativa tiene un papel fundamental en este proceso formativo que se enfoca en la exigencia, pertinencia y aporte integral del estudiante (Lesbia, et al., 2021) que son valores atribuibles también a la institución a través de la calidad percibida, identidad, recordación y lealtad de marca (Aaker, 2012). De esta manera, estas acciones generan relevancia y diferenciación frente a otras instituciones educativas (Hernández y Zamora, 2010).

Otro elemento clave al momento de construir marca es la percepción que tienen los públicos respecto a determinada institución de educación superior, por lo tanto, los estudiantes universitarios pueden incrementar el capital de marca por medio de su lealtad hacia ella (Casanoves-Boix, et al., 2017), es así como dicha institución debe trabajar en gestionar correctamente su comunicación para alcanzar un correcto posicionamiento en el tiempo.

Todas estas acciones están vinculadas a un campo denominado Branding Universitario que tiene sus propias características en relación con el Branding Comercial y si bien es cierto los criterios

estratégicos son los mismos en el sentido de construir marcas fuertes que perduren en el tiempo, en el caso universitario al ser organizaciones sin fin de lucro lo que buscan es reforzar valores como calidad frente a la competencia nacional e internacional (Retamosa, 2018). Estas acciones de gestión de marca deben ir a la par con los ejes medulares de toda institución de educación superior como es la academia, investigación, gestión y vinculación con la sociedad (CES, 2022).

Con estos antecedentes el objeto de estudio de esta investigación se centra en la Universidad Técnica del Norte (UTN) de la ciudad de Ibarra-Ecuador, debido a que esta institución de educación superior pública es considerado como un motor clave en el ecosistema productivo y económico de la Zona Uno del país, la misma que comprende a las provincias de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos; y al ser una entidad autónoma de derecho público sin fines de lucro, con personería jurídica, autonomía académica, administrativa, financiera y patrimonio independiente desde 1986 (Posso, 2011), la construcción de sus intangibles ayudan a reivindicar la importancia y relevancia de esta institución.

La Universidad Técnica del Norte UTN es una Institución de Educación Superior, pública y acreditada, forma profesionales de excelencia, éticos, críticos, humanistas, líderes y emprendedores con responsabilidad social que genera, fomenta y ejecuta procesos de investigación, transferencia de saberes, conocimientos científicos, tecnológicos y de innovación (Naranjo, et al., 2013); se vincula con la comunidad, con criterios de sostenibilidad para contribuir al desarrollo social, económico, cultural y ecológico de la región y del país que se ha convertido en un referente del norte del Ecuador, por lo tanto, su marca impacta directa e indirectamente al entorno educativo, productivo y comercial de la región.

La determinación del posicionamiento de la marca UTN como un activo intangible permite a la misma institución tener

un mayor conocimiento sobre sí misma, como un instrumento para la planificación y para crear valor entorno a los resultados obtenidos, para ello se ha tomado como referencia el valor de marca planteado por Aaker (2007) que se compone de cinco ejes como son la fidelidad de marca, reconocimiento de marca, calidad percibida, asociaciones de marca y otros activos en propiedad de marca.

Figura 1
Valoración de marca – Brand Equity



Nota: El gráfico representa las variables de valoración de marca (Brand Equity). Tomado de Construir marcas poderosas (p.10), por Aaker, D. 2007, Barcelona: Ediciones gestión 2000, S.A.

Reconocimiento de marca: Es una variable que evalúa la recordación que tiene un público respecto a una marca determinada, en este sentido se relaciona con el escalafón de dicha marca frente a sus competidores siendo de esta manera la más notoria (González, et al., 2011).

Calidad percibida: Es el balance por parte de los públicos entre lo que se espera y se recibe del producto o servicio. Según Keller (2008) son todas las opciones personales que se generan en torno a la marca e incluyen aspectos como calidad, credibilidad, consideración y superioridad. Además la calidad se vincula con aspectos de satisfacción a tres niveles: emocional, cognitivo y/o de comportamiento (Mora, 2011).

Asociación de marca: Son los atributos de un producto o marca que identifican los públicos, y que se pueden reforzar por un portavoz reconocido e incluso por sus signos identificadores (logotipo, escudos, colores, tipografías) que se convierten en elementos conductores de identidad de

marca (Aaker, 2007). Es así que, la asociación de marca está vinculada con el capital marcario que es la acumulación de valores positivos asignados a la institución y que se construye en el tiempo (Chaves y Bellucia, 2008).

MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de investigación

La presente investigación tiene un enfoque mixto, en vista de que la problemática a estudiar requiere tanto de datos cuantitativos como cualitativos como lo plantea Hernández (2014) “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p. 532). Por lo tanto, entre las principales ventajas de este método es obtener una perspectiva más amplia y profunda del objeto de estudio, la misma que contribuya con datos estadísticos de mayor calidad y criterios técnicos en los análisis de los datos obtenidos.

Desde el enfoque cuantitativo la investigación busca recabar datos estadísticos en relación con el nivel de reconocimiento, recordación y calidad percibida de la marca UTN por parte de los grupos objetivos internos (estudiantes UTN) y externos (estudiantes de nivel secundario de la provincia de Imbabura), mientras que desde el enfoque cualitativo se busca profundizar en información relevante de expertos en el campo del diseño y branding que complementen la percepción de la marca UTN.

Finalmente, la observación in situ de

la casona universitaria, ha permitido realizar un levantamiento visual de los diferentes signos de identificación de la institución. Esta etapa se encuentra centrada en la apreciación personal del observador bajo un análisis técnico en torno a la marca UTN. Con toda la información procesada se ha realizado una triangulación de datos cuantitativos y cualitativos, que han permitido cotejar los resultados obtenidos llegando a ser mucho más objetivos en los hallazgos.

Tabla 1
Valoración de marca – Brand Equity

TIPO DE VARIABLES	VARIABLES	OPCIONES DE RESPUESTA
Independientes	Públicos Interno - Estudiantes UTN	ESCALA LIKERT: Externo - Estudiantes colegios Imbabura
Dependientes	Reconocimiento de marca	La percepción de que la UTN es de las mejores universidades del país depende del tipo de público. Nada de acuerdo (1) Casi nada de acuerdo (2) Indiferente (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)
	Calidad percibida	La percepción de que la UTN es una institución de calidad depende del tipo de público. Pésimo (1) Regular (2)
	Asociación de marca	La percepción de que la marca de la UTN es de calidad depende del tipo de público. Bueno (3) Muy bueno (4) Excelente (5)
		La percepción de que el escudo de la UTN es de calidad depende del tipo de público.

Nota: Esta tabla muestra las variables de estudio dependientes e independientes y su relación con la escala de Likert.

Tabla 2
Variables de estudio cualitativas según criterio de expertos

ENCUESTADOS	CARGOS
Rafael Salguero	Magíster en Diseño y Gestión de Marcas. Doctorando en Diseño - Universidad de Palermo, Argentina. Profesor titular de la materia identidad visual corporativa y Coordinador de Maestría en Gestión de Diseño UNACH.
Pablo Iturralde	Diseñador gráfico y director de ÁNIMA estudio de diseño con reconocimiento nacional e internacional. Docente y coordinador del centro de diseño de la UDLA
Raúl Belluccia	Profesor Titular de la materia Diseño Gráfico en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. UBA. Asesor en diseño gestión y auditoría de marca.
Edgar Jiménez	Magíster en Diseño y Gestión de Marcas. Docente de la carrera de Diseño, Coordinador de maestrías y de la carrera de diseño de productos en la ESPOL.
Alberto Montaner	Filólogo, historiador y poeta. Director de la revista Emblemata. Director de los posgrados de la universidad de Zaragoza. Especializado en la Edad Media y el Siglo de Oro.
Gisella Calderón	Estudió diseño en la École Supérieure des Arts Modernes, ESAM, París, Francia, 1981. Docente en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (FADA-PUCE)

Nota: Esta tabla muestra los perfiles profesionales de los entrevistados en relación a la marca.

Técnica de investigación

Para la investigación cuantitativa se aplicó encuestas (tabla1) que posteriormente permitió realizar estudios estadísticos y medición de percepciones y tendencias de los diferentes públicos. A nivel cualitativo se aplicaron entrevistas semiestructuradas a expertos (tabla 2) para obtener datos de mayor profundidad sobre el problema y por último se realizaron fichas de observación con registro fotográfico

de los signos de identificación de la UTN, para ver de primera mano la situación de la universidad a nivel de comunicación.

Universo y muestra

A nivel de públicos internos se levantaron datos las cinco facultades de la UTN: FECYT, FACAE, FICA, FICAYA, FCSSC con un total de 388 encuestados de un universo de 13.000 estudiantes matriculados, mientras que los públicos ex-

ternos fueron los estudiantes de 3er. Año de bachillerato de diferentes Unidades Educativas de la provincia de Imbabura de los tres distritos determinados por el Ministerio de Educación con un universo de 127.428: 10D01(Ibarra, Pimampiro y San Miguel de Urucuquí), Distrito 10D02 (Antonio Ante- Otavalo), Distrito 10D03 (Cotacachi) con un total de 384 encuestados, es así que sumando entro los dos pú-

blicos dio un total de 772 encuestas entre públicos internos y externos.

Las preguntas se plantearon con mediciones de escala de Likert adecuadas para determinar la percepción de un público en aspectos como creencias y preferencias en el campo de la conducta (Cañadas y Sánchez, 1998) que posteriormente fueron tabulados con el software SPSS.

Tabla 3
Definición de hipótesis

Variable	Valor de marca
H ₁ : La percepción de que la UTN es de las mejores universidades del país depende del tipo de público.	Reconocimiento de marca
H ₁ : La percepción de que la UTN es de las mejores universidades de la zona 1 depende del tipo de público.	Reconocimiento de marca
H ₁ : La percepción de que la UTN es una institución de calidad depende del tipo de público.	Calidad percibida
H ₁ : La percepción de que la marca de la UTN es de calidad depende del tipo de público.	Asociación de marca
H ₁ : La percepción de que el escudo de la UTN es de calidad depende del tipo de público.	Asociación de marca

Nota: Esta tabla muestra las cinco hipótesis planteadas y se relación con el valor de marca.

Hipótesis

En vista de que el objetivo de investigación cuantitativa es determinar la percepción de los públicos frente a la marca UTN se plantearon 5 hipótesis (H1) que relacionan las variables de reconocimiento de marca, calidad percibida y asociación de marca con los diferentes públicos antes mencionados y que se muestran en la tabla 3.

Por medio de estudios descriptivos con tablas cruzadas se ha procedido a sistematizar la información recabada con un análisis estadístico del contraste Chi-cuadrado (Cañadas, et.al, 2012) que ha permitido analizar la contraposición de hipótesis planteadas en la investigación

con la hipótesis nula, adicionalmente se ha aplicado el coeficiente V de Cramer (IBM, 2022) que es una medida de tamaño que complementa a la prueba de Chi Cuadrado en la que se mide la asociación entre dos campos de categorías y a fin de determinar la fuerza de la relación.

PROCEDIMIENTO.-

El cuestionario ha sido validado por dos expertos, uno en el área de estudios de consumidor y el otro en investigación y estadística. Posteriormente se ha realizado una prueba piloto a 20 estudiantes internos y externos de la UTN, en donde se ha llegado a determinar el nivel de

confiabilidad del instrumento, se ha empleado el Alpha de Crombach que es un instrumento de medición en el campo de las ciencias sociales y la conducta (Quero-Virla, 2010) el mismo que ha tenido un valor de (0,766), que está dentro del rango de buena. Posteriormente la encuesta ha sido aplicada en dos momentos, para los públicos internos UTN se ha trabajado con 25 estudiantes de la carrera de diseño gráfico a los mismos que se les capacitó para el correcto levantamiento de datos en el campus universitario y la segunda etapa a públicos externos a la UTN realizando la gestión desde el decanato de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología a fin de solicitar permiso a diferentes colegios de la provincia en donde los mismos investigadores han realizado las encuestas de forma física a los estudiantes de bachillerato, para posteriormente tabularlas y llevar a cabo las estadísticas en SPSS.

En la etapa de obtención de datos

cualitativos se han gestionado entrevistas con expertos en el campo de diseño de marcas, docentes universitarios, auditores de marca y heráldistas que han brindado argumentos técnicos en relación a la marca, es así que se ha utilizado herramientas digitales de videollamada para dialogar sobre el tema y ampliar la visión de los hallazgos encontrados.

Finalmente, se ha realizado un trabajo de campo en la Universidad Técnica del Norte a fin de observar de primera mano la situación actual de los signos de identificación de la institución, la implementación actual de la marca y su arquitectura de marca vinculada con los criterios de Aaker (2007).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez realizada la prueba de Chi Cuadrado y reforzada por el coeficiente V de Cramer para determinar si existe una

Tabla 4
Resultado de hipótesis

Hipótesis	V de Cramer	P valor (0,05) Chi-cuadrado	Decisión
H1: La percepción de que la UTN es de las mejores universidades del país varía dependiendo de los público internos o externos.	0,243	0,000	H1: Aceptada hipótesis del investigador.
H1: La percepción de que la UTN es de las mejores universidades de la zona 1 varía dependiendo de los públicos internos o externos.	0,428	0,000	H2: Aceptada hipótesis del investigador.
H1: La percepción de que la UTN es una institución de calidad varía dependiendo de los público internos o externos.	0,267	0,000	H3: Aceptada hipótesis del investigador.
H1: La percepción de que la marca de la UTN es de calidad depende de los públicos internos o externos.	0,054	0,683	H4: Aceptada la hipótesis nula

Nota: Esta tabla muestra los resultados de las hipótesis, de las cuales las tres primeras se acepta la hipótesis del investigador y en las dos últimas se acepta la hipótesis nula.

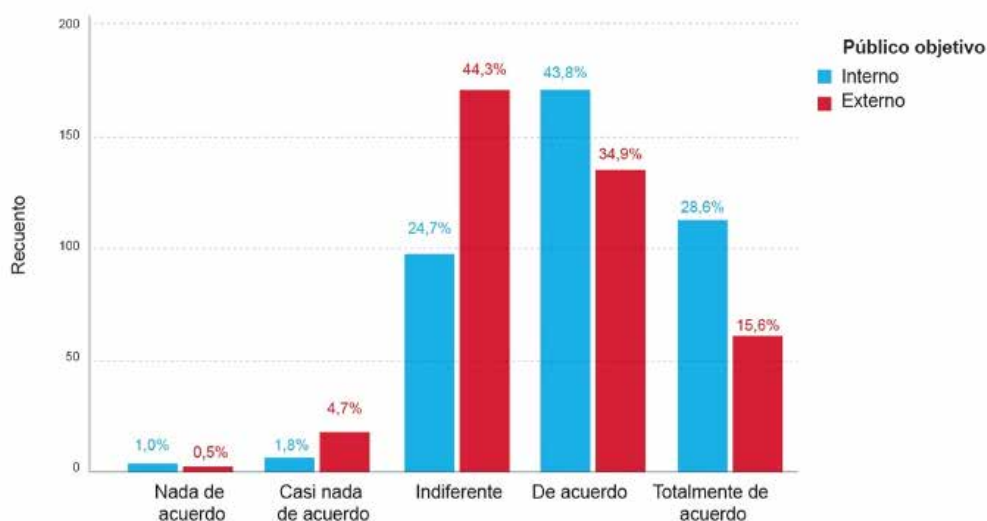
diferencia significativa entre los datos obtenidos de los públicos internos y externos en relación a la Universidad Técnica del Norte basada en las cinco hipótesis como se aprecia en la tabla 4, se ha determinado que en relación a las tres primeras variables el p-valor de 0,000 ($p \leq 0,05$) con un nivel de confianza del 95%. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se llega a

aceptar la hipótesis de los investigadores (H1), es decir que ha existido una diferencia estadísticamente significativa entre los públicos internos y externos en relación a la percepción de que la UTN es una de las mejores universidades en la Zona 1 y el país, además, de que los públicos la consideran como una institución de calidad.

En el caso de las dos últimas hipótesis

Figura 2

La Universidad Técnica del Norte como una de las mejores del país



Nota: El gráfico representa la percepción que tiene los públicos internos (UTN) y externos (colegiales) referente al reconocimiento de marca frente a otras universidades a nivel nacional. Fuente: Elaboración propia.

el p-valor es 0,683 y 0,065 respectivamente ($p > 0,05$) por lo que se llega a aceptar la hipótesis nula es decir: No ha existido una diferencia estadísticamente significativa entre la percepción de que la marca y el escudo de la UTN son de calidad y que dependen de los públicos internos o externos. Es por ello que particularmente en estas dos últimas variables se ha procedido a profundizar con expertos en el campo de la marca y heráldica a fin de determinar la influencia de los signos de identificación institucionales con los públicos.

Reconocimiento de marca

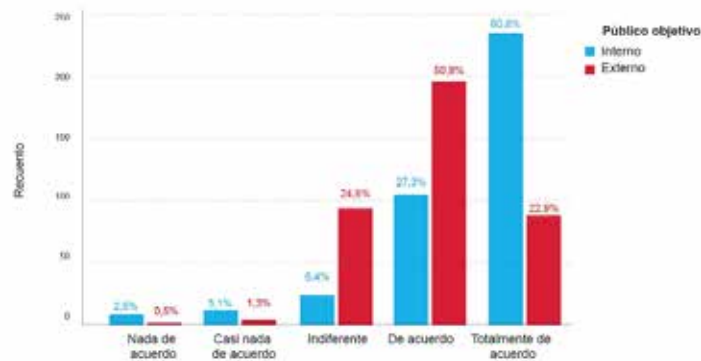
Comparando la Figura 2, en donde se pregunta si la Universidad Técnica del Norte es una de las mejores del país, la percepción cambia dependiendo del tipo

de público, en este sentido los públicos internos se sienten más identificados con la institución existiendo una predominancia de estar de acuerdo con un 48,3% frente a un 34,9% de los públicos externos. Por otro lado los porcentajes de nada de acuerdo son realmente bajos que no superan el 1% en los diferentes públicos, dejando en evidencia que la institución tiene un buen conocimiento, en vista de que a mayor reconocimiento de marca aumenta también su notoriedad por parte de la públicos este proceso se puede dar por un recuerdo espontáneo o inducido (Casanoves-Boix et al., 2017).

En el caso de la Figura 3 la percepción positiva de los públicos internos aumenta significativamente al considerar que la UTN es una de las mejores de la Zona 1

Figura 3

La Universidad Técnica del Norte como una de las mejores de la región ZONA 1 (Imbabura, Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos)



Nota: El gráfico representa la percepción que tiene los públicos internos (UTN) y externos (colegiales) referente al reconocimiento de marca frente a otras universidades a nivel de Zona Fuente: Elaboración propia.

(Imbabura, Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos) en donde están totalmente de acuerdo un 80,8%, mientras que los públicos externos están de acuerdo con un 50,8%, por otro lado los porcentajes de nada de acuerdo en ambos públicos están por debajo del 2,5%. Estos datos evidencian que al igual que en el caso anterior los públicos internos sienten una mejor afinidad por la institución al formar parte de ella, sin embargo en general se percibe como una de las mejores de la región. A medida de

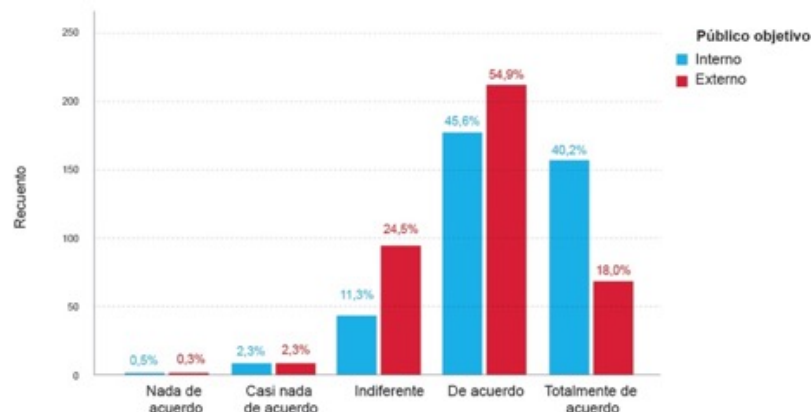
que la comparación de la institución sea más delimitada como es el caso de la zona 1 aumenta la percepción de los públicos en torno a su reconocimiento de institución frente a otras universidades, en este sentido los públicos tanto internos como externos tiene un alto nivel de recordación y de reconocimiento de la marca (Curubeto, 2007).

Calidad percibida

Comparando la figura 4, a diferencia

Figura 4

La Universidad Técnica del Norte como una institución de calidad

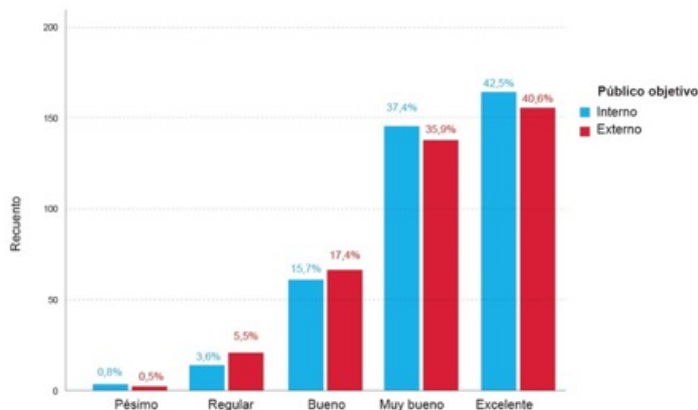


Nota: El gráfico representa la percepción que tiene los públicos internos (UTN) y externos (colegiales) referente a nivel de calidad percibida. Fuente: Elaboración propia.

de las dos preguntas anteriores que hacen una comparación con otras instituciones educativas esta hace referencia a las cualidades intrínsecas de la institución en relación a su calidad, en este sentido los públicos internos están totalmente de acuerdo con un 40,2% por sobre los 18,0% de los públicos externos, los porcentajes cambian

en relación con los que están de acuerdo en donde los públicos internos tienen un 45,6% y los públicos externos 54,9%. Los porcentajes de nada de acuerdo están por debajo de 0,5%, dejando en evidencia que a pesar de que la percepción cambia entre los públicos internos y externos, en general la UTN es considerada como una institu-

Figura 5
Calidad del escudo de la Universidad Técnica del Norte



Nota: El gráfico representa la percepción que tiene los públicos internos (UTN) y externos (colegiales) referente a la asociación de los signos de identificación visual (escudo) con la institución. Fuente: Elaboración propia.

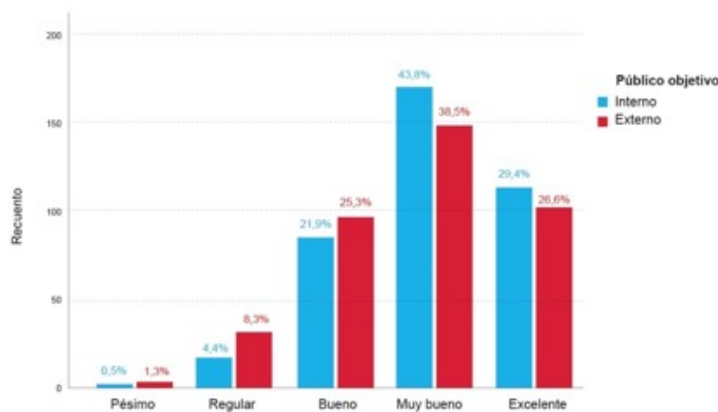
ción de calidad, que según el contacto experiencial que se tenga aumentará el grado de calidad percibida en base al grado de satisfacción obtenido (Capriotti, 2009).

Asociación de marca

Al analizar la Figura 5, en relación a

que si el escudo de la UTN es de calidad, la percepción de los públicos es alta en donde los internos la valoran como excelente con un 42,5% mientras que los externos con un 40,6%. (González, et al. 2011) plantea que “los atributos tangibles son elementos básicos para entender la construcción del

Figura 6
Calidad de la marca de la Universidad Técnica del Norte



Nota: El gráfico representa la percepción que tiene los públicos internos (UTN) y externos (colegiales) referente a la asociación de los signos de identificación visual (marca) con la institución. Fuente: Elaboración propia.

valor de marca en la mente del consumidor y que estos atributos influyen en la actitud hacia la marca en cualquier nivel de involucramiento” (p. 235), en este sentido los signos de identificación visual afectan

la asociación de la marca al estar implementados en cualquier soporte.

Finalmente, se puede apreciar en la figura 6, que la marca UTN tiene una percepción de calidad más baja por parte de

Tabla 5
Resultado de criterio de expertos

Entrevistado	Criterio de experto
Rafael Salguero	<p>Debe existir una distinción entre escudo y logotipo de la institución, puesto que no se deben trabajar con los mismos criterios.</p> <p>El escudo cumple una función jerárquica institucional, la marca una función comunicacional, y se debe analizar desde la emblemática y heráldica.</p> <p>El logotipo es recomendable analizarlo con los parámetros de rendimiento de Chaves-Belluccia.</p> <p>En el caso UTN tiene algunos problemas de estructuras y estilos. Sobretudo en aspectos como la calidad gráfica genérica, vigencia y declinabilidad.</p>
Edgar Jimenez	<p>La marca UTN evoca un estilo de diseño de los años 80's por tal motivo se percibe como antigua.</p> <p>Tiene algunos problemas de calidad gráfica y a pesar de que los públicos la definen como buena, es un tema más de empoderamiento y familiaridad con la misma.</p> <p>El estilo gráfico del logotipo de la UTN evoca otra categoría, en este caso como una marca más industrial.</p>
Pablo Iturralde	<p>El primer paso para el diseño de una marca es determinar sus contenidos diferenciadores.</p> <p>Hay elementos del escudo que hay que analizar si es pertinente que estén.</p> <p>El estilo tipográfico de la letra “T” en la marca UTN aparentemente no cumple ninguna función y puede ser un elemento innecesario.</p>
Raúl Belluccia	<p>El estilo emblemático no sería correcto para una institución de corta edad 36 años, debido a que este recurso lo emplean instituciones centenarias o milenarias.</p> <p>La marca tiene problemas de calidad gráfica, y el empleo de la letra “T” tan extendido es innecesario.</p> <p>Una marca universitaria debe ser sinónimo de alta institucionalidad, mucha jerarquía y alta calidad gráfica.</p>
Alberto Montaner	<p>El escudo es un elemento más oficial y jerárquico, pero debe respetar los criterios de la emblemática y heráldica.</p>

El escudo UTN tiene un estilo ecléctico pues tiene elementos típicos del sello, otros típicos de la emblemática y otros típicos de la marca comercial y promocional que es un poco el resultado del sincretismo cultural.

En caso de realizar cambios o ajustes es clave la visión a largo plazo con criterios técnicos y estratégicos, empleando los recursos de la emblemática.



Gissela Calderón	<p>Para el diseño de una marca universitaria se requiere pasar por una investigación, el estudio de mercado, luego la investigación del perfil de personas a quienes se quiere llegar.</p> <p>El escudo UTN en primera instancia se percibe como antiguo, es anacrónico. Tiene muchos elementos, es difícil descifrar, toma mucho tiempo su lectura.</p> <p>La marca UTN es más simple, sin embargo, le veo como pesado, pensé en algo automotriz ya que es algo pesada la letra. La simplificación es mejor y sin agregar muchos elementos se puede mejorar aun.</p>
------------------	---

Nota: Esta tabla muestra el criterio técnico de expertos en relación a la marca UTN.

los públicos internos y externos a diferencia del escudo de la institución en donde un 43,8% de públicos internos, dan una valoración de muy bueno, frente al 38,5% de públicos externos, en una valoración de excelente el porcentaje baja considerable-

mente al 29,4% y 26,6% respectivamente. En este sentido la función de los signos institucionales es satisfacer todos los requerimientos de identificación de la empresa y además ser pertinente estilísticamente con el perfil estratégico desarrollado siendo

<p>Figura 7 Observación signos de identificación UTN</p> 	<p>Figura 8 Observación de la rotulación UTN</p> 
<p>Nota: Aplicación del escudo y marca UTN en diferentes soportes. Fuente: Elaboración propia</p>	<p>Nota: Diferencias tipográficas en rotulación al interior de la UTN. Fuente: Elaboración propia</p>

<p>Figura 9 Arquitectura de marca UTN</p>  <p><i>Nota:</i> Arquitectura de marca UTN. Fuente: Elaboración propia</p>	<p>Figura 10 Gestión de marca en redes sociales UTN</p>  <p><i>Nota:</i> Contenido de redes sociales UTN. Fuente: Elaboración propia</p>
--	---

un elemento de respaldo comunicacional (Chaves y Bellucia, 2008).

Criterio de expertos

El criterio de expertos aporta datos significativos a nivel cualitativo, como se puede apreciar en la tabla 5 cada uno de ellos argumenta técnicamente las características de una buena marca y de manera específica aportan con diagnóstico de la marca UTN actual y que complementa los hallazgos obtenidos en el estudio cualitativo.

Observación de campo

La última etapa de la investigación se enfocó en la observación en las instalaciones y medios digitales de la institución como se puede apreciar en las figuras 7,8,9,10. En este sentido estos hallazgos complementan los datos obtenidos previamente.

La marca gráfica y el escudo UTN se aplican en diferentes formatos, soportes y materiales los mismos que en algunos casos cambian en aplicación cromática, tipográfica y composición, en este sentido el escudo cumple una función más institucional y la marca una función más comunicativa.

Existe una amplia variedad de fami-

lias tipográficas aplicadas a sistemas señaléticos y rotulación exterior en el Campus Universitario del Sector el Olivo además de diferentes materiales como el metal, madera, acrílico, vinilo adhesivo entre otros.

La UTN maneja diferentes arquitecturas de marca, en algunos casos es monolítica, híbrida y submarcas, lo que ha generado un problema de organización e identificación de las diferentes unidades académicas, empresa pública y medios de comunicación. A nivel de gestión de la marca en medios digitales se ha observado la red social Facebook, que más utiliza la institución en donde se ha llegado a apreciar una variedad de formatos y composiciones de los anuncios, variedades tipográficas, empleo de ilustraciones y fotografías.

CONCLUSIONES

El objeto principal de este estudio ha sido determinar el nivel de posicionamiento de la marca universitaria desde la percepción de públicos internos y externos desde el enfoque de valoración de marca planteada por David Aaker, por lo que a partir de los resultados obtenidos se ha podido concluir que:

A nivel de reconocimiento de marca se han planteado 2 interrogantes para determinar si la UTN es una de las mejores universidades del país y la Zona 1 (Imbabura, Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos), se ha podido determinar que los públicos internos al tener un mayor contacto con la institución la perciben como mejor a diferencia de los públicos externos, puesto que existe un nivel de empoderamiento y afinidad con la institución. Queda en evidencia que la UTN se percibe como una de las mejores de la región, ya que a nivel nacional tiene que competir con universidades de mucha trayectoria.

En cuanto a la calidad percibida, que tiene que ver con aspectos de credibilidad, prestigio y superioridad en todo sentido, en el caso de la UTN los públicos internos sienten mayor empoderamiento de la institución y la definen como una institución de calidad, mientras que los públicos externos tienen una preponderancia en estar de acuerdo, de igual manera en este sentido se ha corroborado la hipótesis que los públicos internos perciben a la institución como una unidad de calidad.

Por otra parte, la asociación de marca se vincula con atributos de la institución, que en muchas ocasiones se vincula con elementos de identificación visual como marcas gráficas, identificadores y colores institucionales, en este sentido al igual que en los casos anteriores los públicos internos se sienten más identificados con los signos de identificación institucional viendo al escudo como más representativo que la marca gráfica. Sin embargo a diferencia de las variables anteriores la hipótesis planteada por los investigadores se rechaza en el sentido de la percepción de que la marca y el escudo de la institución son de calidad, no depende de los públicos objetivos, por ello justamente se ha visto pertinente triangular información con criterio de expertos y observación in situ en el campo del diseño de marca, lo mismo que han argumentado técnicamente que los signos de identificación visual de la institución tienen algunos problemas técnicos

que puedan afectar la asociación y calidad percibida de marca, finalmente se ha realizado una observación de campo en las instalaciones de la institución y se pudo palpar ciertos problemas a nivel visual de implementación de la marca y sus elementos, por lo que se concluye que la institución es percibida como una universidad de calidad por parte de públicos internos y externos pero que se puede mejorar en aspectos como manejo de identidad visual y comunicativa con los diferentes públicos con los que está en contacto.

REFERENCIAS

- Aaker, D. (2007). Construir marcas poderosas. Barcelona: Ediciones gestión 2000, S.A. <<https://bit.ly/3OXBu0p>>
- Aaker, D. (2012). Relevancia de la marca. Madrid: Pearson Educación S.A. <<https://bit.ly/3umeHlu>>
- Ávalos, C. (2010). La marca: identidad y estrategia. . Buenos Aires: La Crujía. <<https://bit.ly/3FIMZeW>>
- Cañadas, I., & Sánchez, A. (1998). Categorías de respuesta en escalas tipo likert. *Psicothema*, 10, 623-631. <<https://bit.ly/3VN7Mha>>
- Cañadas, G., Batanero, C., Díaz, C., & Gea, M. (2012). Comprensión del test Chi-Cuadrado por estudiante de psicología. *Investigación en Educación Matemática XVI*, 153 - 160. <<https://bit.ly/3VHzEUI>>
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Santiago, Chile: Libros de la Empresa. <<https://bit.ly/3gY2bpp>>
- Casanoves-Boix, J., Küster-Boluda, I., & Vila-López, N. (2017). La lealtad del estudiante como clave para construir marca universitaria. *Esic Market Economics and Business Journal*, 553-578. <<https://doi.org/10.7200/esicm.158.0483.3e>>
- CES (2022). Reglamento de régimen académico. Quito: Consejo de

- Educación Superior. <<https://bit.ly/3ugnrK9>>
- Chaves, N. (2001). La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Barcelona: Gustavo Gilli, S.A. <<https://bit.ly/3iwaU2C>>
 - Chaves, N., y Bellucia, R. (2008). La Marca Corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF. <<https://bit.ly/3ul7BxD>>
 - Costa, J. (2004). La imagen de marca un fenómeno social. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. <<https://bit.ly/3gVYroo>>
 - Curubeto, C. (2007). La marca universitaria. 1a ed. Buenos Aires: Universidad Austral. Facultad de Comunicaciones. <<https://bit.ly/3OTQj4m>>
 - González, E., Orozco, M. M., y Barrios, A. d. (2011). El valor de la marca desde la perspectiva del consumidor. Estudio empírico sobre preferencia, lealtad y experiencia de marca en procesos de alto y bajo involucramiento de compra. *Contaduría y Administración*, 235, 217-239. <<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2011.417>>
 - Hernández, G., Zamora, M. (2010). Diagnóstico de la imagen de marca de las instituciones universitarias en España. II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (págs. 1-20). España: Universidad La Laguna. <<https://doi.org/10.25145/c.radar.2022.01>>
 - Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. <<https://bit.ly/2JLPtUM>>
 - IBM (2022). [www.ibm.com. Obtenido de IBM V de Cramér: https://www.ibm.com/docs/es/cognos-analytics/11.1.0?topic=terms-cramrs-v](https://www.ibm.com/docs/es/cognos-analytics/11.1.0?topic=terms-cramrs-v) <<https://doi.org/10.17013/ris-ti.36.20-64>>
 - IEPI (2015). Metodología de valoración de activos intangibles de propiedad intelectual. Quito: Resolución 0952014DEIEPI (Edición Especial del Registro Oficial 277, 27II2015). <<https://bit.ly/3ujRuAx>>
 - Keller, K. (2008). Administración estratégica de la marca. México: PEARSON Educación. <<https://bit.ly/3ugo8Df>>
 - Lesbia, C., Torres, D. G., Miranda, S. O., y Pernet, C. J. (2021). Calidad educativa como base de la transformación universitaria. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 192-200. <<https://bit.ly/3UsSPQe>>
 - López, M. (2012). Democratización de la Educación Superior: Una estrategia para el desarrollo socioeconómico. Pereira, Colombia: Gestión y Región N° 14. <<https://bit.ly/3UswCl2>>
 - Martín, J. (2011). El nuevo estándar ISO de valoración de marcas. *MK Marketing+Ventas*, 48-53. <<https://bit.ly/2vp1KJi>>
 - Mora, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, vol. 10, 146-162. <<https://doi.org/10.5585/remark.v10i2.2212>>
 - Naranjo, M., Portilla, M. d., Guerra, F., Vaca, J., Pinzón, L., & Ortiz, D. (2013). Modelo Educativo Universidad Técnica del Norte. Ibarra: Universidad Técnica del Norte. <<https://doi.org/10.36996/delectus.v3i3.55>>
 - Posso, A. (2011). Tejiendo un sueño. Historia de la Universidad Técnica del Norte. Ibarra: Editorial Universitaria .
 - Quero-Virla, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios de Ciencias Sociales*, 12, 248-252. <<https://doi.org/10.36390/telos>>
 - Retamosa, M. (2018). University Branding: Capital de Marca Universitario desde la perspectiva de sus grupos de interés. Ciudad Real: Universidad

de Castilla La Mancha - Doctorado en economía y empresa. <<https://doi.org/10.18239/ins.131.2019>>

- Sánchez, A. (2015). Análisis sobre la valoración de marcas comerciales. Madrid: Universidad Pontificia ICAI Comillas. <<https://bit.ly/3H9QIDc>>



Test Anxiety in Pre-service English Teachers at Universidad Técnica del Norte

Marcia Mantilla
 mlmantilla@utn.edu.ec
 Universidad Técnica del Norte

Sandra Guevara-Betancourt
 smguevara@utn.edu.ec
 Universidad Técnica del Norte

Recepción Sep. 03, 2022
Aceptación Nov. 14, 2022

ABSTRACT

This research was aimed to describe test anxiety experienced by English Major students from Universidad Técnica del Norte. This study was conducted during the academic period of October 2021 – February 2022. It applied a qualitative approach whose main instrument was the Westside Test Anxiety Scale to gather the required data to identify the anxiety levels experienced during English tests. For this purpose, 250 students were the participants, the whole population of the undergraduate English program. The data was collected using an online questionnaire. The main findings evidence that anxiety before a test ranges between Moderate and High, regardless of the level, which disregard the incidence of age. Besides the existing anxiety before tests, the anxiety levels evidenced during and after them, report to be High and Extremely High for students. In conclusion, teachers must be trained in strategies to teach students how to cope appropriately with test anxiety. Therefore, pre-service English teachers were selected as the target population for this study.

Keywords: Test Anxiety, Anxiety Scale, Pre-Service English Teachers, Strategies

Ansiedad durante Pruebas en Futuros Profesores de Inglés de la Universidad Técnica del Norte

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo describir la ansiedad ante las pruebas que experimentan los estudiantes de la carrera de Inglés de la Universidad Técnica del Norte. Este estudio se realizó durante el período académico octubre 2021 – febrero 2022. Se aplicó un enfoque cualitativo cuyo principal instrumento fue la Westside Test Anxiety Scale para recopilar los datos requeridos con el objetivo de identificar los niveles de ansiedad experimentados durante las pruebas de inglés. Con este propósito, 250 estudiantes fueron los participantes, que es toda la población del programa de inglés. Los datos se recogieron por medio de un cuestionario en línea. Los principales hallazgos evidencian que la ansiedad ante un examen oscila entre Moderada y Alta, independientemente del nivel, aspecto que descarta la incidencia de la edad en la ansiedad. Además de la ansiedad existente antes de las pruebas, los niveles de ansiedad evidenciados durante y después reportan ser Alto y Extremadamente Alto para los estudiantes. Como conclusión, los profesores deben estar capacitados en estrategias para enseñar a los estudiantes cómo manejar adecuadamente la ansiedad ante los exámenes, por esta razón, los futuros profesores de inglés fueron seleccionados como la población meta de este estudio.

Palabras clave: Ansiedad Ante Los Exámenes, Escala De Ansiedad, Profesores De Inglés En Formación, Estrategias

INTRODUCTION

Dealing with tests may trigger various feelings and emotions that interfere with learners' skills to demonstrate how much they have learned. The scenario becomes even more complex when learners are tested in a foreign language. Aydin et al. (2020) remark that test anxiety significantly affects learning a foreign language; therefore, more research is necessary on this issue because there is no consensus yet on language proficiency and test anxiety. This is a still debatable issue that started in the 1950s, when test anxiety was identified as an academic phenomenon first recognized as independent of general anxiety, leading from that time to another field of research (Buck, 2017).

It is relevant to highlight that foreign language anxiety (FLA) has been studied since the early 1970s. It has emerged as a significant affective element impacting second/foreign language (SL/FL) learning results. Numerous empirical studies on FLA in acquiring different SL/FL abilities have shown that fear negatively impairs language learning outcomes (Meihua & Xiangming, 2019). Then in the late 1980s, Horwitz, Horwitz, and Cope (1986) noted that test anxiety goes beyond physical demonstrations because it evidenced adverse incidence in the cognitive performance of

learners. In this vein, Gkonou (2020) asserts that language classrooms are inherently stressful, and higher anxiety levels are likely to appear, consequently debilitating and affecting language academic performance (Stephenson, 2006).

Aydin (2009) suggests that pre-service and in-service education programs train on the methods or strategies to appropriately cope with test anxiety because evidence from some studies has revealed that test anxiety considerably affects students' performance and achievement regarding language skills. Regarding academic performance, Tambaya (2019) refers to the importance of time management strategies to reduce test anxiety because learners' reactions to such a demanding task range from discomfort (physical) to anxiety (affective) and even cause a temporary inability to remember (cognitive) what they already know.

Evaluation and testing are integral to any educational program, particularly in the EFL context. Testing reveals the benefits and drawbacks of strategies, resources, tools, personnel, and the test itself. Every test or testing session in EFL contexts may be affected by various factors, including test takers' attitudes toward the second language and second culture and the anxiety that the exam session and its different components may produce for them. Therefore, this research aims to determine the anxiety levels experienced by the English Major students at Universidad Técnica del Norte when dealing with tests.

Review of Literature

Although there is an increased awareness that the foreign language class is a space in which a diversity of emotions interacts, the affective sphere has been ignored in applied linguistics (Dörnyei, 2009). Previous experiences, relevance attributed to the study of the Second Language (L2), feelings associated with this learning, implicit feelings of exposure, and even discreditation with language classmates at being corrected, constitute aspects that, to

a greater or lesser extent, affect the quality of the learning outcomes.

Only a few years ago, university students in Ecuador were required to learn a foreign language as a requirement for graduation without any mention of the Common European Framework of Reference (CEFR, 2001). This requirement does not apply to undergraduates majoring in language pedagogy because they must finish with a grade of at least a B2. The B1 is now a requirement for graduation for all majors, according to recently adopted regulations. Every semester, however, placement exams reveal that most students in this province who are set to begin a university degree have evolved below B1 of the CEFR and that the lowest performance scores correspond to productive skills. One is admitted to the English Major program without further language study. However, from the start of a student's academic program at the University, most disciplines are taught in English (Universidad Técnica del Norte, 2022).

In this new context, future English teachers attempt to integrate new knowledge while also learning a foreign language, in this case, English, at a higher level than often advised. Furthermore, they must deal with different tests from the beginning of their study program without a solid command of the foreign language. Understanding the relationships between anxiety and tests is particularly important when training foreign language teachers. This will help them develop the skills to effectively manage the emotion-learning interactions that unavoidably occur in their periodic test-taking, as asserted by Aydin (2009).

Aydin et al. (2020) claim that physical, exam-related, and emotional issues are all experienced by EFL learners. In other words, students with test anxiety, eating, and sleeping disorders perform poorly on exams, lose focus while taking tests, worry about failing, struggle to handle tests, and have trouble recalling answers. Additionally, they stop being motivated and

self-assured. However, Putwain and Daly (2014) mention the implications of gender differences in test anxiety prevalence. Their study outcomes revealed that female students reported a higher level of anxiety than male students. In this line, Denizli (2004) presents relevant findings of a study where test anxiety is examined concerning age, gender, socioeconomic status, and even parental attitudes where all the variables proved to have an incident, except by age.

A similar study carried out in 2018 by Zheng and Cheng described that most students did not perceive themselves as extremely worried in their university settings, either in English courses or in English test scenarios. These learners also believed that they were skilled test-takers and experienced test-takers. They did, however, show concern about speaking in oral English, particularly in the classroom, which is consistent with earlier studies on the impact of students' anxiety on oral test performance (Hewitt & Stephenson 2012; Phillips 1992). This research revealed that students with higher levels of language anxiety typically performed worse on the test than their less worried peers.

According to some studies, language learners have evidenced not only anxiety during the test but before and post examinations (Aydin et al., 2020; Gkonou, 2020; Azimi, 2016; Gursoy & Arman, 2016), therefore, this is an academic topic in the languages field that still demands further research. Cakici (2016) demonstrates that students who are more worried when learning a foreign language tend to perform significantly worse than those who are less anxious. Consequently, it is strongly advised that EFL teachers establish efficient anxiety reduction strategies to deal with anxiety-provoking circumstances. This, aligned with Tambaya's (2019) suggestion of teaching students about strategies to deal appropriately with test anxiety, being time management during test taking as an alternative to decrease the students' anxiety level.

It is pivotal to highlight that students with high levels of self-efficacy set higher goals, anticipate better outcomes, are less anxious during tests, and do better on exams. The findings suggest that learners with high motivation for success are less likely to quit when faced with challenges. Students with substantial levels of self-efficacy also do well while solving difficulties (Titrek et al., 2018). A sense of self-efficacy can be built by introducing tasks challenging enough for the learners' current skill development, thus, self-efficacy might be influential in the anxiety level students experience during different language learning stages but specifically while taking tests.

Anxiety, based on the aforementioned, is connected to emotional factors which have incidence on cognitive processes. In this line, Yang and Wang (2022) state a correlation between academic resilience and academic success, being mental resilience a dynamic process in which a person demonstrates positive adaptability or the ability to preserve and restore their mental health and balance through difficult and unpleasant circumstances, using their skills and readily available support systems. The ability to endure stress is especially beneficial in high-stress situations, such as before or during tests (Sakka et al., 2020). Then, social support—which includes peer, community, school, and family support—is crucial for academic resilience and can lead to academic success. Therefore, teachers must build an environment where students feel safe to make mistakes, self-correct, and be open to receiving feedback; relevant aspects to be considered before, during and after test-taking.

METHODOLOGY

This research was conducted at Universidad Técnica del Norte, an accredited public Ecuadorian university in Ibarra, with around 14,000 students. The target population was English major students

who were pre-service English teachers. This study was descriptive and applied the qualitative method. This method is basically oriented to understand people's beliefs, experiences, attitudes, behavior, and interactions which is the underpinning purpose of this study. The information to be gathered was aimed at answering the research question: What are the anxiety levels experienced by English Major students at Universidad Técnica del Norte when dealing with tests? To this effect, an online questionnaire was created in Microsoft Forms, which contained nine questions based on a scale, the main instrument, detailed below. This scale has been validated by experts in the languages and linguistics teaching field and applied in some other research works by Aliakbari and Gheitasi (2017), Tugan (2015), Behnam, Jenami and Ahahgari (2014), Revina, Marslin, and Sheeba (2014), among others.

Participants

The target population consisted of all the English major students who were part of the Pedagogy Program for Teaching English at the Faculty of Education, Science, and Technology from Universidad Técnica del Norte, Ecuador during the academic semester October 2021 – February 2022. The whole number of participants was two hundred fifty students from the first to eighth English Major levels, as detailed below in Table 1.

Table 1

English Major students participating in the study per level

Academic period	Level	Number of students
October 2021-February 2022	First	37
	Second	34
	Third	25
	Fourth	29
	Fifth	35
	Sixth	33
	Seventh	36
	Eight	21

These English major students who are pre-service English teachers range from A1 up to B2, international standards aligned to the Common European Framework

of Reference (CEFR) for languages, regarding their English language proficiency level. The undergraduate English major students were informed about this study, and their participation consent was received before the questionnaire application. It is pivotal to clarify that the English major participation was voluntary.

INSTRUMENTS

This study applied only one instrument for data collection. The Anxiety Scale developed by Westside Test (WTAS: Driscoll, 2007) was used as the primary research instrument. The WTAS consists of 10 items, each of which is graded on a Likert scale from “very, always true” to “not at all, never true” by the participants; however, the tenth-question scale was not applied to the effect of responding to the research question in this specific Ecuadorian EFL context. Then, the WTAS scale used was made of nine questions. The first five items tested Incapacity (memory loss and poor cognitive processing), and the last four measured Worry and dread (i.e., catastrophizing), which interferes with focus, producing an overall anxiety score that evaluates anxiety impairments.

Procedure

Once the questionnaire was elaborated, a pilot test was applied to minimize

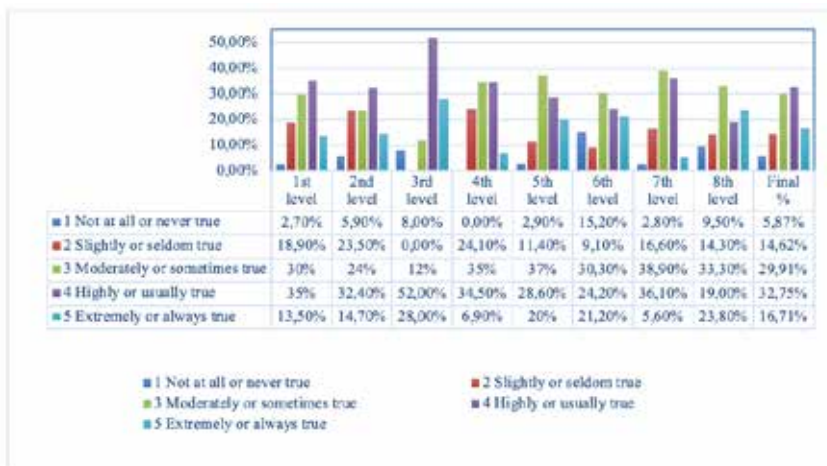
the bias of the results and report valid findings. The participants received the link to the questionnaire and responded online. Afterward, the Westside Test Anxiety Scale responses were analyzed descriptively based on the scoring methodology for the WTAS. Data was used to drawing this study’s main conclusions about test anxiety in English major students within the Ecuadorian context.

RESULTS AND DISCUSSION

The results evidence that the anxiety students experience before a test generally ranges between Moderately, Highly, and Extremely accurate. Consequently, fear is evident in significant English students from the first to the eighth level. It is relevant to point out that the percentage of anxiety is present in students regardless of the story; for instance, the first level revealed 35% and seventh-level students 36,10% in Highly True. Thus, if the most experienced learners become, the anxiety level may decrease disregarded. This aligns with Azimi (2016), who asserts that people often experience worry or fear before confronting a challenge such as a test. However, anxiety is considered a problem when the symptoms interfere with a person’s sleep and concentration.

Figure 1

Q1. The closer I am to a major test, the harder it is for me to concentrate on the material



Source: The authors

Azimi (2016) asserts that anxiety becomes a problem when it causes mental or physical difficulties. Thus, English majors are aware that instead of entirely concentrating on studying, they burn out their energy by worrying beforehand about

forgetting the contents. The results show a proportion significantly higher of participants from all the levels that assert this statement is true for them, as depicted in Figure 2, where the two highest percentages lie on 33,17% of students from all levels

Figure 2
Q2. When I study, I worry that I will not remember the material on the test



Source: The authors

who affirm as Highly True and 32,38% as Extremely True.

Results from Figure 2 illustrate that English learners are aware of their anticipated failure feeling. Hence, those results might be connected to the findings of Figure 3 because, during the tests, they think they are doing poorly with a sense of failure as Moderately True in an overall percentage of 28,22 % while Highly True

25,96%, both imply the highest proportion of participants. The high rates are indistinctively spread along the different levels, so age incidence is disregarded to influence anxiety. This aligned with Denizli (2004), who refers to a study where test anxiety is examined of age, gender, socioeconomic status, and parental attitudes; all variables were significantly related to the anxiety level of students except the age variable.

Figure 3
Q3. During necessary tests, I think that I am doing awful or that I may fail



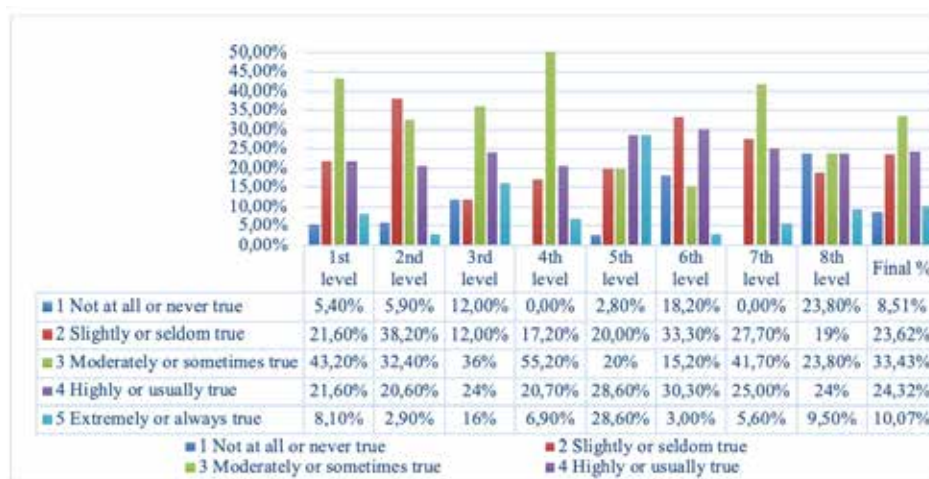
Source: The authors

Tambaya (2019) highlights, as a central conclusion of his study, the positive correlation between examination anxiety and time management. To lose focus and be unable to remember material being studied for the test is Moderately True with 33,43% in an overall percentage for all the participants, followed by Highly True 24,32%. It evidences to be in the middle line with a frequency of sometimes. Since Figure 4 depicts a tendency for a Moderately True answer, aspects such as time

management may influence positively or negatively students' concentration because it might provide a sense of control in knowing how to assign time for a certain number of questions, leaving aside some moment to review, rethink, and correct answers. If students manage time appropriately, their stress levels may be lower, and concentration is less likely to be affected by concern about unexpected time issues.

Figure 4

Q4. I lose focus on actual tests and need help remembering material I knew before the test

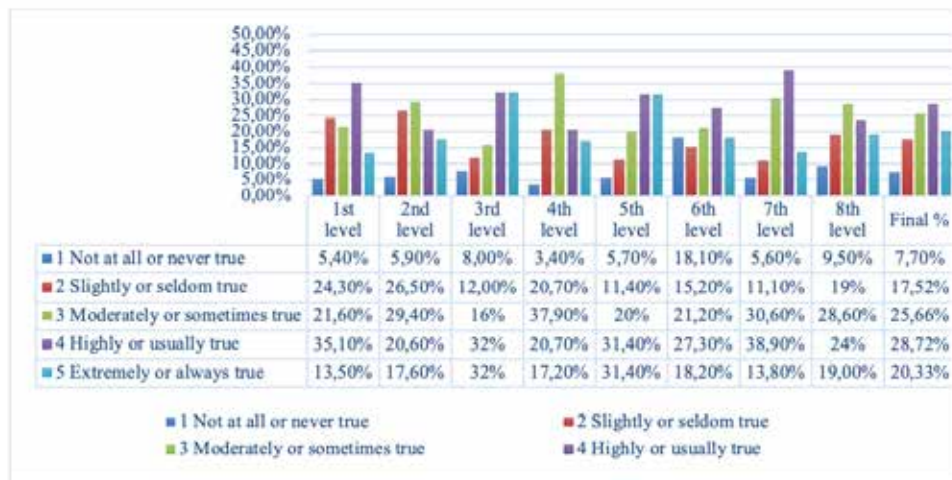


Source: The authors

After determining that students sometimes cannot remember the material they studied before the test, Figure 5 depicts that remembering the tests answers after they are already over is Highly True in significant English students with 28,72%, followed by Moderately True 25,66% and Extremely True 20,33%; three highest percentages that indicate negative

implications of anxiety regarding academic performance, particularly in tests. In this vein, Aydin et al. (2020), among the relevant conclusions presented from a study on Test Anxiety among Foreign Language Learners, highlight that due to test anxiety, students experience difficulties in test management and in remembering answers during the test.

Figure 5
Q5. I finally remember the answer to the test after the test is over before the test

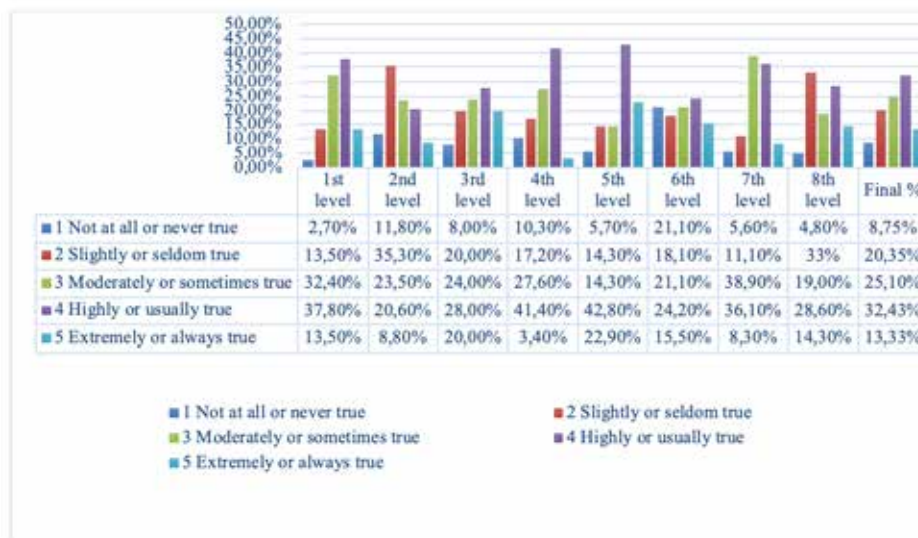


Source: The authors

Throughout the Test Anxiety Scale analysis, Question 6 is the first that evidence a Slightly True result within the highest three percentages of the scale. Thus, participants presented 20,35% as Slightly True, 25,11% as Moderately True, and 32,43% as Highly True who assert that they worry so much before a test that they are worn out to invest more energy in the trial. Then, test anxiety goes beyond

feelings and physical demonstrations because its implications also affect cognitive aspects. Hence, this research results align with the cornerstone study on Foreign Languages by Horwitz, Horwitz, and Cope (1986), who noted how learners experienced apprehension, worry, dread, difficulty concentrating, becoming forgetful, going blank, sweat, and palpitations.

Figure 6
Q6. I worry so much before a significant test that I am too worn out to do my best on the test

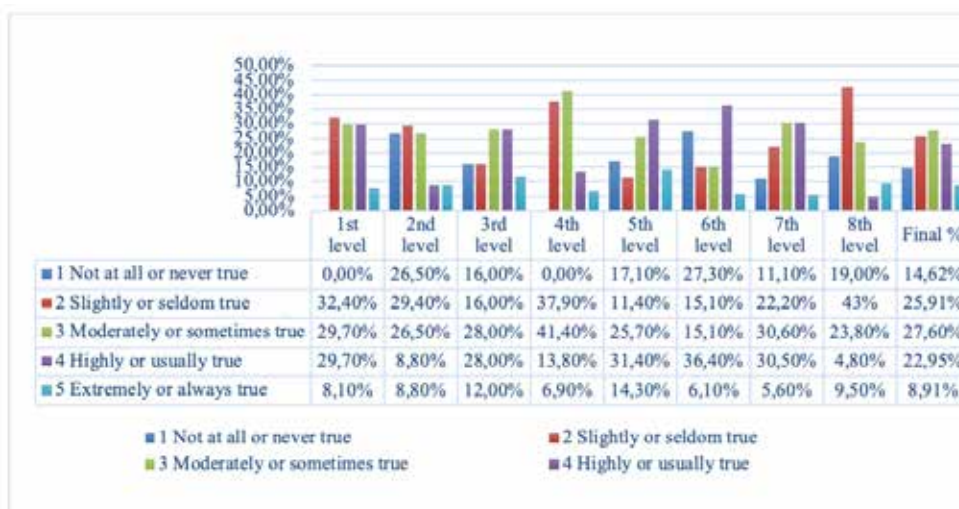


Source: The authors

When taking an important test and not feeling oneself showed the highest percentage of Moderately True responses in a proportion of 27,60%, the second with Slightly True 25,91%, and the less with Highly True 22,95%. The majority of English major still accepts this statement,

a fact that might be due to, as Gkonou (2020) emphasizes, language classrooms are per se stressful with high levels of anxiety, which based on studies, has an adverse incidence on academic performance (Aydin et al., 2020; Cakici, 2016; Hewitt & Stephenson 2012; Stephenson, 2006).

Figure 7
Q7. I feel out of sorts or not myself when I take required tests

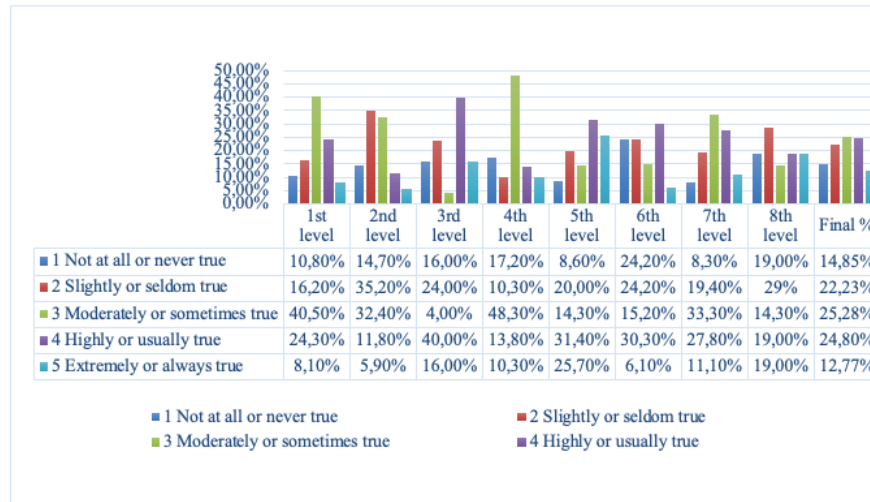


Source: The authors

Figure 8 reports that participants in a 14,85% never find their minds sometimes wondering during tests, which might be attributed to the fact that they strive for concentration when taking a test. In this regard, the highest proportion of students asserted this statement as Moderately True 25,28% and Highly True 24,80%. Putwain and Daly (2014) point out that some students report themselves as highly test anxious and differ in proportion by gender. Their study results showed a ratio significantly higher of highly test-anxious

students where female students (22,5%) than male students (10,3%). Then, these data provide essential views on gender differences aligned with Denizli's (2004) research results which evidence the close relationship between the anxiety level of students and their gender. In this sense, this research did not discriminate gender in participants to corroborate if male or female students find their minds wandering while taking tests in the highest or lowest proportion.

Figure 8
Q8. My mind sometimes wonders when I am taking important tests before the test



Source: The authors

Question 9 has obtained both extremes of the whole Test Anxiety Scale, the lowest percentage from the scale so far with 1,9% in Not at All True and the highest rate of 38,48% Extremely True, which is an indicator that students feel worried about how they performed after the test, followed by this most increased tendency with participants who reported 36,33% as

Highly True, results that can lead to a generalized feeling of concern after the test is over. In a study conducted within an EFL context, Gursoy and Arman (2016) also assert that more than half of the participants, 53,6% indicated that after taking the test, they believed they could have done better, in this way, corroborating post-anxiety after tests.

Figure 9
Q9. After a test, I wondered whether I did well enough before the test



Source: The authors

Then, after analyzing the nine questions part of the WTAS scale applied to gather the information, the existence of highly considerable prior and post-anxiety was identified, apart from the high and moderate anxiety report during the test. Consequently, memory loss and poor concentration were evidenced, as well, present in students before, during, and after tests.

CONCLUSIONS

The findings of this study report moderate and high existence of test anxiety before, during, and after the tests in all pre-service English teachers from Universidad Técnica del Norte. A sense of awareness is reported by participants when they recognize that their anxiety before the test prevents them from investing all their energy and concentration in studying the material for the test.

Feelings cause uncertainty and hesitations in academic performance, test administration included, since anxiety impairs, to varying degrees, learners' ability to deal with assessment. Anxiety is a solid and anticipated failure feeling in English majors, connected to prior test anxiety and further linked to the high pressure during the test. This blocks thoughts in language learners and provokes negative ideas of failure.

Even though learners are well prepared to deal with a test successfully, anxiety affects their capacity to recall the information studied. English learners, with the highest percent of all the scale, report that they can remember it after finishing a test, only when anxiety levels have lowered.

Concentration is lost during tests due to the anticipated anxiety. Thus, strategies on time management might be helpful to lower the level of anxiety at providing a sense of control over the test. Besides that, teachers ought to be trained on appropriate strategies to cope with anxiety in students, a primary reason why the target population was pre-service English teachers.

REFERENCES

- Aliakbari, M., & Gheitasi, M. (2017). Investigating students' test anxiety and attitude toward foreign language learning in secondary school in Ilam. *Journal of Pan-Pacific Association of Applied Linguistics*, 20(2), 51-69.
- Altunel, I. (2019). Bridging the gap: A study on the relationship between mindset and foreign language anxiety. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 6(3), 690-705
- Aydin, S., Denkci Akkaş, F., Türnük, T., Baştürk Beydilli, A., & Saydam, İ. (2020). Test Anxiety among Foreign Language Learners: A Qualitative Study. *The Qualitative Report*, 25(12), 4289-4309
- Aydin, S. (2009). Test Anxiety among Foreign Language Learners: A Review of Literature. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 5(1), 127-137
- Azimi, M. (2016). The Relationship Between Anxiety and Test-Taking C-Test and Cloze-Test. *The Malaysian Online Journal of Educational Science*, 4 (1), 30-42.
- Behnam, B. Jenami, S. & Ahahgari, S. (2014). The Effect of Time-Management Training on Test-Anxiety and Self-Efficacy of Iranian Intermediate EFL Learners. *Iranian Journal of Language Teaching Research*, 2(1), 45-61
- Buck, R. (2017). An Investigation of Attentional Bias in Test Anxiety [Doctoral Thesis, University of Manchester]. Institutional Research Repository
- Cakici, D. (2016). The Correlation among EFL Learners' Test Anxiety, Foreign Language Anxiety, and Language Achievement. *Institute of Education Sciences*
- Council of Europe (CEFR) (2001). *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment*. New York: Cambridge University Press.

- Denizli, S. (2004). The Role of Hope and Study Skills in Predicting Test Anxiety Levels of University Students [Master's Thesis, University of Middle East]. Institutional Research Repository
- Dörnyei, Z. (2009). *The Psychology of Second Language Acquisition*. Oxford: Oxford University Press.
- Gkonou, C. (2020). Test anxiety in adult learners. Part of the Cambridge papers in the ELT series. Cambridge: Cambridge University Press
- Gursoy, E. & Armand, T. (2016). Analyzing Foreign Language Test Anxiety among High School Students in an EFL Context. *Journal of Education and Learning*, 5(4), 1927-5250. <http://dx.doi.org/10.5539/jel.v5n4p190>
- Horwitz, E. K., Horwitz, M. B., & Cope, J. (1986). Foreign language classroom anxiety. *The Modern Language Journal*, 70(2), 125-132.
- Meihua, L., and Xiangming, L. Changes in and Effects of Anxiety on English Test Performance in Chinese Postgraduate. *Education Research International*. *Education Research International*, 20(19),1-11. <https://doi.org/10.1155/2019/7213925>
- North, B. & Piccardo, E. (2020). Companion volume CEFR: Learning, Teaching, Assessment. Language Policy Programme Education Policy Division Education. Department Council of Europe.
- Putwain, D., & Daly, A. L. (2014). Test anxiety prevalence and gender differences in a sample of English secondary school students. *Educational Studies*, 40(5), 554–570. <http://doi.org/10.1080/03055698.2014.953914>
- Revina, A., Marslin, G., & Sheeba, C. (2014). Test Anxiety Levels of Board Exam Going Students in Tamil Nadu, India. *BioMed Research International*, 14(1), 1-9. <https://doi.org/10.1155/2014/578323>
- Sakka, S.; Nikopoulou, V.; Bonti, E.; Tatsiopoulou, P.; Karamouzi, P.; Giazkoulidou, A.; Tsiropoulou, V.; Parlapani, E.; Holeva, V.; & Diakogiannis, I. (2020). Assessing test anxiety and resilience among Greek adolescents during COVID-19 pandemic. *Journal of Mind and Medical Sciences*, 7(2)172-178.<https://doi.org/10.22543/7674.72.P173178>
- Stephenson, W. (2006). *Anxiety in Learning English as a Foreign Language: Its Associations with Student Variables, with Overall Proficiency, and with Performance on an Oral Test* [Doctoral Thesis, University of Granada]. Institutional Research Repository
- Tambaya, L. (2019). *Relationship Between Examination Anxiety and Time Management*
- Titrek, O., Çetin, C., Kaymak, E., & Kasikci, M. M. (2018). Academic Motivation and Academic Self-Efficacy of Prospective Teachers. *Journal of Education and Training Studies*, 6(11), 77-87
- Tugan, S. E. (2015). Relationship Between Test Anxiety and Academic Achievement. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 98-106
- Universidad Técnica del Norte. (2022). *Malla Curricular del Programa de Pedagogía de los Idiomas*. UTN. Retrieved from UTN: <https://idiomas.utn.edu.ec/malla-curricular/>
- Zheng, Y., Cheng, L. How does anxiety influence language performance? From the perspectives of foreign language classroom anxiety and cognitive test anxiety. *Lang Test Asia* 8, 13 (2018). <https://doi.org/10.1186/s40468-018-0065-4>



D. kerkhofje bym by melle

①
F#m/A Gadd's Cadd's Dadd's
Gadd's Cadd's Dadd's

②
A7 Gadd's A Cadd's Dadd's
C Gadd's Gadd's Dadd's
Dadd's Gadd's Dadd's
Cadd's Gadd's Dadd's

Incidencia de los medios de comunicación, redes sociales y *fake news* durante las manifestaciones sociales de octubre 2019 en Ecuador

Ana Larrea-Ayala
amlarrea@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Milena Guerrero Pasquel
meguerrerop@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Joely Avellaneda Galarza
kjavellanedag@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Emily Mestanza Yépez
enmestanzay@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Antonella Chamorro Loyo
achamorro@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Andy Steve Cadena
andy.cadena@uasb.edu.ec
Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador

Recepción Oct. 03, 2022

Aceptación Nov. 28, 2022

RESUMEN

Las manifestaciones sociales de octubre 2019 en Ecuador provocaron un escenario de conmoción social, violencia, protestas, enfrentamientos entre ciudadanos, transportistas y el movimiento indígena en contra de la decisión del gobierno por la eliminación de los subsidios a la gasolina. La presente investigación recopiló información, datos, noticias y entrevistas emitidas por parte de Teleamazonas, medio de comunicación tradicional privado y el medio digital comunitario Wambra. Este estudio tiene como objetivo analizar la incidencia de los medios de comunicación tradicionales y comunitarios durante los 11 días de protesta. A través de las técnicas de análisis de contenido de noticias, además de entrevistas a especialistas en periodismo y comunicación digital, se pudo determinar que estos medios difundieron noticias sesgadas y poco objetivas, debido a que en baja o en gran medida asumieron una posición parcializada respecto al acontecimiento. Así mismo, se evidenció que el contenido publicado en redes sociales y la difusión de fake news influyeron en el pensamiento colectivo de la sociedad.

Palabras clave: Manifestaciones Sociales, Medios De Comunicación, Redes Sociales, Fake News, Ecuador, Teleamazonas, Wambra

Incidence of the Mass Media, Social Media and Fake News during the National Strikes of October 2019 in Ecuador

ABSTRACT

The national strikes of October 2019 in Ecuador caused a scenario of social unrest, violence, protests, clashes between citizens, carriers and the indigenous movement against the government's decision to eliminate gasoline subsidies. The present investigation compiled information, data, news and interviews issued by Teleamazonas, a traditional private media and the community digital media Wambra. This study aims to analyze the incidence of traditional and community media during the 11 days of protest. Through news content analysis techniques, in addition to interviews with specialists in journalism and digital communication, it was possible to determine that these media outlets disseminated biased and unobjective news, due to the fact that to a low or great extent they assumed a biased position regarding to the event. Likewise, it was evidenced that the content published on social networks and the dissemination of fake news influenced the collective thinking of society.

Keywords: Social Demonstrations, Mass Media, Social Media, Fake News, Ecuador, Teleamazonas, Wambra.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, Ecuador ha enfrentado una serie de cambios a nivel político, económico y social. Bajo este contexto, en 2019 el expresidente de la república Lenín Moreno firmó el decreto 883 como parte de las nuevas medidas económicas, documento que reformó el Reglamento sustitutivo para la regulación de los precios de los derivados de los hidrocarburos. Con esto se eliminó el subsidio a los combustibles, provocando el alza de su precio, acto que desató un levantamiento social que paralizó al país. Este hecho inició el 3 de octubre de 2019, cuando las comunidades indígenas lideradas por la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), convocaron a un paro nacional para exigir al gobierno la derogación de dicho decreto, que afectaba directamente al pueblo ecuatoriano.

Durante 11 días se efectuaron movilizaciones en todo el país, en las que se registraron fuertes enfrentamientos entre los manifestantes y la fuerza pública, lo que generó no solo conmoción social, sino que evidenció conflictos políticos. En este marco, a nivel económico se reportaron pérdidas de un total de USD 821,68 millones, según datos oficiales del Banco Central del Ecuador (2020), lo que significó un impacto negativo de 0,13% en la previsión

del PIB a precios constantes para 2019. Durante las movilizaciones los medios de comunicación tenían el deber de mantener informada a la ciudadanía, visibilizando lo que suscitaba en el país. Sin embargo, los acontecimientos se presentaron desde diferentes perspectivas, es decir, el framing (Goffman, 1994) o encuadre de las narrativas mediáticas respondían a la lógica del medio que las transmitía.

Al respecto, Chavero (2020) advierte que los medios de comunicación se han despojado de su rol mediador para posicionarse como actores políticos e inferir en la agenda política. Ante la postura de los grandes medios de comunicación como Teleamazonas, la población ecuatoriana manifestó que la información presentada en los medios de comunicación nacionales era incompleta, sesgada e invisibilizaba la realidad que atravesaba el país. En efecto, de acuerdo con el análisis de Luna Jaque (2021), el cerco mediático minimizó las versiones de los sectores movilizadas, además de construir un discurso con tintes racistas, que criminalizó la protesta social y legitimó el uso de la fuerza como medida represiva.

Dentro de esta lógica, durante el paro nacional de 2019 los medios comunitarios mediante redes sociales realizaron una cobertura en contraposición al discurso oficial, dando preponderancia a la posición de las organizaciones indígenas y a los grupos que se sumaron a la protesta, lo que develó realidades totalmente distintas y opuestas.

La coyuntura política promovió una disputa por la información entre medios comunitarios y medios privados, debido a que la percepción de la ciudadanía, especialmente de las organizaciones, sectores e instituciones que se sumaron a las movilizaciones, consideraban que los grandes medios nacionales impusieron un cerco informativo debido a que la construcción de la noticia, defería de los contenidos publicados por medios alternativos e incluso por ciudadanos ajenos al periodismo y a través de redes sociales. De modo que, la

opinión pública se situó en una posición dicotómica durante este período de tensión en el país.

La presente investigación analiza el accionar de los medios de comunicación privados y comunitarios durante el paro nacional de octubre de 2019 y la influencia de las redes sociales en este acontecimiento, a partir de los contenidos difundidos por el medio televisivo privado Teleamazonas, el medio comunitario digital Wambra y la plataforma Facebook como alternativa utilizada por la ciudadanía para informarse. Considerando los presupuestos teóricos de las corrientes funcionalistas como la teoría de la Agenda Setting (McCombs & Shaw, 1972) y la Aguja Hipodérmica (Lasswell, 1948) para explicar la influencia social de los medios de comunicación. Adicionalmente, se dilucidará respecto a la incidencia de las redes sociales en el campo informativo, enfatizando la problemática que suponen las fake news.

Influencia de los medios de comunicación en la sociedad

A lo largo de la historia se ha considerado que los medios de comunicación influyen en el público a través de los mensajes que emiten. En este sentido, Habermas (1962) señaló que los contenidos generados por los mass media no son solo transmisores de información, sino que dan paso a la construcción de la opinión pública, puesto que, la audiencia o los lectores generan opiniones a partir de los mensajes periodísticos. Para comprender la relación entre los medios de comunicación y la opinión pública se han gestado varias teorías desde el campo de la comunicación. A continuación, se detallan dos de las principales que se vinculan a esta investigación:

Generación de opinión pública y la Teoría de la Agenda Setting

Toda postura ideológica de una persona o grupo de personas es entendida como opinión pública, un fenómeno psico-comunicacional que se genera a partir

de varios factores socioculturales, como el nivel de formación académica, clase, gobierno, subjetividad, exposición a los medios de comunicación, entre otros. Según Lippmann (2003) los medios de comunicación funcionan como mapas cognitivos con los que las personas entienden la realidad, por lo tanto, la opinión pública está condicionada por los mass media y sus discursos.

De acuerdo con este autor, para analizar adecuadamente la opinión pública se deben considerar los tres elementos que la conforman: a) individuos que opinan; b) el objeto o tópico sobre el que se genera una opinión; c) el ámbito o contexto en el que se genera la opinión pública. Por otra parte, Sartori (como se citó en Rubio, 2009) sugiere la existencia de tres modelos de formación de la opinión pública: a) el descenso en cascada desde las élites; b) la agitación desde la base hacia arriba y c) la identificación de grupos de referencia.

Desde otra perspectiva, teóricos como McCombs y Shaw (1972) afirman que los medios de comunicación tienden a influenciar la opinión pública, incluso aunque esta se ha conceptualizado como un proceso subjetivo. Como lo enfatiza Rubio (2009), “aunque el contenido de la información pueda ser más o menos “objetivo”, en general siempre está manipulado por las empresas periodísticas o de comunicación e información y por los propios periodistas o redactores” (párr. 40).

En este contexto, los medios de comunicación pueden causar que las audiencias se interesen en temáticas específicas y centren su atención en acontecimientos particulares, incluso ante la facultad de los receptores para interpretar el mensaje. McCombs y Shaw (1972), proponen la teoría del establecimiento de agenda o Agenda Setting, con la que infiere que los medios a través de su selección de contenidos promueven que el público preste o no atención a los hechos que se debaten en la esfera pública.

De esta manera, las audiencias consumen contenidos de esos sucesos, que

según McCombs (2006, como se citó en Rubio, 2009), se presentan como temáticas destacadas que se transforman en hechos de preocupación pública, lo cual “es la tesis central de la teoría de la Agenda Setting” (párr. 42). Es decir que, los públicos se han vinculado de tal manera con los medios, que llegan a considerar relevante -especialmente- lo que los medios posicionan como tal, además que su opinión depende y se condiciona por el discurso mediático.

Teoría de la Aguja Hipodérmica

Desarrollada entre la primera y segunda guerra mundial por Harold Lasswell, esta teoría se basa en el análisis de la propaganda en medios de comunicación y hace referencia a la sociedad de masas, la cual es muy manipulable e influenciada por los mismos, formando así una opinión pública. Como lo menciona Boni (2008, p. 212, citado por Díaz 2012 p. 28) según este postulado “los mensajes de los medios de comunicación se insinuarán ‘bajo la piel’ e irán a atacar a los miembros del público exactamente como sucede con una inyección con aguja hipodérmica”.

Este autor sostiene que, “los medios constituyen el estímulo que, de modo inadvertido por la audiencia, influye en sus opiniones y decisiones de acuerdo con las intenciones del emisor” (Aguado, 2004, p. 165, 202). Es decir, los medios de comunicación generan contenidos noticiosos con distinta intencionalidad, provocando un estímulo-respuesta por parte de los receptores, quienes no interpretan el mensaje, sino que lo aceptan tal y como se les plantea. Generalmente esta teoría analiza discursos políticos, material comunicacional de campañas políticas y mensajes gubernamentales difundidos con la intención de que se conviertan en hilos conductuales entorno a sus opiniones y acciones.

Medios de Comunicación en Ecuador

Los medios de comunicación desde su creación hasta la actualidad, han estado inmersos en diversos cambios sociales.

Desde el surgimiento del primer periódico en 1792, Primicias de la Cultura de Quito, los medios se han desarrollado progresivamente en el país. Según datos del Consejo de la Comunicación (2021), se registran en este organismo estatal 707 medios privados, 35 medios públicos y 51 medios comunitarios. Un hito a nivel comunicacional fue la creación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) del año 2013, a través de la cual se pretendió establecer y asegurar los derechos de libertad de expresión y participación ciudadana para democratizar la comunicación.

Es así como se plantea una igualdad en el espacio de los diferentes medios, como la asignación de frecuencias de radio y televisión. En efecto, el artículo 106 de la LOC determina que se reservará hasta el 34% de las frecuencias para medios comunitarios, 33% para públicos y 33% para privados (Ley Orgánica de Comunicación, 2013: Art. 106). Al respecto, García y Ávila (2016) consideran que la Ley de Comunicación aprobada en Ecuador ha dado grandes pasos, debido a que reconoce legalmente a la comunicación comunitaria, establece una redistribución equitativa del espectro radioeléctrico y garantiza el derecho a la comunicación.

Medios privados en Ecuador

Como es evidente, la mayor cantidad de medios de comunicación en el país son de carácter privado e históricamente han estado en manos de grandes empresarios. Según Gehrke et al. (2016), los principales grupos económicos que han manejado estos medios en Ecuador son: Grupo El Universo, Grupo El Comercio, Grupo Alvarado-Roca y Grupo Fidel Egas, siendo este último el más grande, ya que, es propietario de seis empresas del sector, entre ellas Teamazonas. Debido a esto, la ciudadanía percibe a estos medios como empresas que utilizan el poder mediático que poseen para solventar sus propios intereses.

En este sentido, Rincón y Avella (2018) afirman que “los medios invocan la libertad de expresión para defender la lib-

ertad de empresa; más que informar libremente, son «usados» tácticamente por los conglomerados económicos nacionales y transnacionales para incidir en las decisiones del poder” (párr. 1), convirtiéndose así en actores determinantes en el escenario político del país por su capacidad de influencia. No obstante, con el gobierno de Rafael Correa se pretendió limitar el poder de los grupos que lideraban el sector de la comunicación a través de la Ley Orgánica de Comunicación de 2013.

La LOC buscaba disolver el monopolio y oligopolio, en la propiedad de los medios de comunicación y el uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico. Esto sumado a otros aspectos como la regulación y control de las actividades periodísticas (Ley Orgánica de Comunicación, 2013), generó inconformidad y rechazo por parte de los medios, agudizando la mala relación que ya tenían con el gobierno en ese entonces. A pesar de esto, los medios privados aún poseen la mayor audiencia de sintonía en el país, incluso si el consumo de su contenido se centre en producir programas de entretenimiento. De modo que, pese a la reducción de su nivel de credibilidad, aún se mantienen entre los más populares en comparación a los medios alternativos y por lo tanto, son los que ejercen mayor influencia sobre las audiencias.

Medios comunitarios en Ecuador

Con la aprobación de la Constitución de 2008, Ecuador se convirtió en el primer país de América Latina en reconocer dentro de la Carta Magna el derecho a la comunicación y establecer una redistribución equitativa entre los medios de tipo privado, público y comunitario. En este sentido, García y Ávila (2016) añaden que los debates generados a partir de 2010 en cuanto a la Ley Orgánica de Comunicación, promovió su aprobación en 2013, lo que representó una victoria para la comunicación comunitaria debido a que se estipuló que el 34% del espectro radioeléctrico sería destinado a los medios comu-

nitarios.

Los medios de tipo comunitario han sido parte fundamental en las luchas generadas por los movimientos sociales, debido a su praxis comunicacional trasciende los medios o herramientas tradicionales, para comprender expresiones sociales, políticas, ideológicas y culturales desde una postura alternativa a los discursos hegemónicos (Gumucio, 2010). Es decir, que surgen desde los sectores populares y grupos vulnerables o marginados que no tenían el suficiente espacio ni voz en los medios de comunicación tradicionales. En este marco, Sánchez (2016) considera que los medios de comunicación comunitarios son “actores sociales colectivos que a través de herramientas propias de la comunicación desarrollan proyectos sociales con y para una comunidad referente” (p. 42).

En América Latina y en Ecuador estos medios han aparecido paulatinamente con el objetivo de promover la participación de los diferentes actores de la comunidad para construir contenidos de interés colectivo y que a su vez les permita impulsar su desarrollo. Sin embargo, “la presencia de medios comunitarios tiene implicaciones políticas, económicas e ideológicas, es por ello que históricamente se han colocado obstáculos para la concesión de frecuencias a las organizaciones populares y a las nacionalidades indígenas” (Montesdeoca, 2015, p. 28), pues generalmente asumen una postura en contra de los grupos de poder.

En la actualidad, gracias a las facilidades del internet surgieron varios medios comunitarios nativos digitales lo que les ha permitido incrementar su audiencia y conseguir mayor notoriedad. Estos medios cada vez están más involucrados en el contexto social, económico y político del país, visibilizando aquellas realidades que afectan al pueblo y a sectores históricamente vulnerados. Acontecimientos que muchas veces no son difundidos a través de los medios privados debido a sus intereses políticos y económicos. Visto desde la

perspectiva de Segura (2012), Ecuador es uno de los países en Latinoamérica con el mayor grupo de organizaciones de la sociedad civil dedicadas a la comunicación.

La credibilidad de los medios de comunicación tradicionales

Según el Centro de Investigaciones Pew, son varios los acontecimientos que han incidido en las audiencias, principalmente la difusión de información imparcial en tiempos de crisis, el escepticismo en tratar diversos temas y factores como la toma de control de los medios por parte de empresas que buscan su rentabilidad (Calvo, 2014). Situándose en el fenómeno de estudio de esta investigación, Granda y Paladines (2021) enfatizan que, la credibilidad de los medios de comunicación se ha visto afectada por la respuesta del gobierno ante acontecimientos de impacto social como lo fue el paro nacional de octubre de 2019.

Dentro de este orden de ideas, otro factor que ha disminuido la credibilidad de los medios tradicionales es la proliferación de fake news, que según Mejía (2022), evidencian la fragilidad del proceso informativo tradicional de los medios de comunicación. Además, debido al auge de la tecnología y digitalización de las actividades comunicacionales, las redes sociales han facilitado “la propagación de noticias falsas y, más aún, si los medios digitales preponderan la rapidez sobre la calidad para mantener la atención de sus públicos y generar tráfico” (p. 75).

Incidencia de las redes sociales en la difusión de fake news

Con la llegada del internet, la era de la información y las redes sociales, la difusión de contenidos tanto de entretenimiento como informativos, sufrieron cambios radicales. Los medios de comunicación tradicionales tuvieron que adaptarse a los entornos digitales y evolucionar utilizando herramientas innovadoras para así llegar a las nuevas audiencias. De acuerdo con Flores, Galicia y Sánchez (2007)

desde la aparición del internet, la interconectividad es quizás uno de los rasgos más definitorios de la sociedad actual.

Esto ha sido conceptualizado por autores como Pérez-Escoda, et al. (2019), quienes consideran que la sociedad actual se sitúa en la hipercomunicación, por otra parte, Castells (2009) propone el término sociedad de red, para analizar como las redes sociales se han convertido en parte del diario vivir social, y son -ahora- un patrón fundamental de vida. De esta manera, se entiende a las redes sociales como puntos de comunicación e interacción que conllevan a relaciones de poder, lenguajes simbólicos y culturales.

En los últimos años se ha dado a conocer un modelo capaz de formular, a través de la construcción de relaciones, interacciones de índole social, político y económico, con el objetivo de abordar problemas actuales. Éstos son la exposición de un nuevo modo de conocer, pensar y definir la realidad social (Pagani et al., 2011). Los entornos digitales se han convertido en plataformas de expresión y creación de contenidos, permitiendo además que los consumidores de estos entornos puedan crear comunidades. Para Serra et al., (2017) estas plataformas no están enfocadas únicamente en permitir el acceso a la información sino también en promover una comunicación mutua entre usuarios.

Ante esta nueva tendencia digital, a los consumidores también se los considera un prosumidor de contenidos en vista que produce y genera nuevas publicaciones. “La transformación digital construye sociedades basadas en lógicas participativas y conectadas donde los ciudadanos se convierten en usuarios en red” (García-Ruiz y Pérez-Escoda, 2020, p. 2). De modo que un prosumidor será poseedor de una serie de competencias que le permitirán llevar a cabo un conjunto de acciones, tanto como consumidor de medios y recursos audiovisuales, como productor y creador de mensajes y contenidos críticos, responsables y creativos (García-Ruiz, 2014).

Con relación a este último punto, las

redes sociales juegan un rol fundamental en la difusión de fake news, el contenido que se comparte en estas plataformas no atraviesa filtros para contrastar fuentes, sin embargo, según Ansaldo (2015), muchas personas asumen que el contenido en internet es verdadero, mientras que, Gurevich (2016) destaca que “las publicaciones compartidas en Facebook se basan en la hipótesis que van a ser vistas y consumidas en ese tiempo cercano” (p. 226), esto con el objetivo de cuantificarse a través de reacciones, comentarios y comparticiones, lo cual reafirma el rol protagónico de los usuarios en la viralización de post (Dafonte-Gómez & Martínez-Rolán, 2016).

Este aspecto se visibiliza especialmente en las redes sociales, ya que, a través de este medio cualquier acontecimiento se viraliza rápidamente, por lo tanto, la labor de los periodistas es verificar y contrastar dicha información filtrada en la red para no caer en el error de difundir noticias falsas. En las redes sociales se genera y difunde contenido con información que no siempre es verídica, en este sentido, Lopez-Borrull, Vives-Gràcia y Badell (2018) explican que en la última década las redes sociales se han consolidado en la sociedad como un ecosistema digital que propició la generación y propagación de fake news, fenómeno que estuvo latente en Ecuador durante el paro nacional de octubre de 2019.

Otro de los grandes problemas que surgen por el internet y la era de la información es la infoxicación, que según Gómez (2016) “es la sobrecarga o exceso de información provocada por la profusión de contenidos en Internet. Es denominada como la enfermedad de la sociedad digital de principios del siglo XXI” (p. 1). Por lo tanto, se considera que la sociedad actual requiere desarrollar habilidades que le permitan discernir desde la criticidad el contenido que consume a través de las plataformas digitales, debido a que el ecosistema mediático es cada vez más inmersivo en las dinámicas sociales (Canavilhas, 2011).

En definitiva, las redes sociales a pesar de las grandes ventajas que ofrecen también pueden afectar negativamente al momento de informar a la ciudadanía, la generación de fake news y el exceso de información sobre todo en momentos de crisis o tensión como la que vivió el país durante el paro nacional de 2019, pueden repercutir colosalmente en el pensamiento y accionar del público. De modo que es necesario que los profesionales de la comunicación utilicen de una forma adecuada a las redes sociales como nuevos canales informativos, facilitando también capacitaciones para quienes lideran los procesos de comunicación comunitaria, con la finalidad de diversificar la información desde la veracidad.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio se realizó bajo la metodología cuantitativa y cualitativa. Cuantitativamente, se implementó una matriz de análisis de contenido, método que permite interpretar mensajes, textos o discursos (Piñuel-Raigada, 2002), con las siguientes variables: las fuentes informativas, si las noticias tomaron en cuenta la postura de las autoridades gubernamentales, CONAIE, protestantes, analistas políticos o a la ciudadanía en general; enfoque de la noticia; la objetividad que se mantuvo a lo largo de la cobertura mediática; y la intencionalidad de los medios con cada una de sus comunicaciones. Para esto se consideraron las publicaciones realizadas en las cuentas de Facebook de Teleamazonas, medio privado tradicional y Wambra, medio digital comunitario, así como las noticias cargadas en el canal de YouTube de Teleamazonas durante los 11 días de las manifestaciones sociales, a partir del 3 hasta 14 de octubre de 2019.

Considerando que López y Deslauriers (2011) afirman que la técnica de entrevista permite realizar preguntas precisas y el entrevistado es libre de responder como desee, dentro del marco de la pregunta hecha. En el ámbito cualitativo se

realizaron entrevistas semiestructuradas a dos comunicadores, expertos en redes sociales y medios de comunicación, a los cuales se preguntó sobre el rol de las redes sociales en las manifestaciones de 2019, el impacto mediático que tuvo este hecho y la difusión de fake news por parte de la ciudadanía. Debido a la temática del estudio se entrevistó a Fabricio Rosero Vaca, docente universitario y director del medio digital Imbabura en Línea y a David Lema Burgos, asesor de comunicación corporativa, estratégica y digital de empresas nacionales e internacionales y director del medio digital Periodismo Ecuador.

RESULTADOS.- **Análisis cuantitativo**

Durante el periodo de análisis de contenido se contabilizan 149 noticias difundidas por los dos medios de comunicación estudiados. Correspondiéndole 86 a Teleamazonas y 63 a Wambra (véase tabla 1). Con relación a las audiencias, es ineludible que Teleamazonas al ser un medio de comunicación tradicional que maneja como extensiones las plataformas digitales, este posee un mayor número de seguidores en Facebook y suscriptores en YouTube, mientras que Wambra, un medio comunitario nativo digital, se sitúa con cifras menores, no obstante, ambos medios poseen una gran repercusión social.

Se evidencia que la información publicada por un medio es altamente informativa, pero en otras ocasiones también lo es persuasiva. Se refleja en ambos medios el mismo número de noticias que usaron la sugestión como una estrategia de difusión que influye en el comportamiento de las personas, pese a que los medios de comunicación tienen la obligación de mostrarse imparciales. Debido a que si estos dirigen su foco a otros intereses ocasionarán que se pierda su veracidad ante la sociedad como en el caso del medio Teleamazonas.

En cuanto al medio digital comunitario Wambra, se comprobó que mantuvo su objetividad al inicio de las protestas, pero después es notable que su postura se inclinó a favor de los manifestantes.

Se observa también, un número elevado de información sesgada por parte de Teleamazonas ante el paro nacional, si bien su contenido era de tipo informativo se evidencia que el 31,93% de fuentes corresponde al discurso de las autoridades, un número bastante alto en comparación con los protestantes, demostrando su falta de objetividad. Es también preocupante, que se tome en consideración como líderes de opinión solo a las personas vinculadas al gobierno, dejando de lado a los representantes de las comunidades indígenas como la CONAIE que representan tan solo el 4,20% de las fuentes de este medio.

Tabla 1
Datos de las cuentas de redes sociales de Teleamazonas y Wambra

Medio de comunicación	Total publicaciones durante el periodo de análisis	Seguidores Facebook	Suscriptores YouTube
Teleamazonas	86	2.436.981	924.000
Wambra	63	75.883	2.450

Nota: Elaboración propia con base a información de cada perfil de los medios de comunicación (datos hasta abril 2022).

En esta perspectiva, durante el paro nacional Teleamazonas presentó 86 noticias, de las cuales el 46,51% fueron objetivas y más de la mitad no lo fueron, mostrando claramente el sesgo y poca imparcialidad de este medio de comunicación. Sin embargo, el descontento ciudadano no solo se basó en su imparcialidad, sino que “decidieron transmitir una maratón de la caricatura Bob Esponja [...] para omitir los críticos acontecimientos de violencia” (Guerrón Ayala, 2022, p. 24). Por lo tanto, aunque el contenido difundido corresponda en un 81,40% a narrativas de carácter informativo, el encuadre del contenido (Goffman, 1994) y la agenda mediática (McCombs y Shaw, 1972) de Teleamazonas responden al discurso oficial.

Por otra parte, el análisis de Wambra indica datos contrarios, con un porcentaje de 52,38% de noticias que sí fueron objetivas. Esto impulsó a que la sociedad busque la realidad del acontecimiento social a través de las redes sociales, siguiendo a un medio que transmitía el hecho en vivo y no solo noticias editadas, en las que se brindan declaraciones de todas las partes implicadas y no solo del gobierno de turno. Sin embargo, Wambra también registró un 47,62% de subjetividad en su contenido. Ante la información parcializada de los medios tradicionales, la sociedad optó por informarse a través de este medio comunitario digital que se pronunció con contenido como videos, transmisiones en vivo, imágenes, noticias, y sobre todo dando voz al pueblo.

Esto último se pudo observar en las fuentes informativas que utilizaron, las cuales la mayoría fueron de protestantes y dirigentes de la CONAIE, al igual que un porcentaje significativo de la sociedad con un 15%. En este medio se observa que la participación de las autoridades corresponde el 9,89% de sus fuentes, esto sucedió debido a que los medios tradicionales como Teleamazonas se pronunciaron desde el discurso oficial, estableciendo incluso un cerco mediático ante el cual, Wambra se enfocó en realizar sus cober-

turas desde las voces de los actores de las protestas como fueron los grupos indígenas, colectivos feministas, dirigentes estudiantiles, sindicatos, entre otros sectores sociales para visibilizar que la movilización no era únicamente indígena (Colorado Franco, 2022).

Prosiguiendo con el análisis del contenido de Wambra se evidencia que de las 63 noticias que formaron parte del estudio, 47 fueron informativas y se identificó a 16 con intencionalidad persuasiva. En este sentido, se infiere que tanto Teleamazonas como Wambra han construido su agenda y encuadran sus contenidos acorde a las dinámicas de poder en que estos medios se sitúan. El primero de estos responde a los discursos hegemónicos, es decir, la postura del gobierno por lo que sus noticias se alinean a una estrategia comunicacional. Mientras que el segundo se ha consolidado como un medio comunitario, que responde en gran manera a la posición de los sectores históricamente vulnerados, cuyas luchas han sido invisibilizadas dentro de las agendas de los grandes medios tradicionales.

A continuación, se presenta el resumen del análisis de contenido con las variables estudiadas:

Tabla 2
Análisis de las noticias difundidas por los medios analizados

Medio de comunicación	Fuentes utilizadas	Objetividad		Intencionalidad		
Teleamazonas	Autoridades gubernamentales	31,93%	Si	46,51%	Informativa	81,40%
	CONAIE	4,20%				
	Manifestantes	14,28%	No	53,49%	Persuasiva	18,60%
	Analistas políticos	1,68%				
	Ciudadanía	20,16%				
Wambra	Autoridades gubernamentales	9,89%	Si	52,38%	Informativa	74,60%
	CONAIE	12,08%	No	47,62%	Persuasiva	25,40%
	Manifestantes	42,85%				
	Ciudadanía	35,16%				

Nota: Elaboración propia.

Análisis cualitativo

Para el análisis cualitativo se realizaron dos entrevistas a los profesionales mencionados en el apartado de metodología, el periodista Fabricio Rosero y el comunicador David Lema, de las que se obtuvo los siguientes aportes.

El magister Fabricio Rosero afirmó que los medios de comunicación tanto privados como comunitarios fueron los responsables de construir escenarios que provocaron una polarización social. Comentó que uno de los mayores problemas que se pudo evidenciar fue la falta de un trabajo periodístico objetivo o un interés de informar con la verdad, puesto que se vio lesionado por otro tipo de intereses, como el poder y lo económico. Además, aseguró que Teleamazonas mostró una evidente alineación a la estructura del poder político debido a que construyó un escenario falso tratando de posicionar en los ciudadanos la idea de que tras la manifestación de octubre había intereses de grupos políticos que estuvieron anteriormente en el gobierno, distorsionando el significado real de las manifestaciones.

Pero en lugar de persuadir a las personas con esta idea, los ciudadanos rechazaron la intencionalidad evidente de Teleamazonas. Incluso mencionó que este

medio, tras el paro de octubre del 2019, terminó beneficiado por lo que ahora es el único medio de comunicación que ha logrado financiar su modernización de equipo técnico e incluso obtuvo pauta oficial del gobierno y actualmente su gerente es embajador de Ecuador en Reino Unido.

Sobre Wambra, Fabricio Rosero mencionó que, es un medio identificado ideológicamente a una tendencia de izquierda. Además, destacó una participación un poco más estructurada dentro del proceso de comunicación, puesto que, al inicio intentaban mostrar lo que los grandes medios nacionales no informaban, de esta manera el medio comunitario asumió un rol de participación de periodismo activista a favor de la causa de los grupos sociales. A pesar de esto, su función fue intentar dar equilibrio a lo que se ante los escenarios imaginarios creados por los medios nacionales privados.

Con respecto a las redes sociales, Rosero aseguró que los medios digitales cumplieron un rol relevante al mostrar lo que otros no hacían, sin embargo, también desde un contexto negativo, se profundizaron los problemas sociales a ver que los contenidos difundidos no tenían una mediación adecuada, ni contextualización, o verificación de la información. Respecto a

las fake news, el entrevistado las considera como estrategias poco éticas para generar confusión a nivel social y una reacción en contra de los retractores de alguien. El periodista concluyó asegurando que los medios de comunicación estaban divididos, ya que, afirmó que unos tachaban a los manifestantes como terroristas y gente que quiere desestabilizar la democracia y otros optaron la posición del gobierno de exterminar cualquier lucha social.

Desde otra perspectiva, David Lema, afirmó que las redes sociales jugaron un papel muy importante en el paro de octubre de 2019, debido a que influyeron en dos factores: la convocatoria y la difusión. El comunicador asegura que la movilización se suscitó gracias a la convocatoria realizada por la ciudadanía a través de las redes sociales, en virtud que los medios tradicionales no comunicaban lo que sucedía, por lo que, los ciudadanos intentaron comunicar e informarse a través del contenido de redes sociales. A esto agrega que más allá de que haya sido bueno o malo el resultado, la comunicación en esta ocasión jugó uno de los papeles más importantes dentro de las manifestaciones de los últimos 15 años. Incluso se refirió a Wambra, como un medio comunitario tomó la posta del poder y comenzó a comunicar a la ciudadanía lo que estaba pasando, teniendo un alcance extraordinario.

Sobre las fake news afirmó que no existe una manera de controlar lo que se publica en redes, por lo que surgió el uso de (www.verificado.com) una página que ayudó en el momento a identificar qué información era verdadera. De igual forma, mencionó que la difusión de fake news genera varias consecuencias negativas porque puede gestar un criterio que no es real. Además, Lema afirmó que regular el contenido de redes sociales es complicado, debido a que es una forma de coartar la libertad de expresión que tienen las personas, la única manera de que exista una menor cantidad de información falsa es la autorregulación.

DISCUSIÓN

Los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en la sociedad, siendo sus principales funciones: informar, entretener y educar a la población. Sin embargo, para lograr dichos objetivos, toda información debe pasar por un complejo filtro previo a su publicación o difusión. En efecto, para crear productos comunicacionales, en especial la noticia, se debe considerar la verificación de fuentes, seguido de una minuciosa contrastación para devenir un producto mayormente claro y objetivo, considerando que este tendrá gran incidencia en la opinión pública.

En el caso de la televisión, un medio de comunicación de gran trayectoria y alcance, este se ha posicionado en la mente de las personas, de modo que es considerablemente influyente. No obstante, un aspecto esencial a considerarse es el control y manipulación que tiene este medio, lo cual se evidenció durante las manifestaciones de octubre 2019 en Ecuador. Con base a la información difundida por Teleamazonas tanto en Facebook como en señal abierta, es notable su posición frente a la situación, en este caso a favor del gobierno lo que se relaciona con la teoría de la Agenda Setting, en la que se establece que:

- Los temas del público y los temas de los medios no siempre son los mismos. Los medios manejan y difunden sus propios temas de acuerdo con sus intereses políticos, económicos, empresariales y sociales y no siempre están acordes con lo que al público le interesa, le incomoda, necesita o piensa (Villarroel, V., 2019, p. 18).

En efecto, durante los 11 días de paro nacional Teleamazonas jugó un papel crucial por su gran alcance, no obstante, debido a su abordaje la ciudadanía adoptó una postura de aversión a este medio. El

discurso de este medio tradicional estuvo más enfocado en apoyar las decisiones del Estado, sus declaraciones y puntos de vista con una carente contrastación de fuentes. Incluso calificaron a los protestantes con términos como “manifestantes violentos” “agresivos” o “vándalos”, con lo que se pretendía “visibilizar” la negatividad de la protesta. En el análisis se determinó que un 18,60% de lo emitido por este medio era persuasivo. De modo que se atentó contra la deontología de los medios de comunicación.

Es preciso señalar que su parcialidad le costó fuertes críticas en especial en redes sociales, como Facebook, plataforma digital de alto impacto y que desempeñó un papel importante dentro de la difusión de contenido noticioso. Este entorno digital fungió como un espacio en el que la ciudadanía expresó su malestar y criticó al trabajo periodístico realizado por Teleamazonas. Al respecto, Delgado (2021) afirma lo siguiente:

- Ante las publicaciones de Teleamazonas, que señalaban una posición en apoyo al gobierno nacional y en contra de las manifestaciones populares, además de que las protestas sociales eran sinónimo de actos vandálicos, lo que se traducía en daños a la propiedad y a la infraestructura, el medio tuvo una nula credibilidad en el contexto de las manifestaciones de octubre. (p.79).

Pese a que Teleamazonas utilizó su página oficial para difundir contenido noticioso en Facebook, la ciudadanía optó por informarse a través de cuentas pertenecientes a medios alternativos que ofrecieron coberturas y notas en tiempo real. En este contexto, las redes sociales brindan mayores facilidades en comparación a un medio de comunicación tradicional, principalmente la instantaneidad lo que a la vez permite tener mayor alcance y di-

fusión. Además, el contenido puede ser escrito o visual, como una transmisión en vivo desde cualquier lugar, contenido que era consumido por la ciudadanía en lugar que esperar al informativo central o estelar de Teleamazonas.

Además, el feedback es más rápido e interactivo en redes sociales a través de los comentarios y reacciones, se debe considerar también que en plataformas como Facebook “los individuos gozan del poder de la auto comunicación, porque los usuarios interactúan entre sí y pueden emitir sus pensamientos e ideas en esa red social” (Castell, 2009, como se citó en Delgado, R., 2021). Sin embargo, también existen ciertas desventajas debido a sus propias características, como la inmediatez en que se difunden los contenidos, puesto que los ciudadanos en este acontecimiento consumían información de forma rápida aunque no siempre se verificaban las fuentes, es decir, no todos los contenidos pasan por un proceso de contrastación o verificación, por lo que se evidenció un gran número de fake news.

En el contexto del paro nacional de 2019 otros de los actores fueron los medios comunitarios que como se mencionó anteriormente están fuertemente ligados a causas sociales, sin embargo, en Ecuador históricamente no habían tenido un gran alcance ya que la mayor parte de las audiencias consumen contenido emitido por los grandes medios tradicionales. Además, la mayoría de los medios comunitarios nacen como propuestas colectivas o populares sin mucho presupuesto, por lo que generalmente son medios pequeños que han hecho de las redes sociales su plataforma principal para emitir contenido. En este sentido, durante las movilizaciones de octubre de 2019 los medios comunitarios adquirieron mayor notoriedad debido a que realizaron una cobertura constante de las manifestaciones desde el lugar de los hechos con una visión diferente a los demás, como explicó el experto David Lema.

Ciertamente, los medios tradiciona-

les, en especial los privados como Teleamazonas, no estaban difundiendo información completa y se parcializó considerablemente el enfoque con el que se trató la noticia. La ciudadanía evidenció esto y optó por mantenerse informado por otros medios, principalmente, a través de las redes sociales. Como el medio digital comunitario estudiado en este artículo, Wambra, cuya labor periodística se enfocó en informar la realidad que estaba viviendo el pueblo indígena a través de videos en vivo de las movilizaciones, así como la presentación de las declaraciones de los dirigentes indígenas y la perspectiva de los protestantes con relación a los enfrentamientos con la fuerza pública. Información que era escasa o prácticamente nula en los grandes medios tradicionales.

Este enfoque que se percibió por parte de la ciudadanía con mayor veracidad, le permitió a Wambra obtener un alcance muy alto e inesperado, pues sus publicaciones en ese momento generaron aproximadamente 200 mil visualizaciones, que en la actualidad superan las 550 mil visualizaciones y 10 mil reacciones en Facebook, una cifra sumamente alta y mucho mayor a la que habían registrado antes. Es ineludible que las publicaciones de mayor popularidad fueron las transmisiones en vivo desde la Casa de la Cultura cuando los periodistas permanecieron “retenidos”; las asambleas indígenas; y la cobertura completa de los momentos de mayor tensión de los enfrentamientos que se desarrollaron en las calles entre policías y ciudadanos. Debido a que el público, especialmente quienes apoyaban el levantamiento social, estaba interesado en conocer la otra parte de la historia, la de los protestantes, que no era transmitida o que incluso era distorsionada por los medios privados.

De modo que los medios tradicionales, como Teleamazonas dejaron en claro su postura política a favor del gobierno, lo cual resultó indignante para gran parte de los ecuatorianos quienes empezaron a calificar a la prensa como “corrupta” y “vendida”. Incluso, Wambra creó un espacio en

su página web denominado “Chequeando las protestas en Ecuador” para aclarar la información errónea, descontextualizada o falsa que compartían otros medios de comunicación con la finalidad de generar una percepción negativa del paro y de los miembros del movimiento indígena. Esta iniciativa de contrastación de fuentes le permitió a Wambra tener mayor visibilidad (Herrera y Luzón, 2020, p. 13).

A partir del análisis de contenido se puede considerar que los medios comunitarios no fueron objetivos, y en efecto, la lógica de la comunicación comunitaria se contrapone al periodismo tradicional que se enfoca en la neutralidad y objetividad. El periodismo de Wambra es militante y contrahegemónico, “busca encontrar otros puntos de vista ajenos a los de la institucionalidad dominante” (Valenzuela, Murúa y Poblete, 2011, p.3), efectivamente, este medio apoyó al pueblo indígena y tomó una postura en contra del gobierno y de la fuerza pública que repelía a los protestantes.

Se evidenció además que durante los primeros días de paro Wambra generó contenido desde un enfoque más general, pero a medida que avanzaban los hechos se dio mayor relevancia a un discurso a favor del movimiento indígena, pues como mencionan Carpentier y Scifo (2010, como se citó en Cerbino y Belotti, 2016), “dichos medios sirven a sus comunidades y están incorporados en ellas, y así generan contenidos que promueven la participación social y política” (p.50). Visto desde una perspectiva tradicionalista esto podría entenderse como un periodismo con poca objetividad, no obstante, la lógica de este medio es justamente darle mayor énfasis a la subjetividad, sin que esto afecte a la calidad, ética y profesionalismo con el que ejercen el periodismo.

Por lo que, la participación de Wambra, de alguna manera ayudó a equilibrar la información que recibía el pueblo. De esta forma, el trabajo de los medios de comunicación alternativos “ayudó a romper el cerco mediático de los grandes medios

de comunicación, la tecnología sirvió para que la ciudadanía pueda estar informada en tiempo real sobre lo que ocurría en las calles [...] transmitiendo un mensaje contra-hegemónico” (Tinn, 2021, p. 7). No obstante, la difusión de información parcial desde las diferentes perspectivas de cada medio también generó un escenario dicotómico que respondía al pensamiento maniqueo, es decir, una polarización social entre “buenos” y “malos” que influyó en el comportamiento y actitud que los ciudadanos tomaron frente a las movilizaciones, dejando de lado los elementos subyacentes y coyunturales que predecían este acontecimiento.

CONCLUSIONES

En las manifestaciones sociales de octubre de 2019 se evidenció la importancia de que los medios de comunicación realicen una adecuada labor periodística, aplicando los principios básicos de la profesión que son contextualizar, verificar y contrastar para poder generar información lo más apegada a la realidad de los hechos, siguiendo el principio de objetividad. Lamentablemente, ciertos medios de comunicación privados como Teleamazonas actuaron con poca objetividad y se vieron reflejados sus intereses políticos y económicos en los contenidos que difundían, parcializando considerablemente la información. Por otro lado, los medios comunitarios, en especial los digitales como Wambra, tuvieron una fuerte participación y lideraron las coberturas realizadas desde las bases indígenas.

Este tipo de medios se enfocó en mostrar la verdad de los hechos, asumiendo un periodismo activista, para así contrastar la información -en muchos casos desinformación- que transmitían los medios privados, lo que coadyuvó a equilibrar la balanza. En este escenario las redes sociales se convirtieron en un medio alternativo para informarse debido al sesgo que se evidenciaba en los medios tradicionales, Facebook fue una de las plataformas

más utilizadas durante los 11 días de paro, pues ofrecía información al instante y en tiempo real de lo que ocurría, sin embargo, también fue el medio ideal para la difusión de fake news, muchas de las cuales se viralizaron generando mayor controversia y conmoción social.

En este sentido, se requiere que la ciudadanía tenga acceso a procesos de capacitación para incrementar la criticidad y discernimiento en su consumo informativo. Asimismo, es recomendable que los usuarios busquen informarse por canales oficiales o verificados, para así disminuir la cantidad de fake news que se viralizan en acontecimientos de esta índole. Por otra parte, es necesario que los profesionales de la comunicación retomen esa línea de ética, responsabilidad y compromiso social para mantener informada a la ciudadanía sin intereses políticos o económicos de por medio, sobre todo en situaciones como la que vivió el Ecuador en octubre de 2019, en la que era sumamente importante que los hechos sean contados con total veracidad para evitar las consecuencias de influir erróneamente en la opinión pública.

REFERENCIAS

- Aguado, J. (2004). Introducción a las Teorías de la Comunicación y la Información [Archivo PDF]. Universidad de Murcia.
- Ansaldo, S. (2015). Comunidad Educativa Escolar en la Modernidad Líquida. *Comunicación y Medios* (32), 63-82. doi:10.5354/0719-1529.2015.37652
- Banco Central del Ecuador (17 enero de 2020). Paralización de octubre de 2019 dejó daños y pérdidas por USD 821,68 millones. <https://acortar.link/1D6VIA>
- Calvo, Porral. (2014). La credibilidad de los medios de Comunicación de masas: una aproximación desde el Modelo de Marca Creíble. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 23(2), 23.

- Canavilhas, J. (2011). El nuevo ecosistema mediático. *Index.comunicación*, 1(1), 13-24. Obtenido de <https://bit.ly/3wVdnoT>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chavero, P. (2020). De la disputa a la colaboración mediático-política en Ecuador. Análisis comparado de los frames mediáticos en las protestas de 2015 y 2019. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos(112), 35-49.
- Cerbino, M., & Belotti, F. (2015). Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador. *Comunicar*, XXIV (47), 49-56. <http://dx.doi.org/10.3916/C47-2016-05>
- Colorado Franco, N. (2022). Los medios alternativos como procesos sociales: los casos de Wambra y Política con Manzanas en el marco del paro nacional de octubre (2019). Tesis de Maestría. FLACSO Ecuador, Quito.
- Consejo de Comunicación Ecuador. (2021). Registro público de medios. Recuperado el 09-03-2022 <https://n9.cl/uoq7g>
- Dafonte-Gómez, A., & Martínez-Rolán, X. (2016). Del view al share: el papel de la comunicación viral en la transformación del ecosistema mediático. *Palabra Clave*, 19(2), 501-525. doi:10.5294/pacla.2016.19.2.7
- Delgado, R. (2021). Credibilidad de los medios de comunicación Telemazonas y RT: Un estudio comparativo del discurso de los usuarios en las publicaciones de Telemazonas y RT en Facebook en el contexto de las protestas de octubre del 2019 en Ecuador [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/35650>
- Diaz, L. (2012). Teorías de la comunicación. Red Tercer Milenio S.C. <https://acortar.link/Z2TRWd>
- Flores Pacheco, A., Galicia Segura, G. & Sánchez Vanderkast, E. (2007). Una aproximación a la Sociedad de la Información y del Conocimiento. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, 5(11), 19-28.
- García, N., & Ávila, C. (2016). Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano. *Palabra Clave*, 19(1), 271-303. doi:10.5294/pacla.2016.19.1.11
- García-Ruiz, R., Ramírez, A., & Rodríguez, M.M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Revista Comunicar*, 43, 15-23. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-01>
- García-Ruiz, R. y Pérez-Escoda, A. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. *Presentación, Icono* 14, 18 (2), 1-15. doi: 10.7195/ri14.v18i2.1580
- Gehrke, M., Lizarazo, N., Noboa, P., Olmos, D. y Pieper, O. (2016). Panorama de los medios en Ecuador. DW Akademie. Deutsche Welle.
- Gómez Nieto, B. (2016): "El consumidor ante la infoxicación en el discurso periodístico". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 22, Núm. 1 (enerojunio), págs.: 313327. Madrid, Ediciones Complutense.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Nueva York: Harper and Row.
- Granda, M., & Fanny, P. (2021). Gobierno del Ecuador frente a las fake news en el paro nacional de octubre 2019. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação Iberian Journal of Information Systems and Technologies*(E46), 97-110.
- Guerrón Ayala, E. (2022). Imágenes que arden Disputa visual, poder y potencia durante las protestas indígenas y populares en Ecuador, octubre de 2019. Tesis de Maestría. Universidad

- Andina Simón Bolívar, Quito.
- Gumucio, A. (2010). Identidad, políticas y legislación de la radio local y comunitaria. En Herrera, K. y Gumucio, A., Políticas y Legislación para la radio local en América Latina (p. 225). Bolivia: Plural Editores.
 - Gurevich, A. (2016). El tiempo todo en Facebook. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*(69), 217-238. Obtenido de <https://acortar.link/27ZGsu>
 - Habermas, J. (1962). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Alemania: Gustavo Gili.
 - Herrera, A., y Luzón, R. (2020). Medios de comunicación alternativos digitales y las protestas por el decreto 883 en Ecuador 2019. *Magazine de las Ciencias Revista de Investigación e Innovación*, 5, 257-276.
 - Lasswell, H. (1948). *The Structure and Function of Social Communication in Society*. The communication of ideas, 37-51.
 - Ley Orgánica de Comunicación (2013). Año I N° 22. 25-06-2013 <https://n9.cl/9ceyq>
 - Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
 - López, R. y Deslauriers, Jean-Pierre (2011): La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen*, Número 61.
 - Lopez-Borrull, A., Vives-Gràcia, J., & Badell, J. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? *El profesional de la información*, 27(6). doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
 - Luna Jaque, J. (2021). La comunicación en los medios: una lectura sociológica de la cobertura periodística en la movilización de octubre 2019 en Ecuador. *Ecuador Debate*(113), 219-235.
 - McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. Oxford: Oxford University Press.
 - Mejía Upegui, J. E.. (2022). Posverdad y fake news: la cuestión filosófica sobre la verdad periodística y su interpretación en la jurisprudencia de la Corte Constitucional colombiana (1992-2015). *Comunicación*, (46), 71-90. <https://doi.org/10.18566/comunica.n46.a05>
 - Montesdeoca, J. (2015). Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador. En K. Flores, S. Escobar y C. Delgado (Eds.), *Congreso de Comunicación, Valores y desarrollo social. Retos para la universidad del siglo XXI* (pp. 27-34). Abya-Yala. ISBN UPS: 978-9978-10-226-8
 - Pagani, M., Hofacker, C. F., & Goldsmith, R. E. (2011). The influence of personality on active and passive use of social networking sites. *Psychology & Marketing*, 28(5), 441-456. doi: 10.1002/mar.20395
 - Pérez-Escoda, A., García-Ruiz, R., & Aguaded, I. (2019). Dimensions of digital literacy based on five models of development. *Cultura y Educación*, 31(2), 232-266. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603274>
 - Piñuel-Raigada, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42.
 - Rincón, O. y Avella, E. (2018). El poder mediático sobre el poder. *Nueva Sociedad*, (276). ISSN: 0251-3552
 - Rubio, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. *Teoría de la agenda setting*. *Gazeta de Antropología*, 25(1).
 - Sánchez, A. (2016). Ciberactivismo y ciberactividad en los medios de comunicación comunitarios. *Commons*, 5(1), 38-64.
 - Segura, M. S. (2012). La sociedad civil ecuatoriana en la disputa por una nueva ley de comunicación. *Comparación con el proceso argentino*. I Coloquio de Comunicación para la Transformación Social. Córdova.
 - Serra, C.; Martorell, C.; Mantilla,

J.; Larrea-Ayala, A. M. y Mantilla, P. (2017). El uso académico de Facebook y WhatsApp en estudiantes universitarios: un estudio comparado entre España y Ecuador. *Ecos de la Academia*, (6), 209-216.

- Tinm, K. (2021). Análisis comparativo de los contenidos publicados por el Diario El Universo y Diario El Telégrafo en la red social Facebook durante el paro nacional en Ecuador suscitado en octubre 2019. [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://acortar.link/grVMya>
- Villarroel, V. (2019). La relación de la televisión con las nuevas redes sociales: caso Teleamazonas [Tesis Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio Institucional del Organismo de la Comunidad Andina, CAN <http://hdl.handle.net/10644/7063>



El turismo slow como alternativa para el desarrollo sostenible en la comunidad del milenio A'I Cofán Dureno al 2030

Clara Ángela Caiza Tipán

clara.caiza@iaen.edu.ec

Instituto de Altos Estudios Nacionales

Wilian Patricio Andrade Ruiz

wpadrade@utn.edu.ec

Universidad Técnica del Norte

Recepción Oct. 04, 2022
Aceptación Nov. 30, 2022

RESUMEN

La presente investigación analiza el potencial turístico de la comunidad Milenio A'I Cofán Dureno para convertirse en un destino lento al año 2030. Entre los referentes teóricos se destacan Lagos (2018), Di Clemente (2011), Sosa (2012), De Luis Blanco (2011); OMT (2021); ONU (2021); Cittaslow (2020). La metodología fue cualitativa, enmarcada en la escuela voluntarista de la prospectiva, tomando en consideración los requerimientos de sostenibilidades de las Cittaslow. Se utilizaron las técnicas de FODA prospectivo, Ábaco de Regnier, lista de cotejo y Ejes de Peter Schwartz. En conclusión, se pudo determinar que las fortalezas de la comunidad se encuentran ligadas a su riqueza natural y cultural. Así mismo, se pudo evidenciar el fuerte significado espiritual que tiene el Río Aguarico para los miembros de la comunidad. También, se determinó que la comunidad cuenta con la mayoría de los indicadores de sostenibilidad dictados por el Movimiento Slow.

Palabras clave: Turismo Lento, Movimiento Slow, Destino Lento, Sostenibilidad, Conservación, Experiencia.

Incidence of the Mass Media, Social Media and Fake News during the National Strikes of October 2019 in Ecuador

ABSTRACT

This research analyzes the potential tourism of the Millenium A'I Cofán Dureno community to become a slow destination by the year 2030. Theoretical references include Lagos (2018), Di Clemente (2011), Sosa (2012), De Luis Blanco (2011); UNWTO (2021); UN (2021); Cittaslow (2020). The methodology was qualitative, framed in the voluntarist school of foresight, taking into consideration the sustainability requirements of the Cittaslow. The prospective SWOT, Regnier's Abacus, checklist and Peter Schwartz's Axes techniques were used. In conclusion, it was determined that the strengths of the community are linked to its natural and cultural wealth. Likewise, the strong spiritual significance of the Aguarico River for the members of the community was evident. It was also determined that the community meets most of the sustainability indicators dictated by the Slow Movement.

Keywords: Slow Tourism, Slow Movement, Slow Destination, Sustainability, Conservation, Experience.

INTRODUCCIÓN

Para entender al turismo se debe pensar en él como un fenómeno social, mismo que propone el desplazamiento temporal y voluntario de individuos o grupo de personas, por motivos de ocio, salud o recreación (De la Torre, 1980). En estas movilizaciones se producen una serie de interrelaciones culturales, sociales y económicas.

Coincide con lo expuesto anteriormente el concepto de turismo dado por la Organización Mundial de Turismo (OMT) al mencionar que se trata de un fenómeno social, cultural y económico que ocurre las personas se trasladan fuera de su lugar de residencia, por motivos personales o de negocio. Esta actividad genera consumo por parte del visitante, el cuál toma el nombre de gasto turístico (OMT, 2007).

De esta manera, si se analiza al turismo como ente dinamizador de la economía local, no solo limita sus consumos al hospedaje. El gasto turístico debe analizarse desde un sistema complejo, to-

mando en cuenta todas las partes que lo componen, para evidenciar su papel en la generación de ingresos en “servicios y bienes de consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc.” (Sancho, 2019. p. 17). Así, se pretende el dinamismo de la economía de la zona donde se encuentra el atractivo, y del entorno territorial que lo rodea.

El turismo tal como se conoce en la actualidad remonta sus orígenes a 1841 cuando el empresario británico Thomas Cook realizó el primer viaje en tren con la finalidad de asistir a un congreso antialcohólico, mismo que sería el precursor de los viajes de turismo por vía férrea (AceENZA, 2007). Posteriormente, la popularizaron de este tipo de viajes en el siglo XX originó el turismo de masas, mismo que según Gordon (2002) “fue popularizado entre los años 1950 y 1970, cuando el número de turistas internacionales se incrementó al doble cada siete años.” (p. 1).

En este proceso de auge muchos aspectos relacionados con la conservación natural y cultural fueron obviados, como es el caso de la capacidad de carga turística de un destino. Por capacidad de carga se entiende, según la OMT (1981), como “el número máximo de personas que pueden visitar un lugar al mismo tiempo, sin causar la destrucción del medio físico, económico, sociocultural y una disminución inaceptable en la calidad de la satisfacción de los visitantes”. Los efectos de este tipo de turismo generaron externalidades negativas en relación con el cambio climático en algunos destinos alrededor del mundo.

Como herramienta de mitigación del cambio climático, erradicación de la pobreza y como garantía de paz y prosperidad, la Agenda 2030 de las Naciones Unidas propone 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) los cuales pretenden ser la guía de los países miembros para asegurar el bienestar de sus habitantes y la sostenibilidad de sus acciones (ONU, 2015).

Entre los objetivos de la Asamblea 2030 de la ONU se plantean tomar acciones a favor de crear ciudades y comunidades sostenibles “Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional” (ONU, 2015).

Según el secretario general de la ONU Antonio Guterres el turismo es un pilar esencial para el cumplimiento de los ODS. En su informe “COVID-19 y la transformación del turismo” menciona que: “Es imperativo que reconstruyamos el sector turístico y asegurarnos de que el turismo recupere su posición como proveedor de empleos decentes, ingresos estables y la protección de nuestro patrimonio cultural y natural” (OMT, 2020). En el informe deja claro que se necesita del sector turístico como agente dinamizador de la economía y protector del patrimonio.

El Ecuador forma parte de las Naciones Unidas desde 1950, y como miembro de la entidad ha ratificado su compromiso con el cumplimiento de los ODS, tomándolos como referente obligatorio para la elaboración de políticas públicas

(ONU Ecuador, 2020).

De acuerdo con el Artículo 1 de la Constitución de la República (2008) el Ecuador es un “Estado (...) intercultural, plurinacional y laico.”, poniendo en evidencia la diversidad cultural que se asienta en el territorio. Según el Plan Nacional de Desarrollo (2017) el ocho por ciento de la población ecuatoriana se considera indígena. En el país existen 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas. La mayoría se asientan en la región amazónica.

La Comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno se encuentra ubicada al este del cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos. Actualmente ocupa 9.571 hectáreas de la selva amazónica (Lagos, 2017). El principal sustento de los habitantes de la Comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno se basa en la pesca y la agricultura. Adicionalmente se obtienen recursos de la venta de artesanías que se realizan con semillas, plumas y osamentas (Pasquel y Quilligana, 2020). En el Catastro Turístico (2002) del Ministerio de Turismo del Ecuador se puede visualizar entre las parroquias que poseen atractivos de este tipo artesanías, como lo muestra el siguiente gráfico.

En la Amazonía ecuatoriana se han llevado a cabo procesos de extractivismo petrolero desde el año de 1960, cuando se iniciaron las primeras exploraciones (Lagos, 2018). En ese mismo año Ecuador otorga una concesión de 4 350.000 hectáreas a la compañía Minas y Petróleos del Ecuador, que posteriormente serían cedidas al Consorcio Texaco-Gulf (Chamorro, 2013). Los pozos petroleros en el oriente ecuatoriano han sido causa de con-

sistemas de electricidad, construir caminos, carreteras y plataformas. Estas actividades han puesto en riesgo el equilibrio el ecosistema de la zona, tanto que algunos efectos negativos de la actividad petrolera continúan en la actualidad, donde aún pueden encontrarse derrames sin mitigar (Borman, Vriesendorp, Alverson, Moskovits, Stotz, y del Campo, 2007). Además, se deben sumar los impactos culturales, de identidad, modificación de su lengua y de su territorio (Beristán, 2009).

Frente al desarrollo de la actividad petrolera y sus consecuencias en el territorio Cofán, la población local ha intentado desarrollar actividades alternativas de valorización de los espacios. En este sentido el turismo ha sido destacado por varios miembros de la comunidad como un dispositivo capaz de proporcionar una vida digna. Plantean que la actividad turística es una alternativa para conservar su lengua, cultura, identidad, territorio, cosmovisión y conocimientos sin afectarse con tanta contaminación. (R. Ortiz, entrevista, 24 de mayo del 2018).

Siguiendo la lógica de la conservación del patrimonio natural y cultural de la comunidad y en respuesta al turismo tradicional de masas se propone el turismo alternativo, donde priman el “consumo responsable, la percepción del ocio y el turismo como satisfacción y recuperación tanto física como psíquica, cultural y social y la convicción de que la calidad debe primar sobre la cantidad.” (De Luis Blanco, 2011. p. 127).

Entre los modelos de turismo alternativo se encuentra el Turismo Comunitario.

Para Meana (2016) es una alternativa que deja que la población involucrada ejerza un papel principal en su desarrollo, control y gestión, así como autonomía para distribuir sus beneficios, favoreciendo la conservación de su territorio y su soberanía alimentaria.

Otro modelo de turismo alternativo que se ajusta a los requerimientos de la comunidad es el turismo slow. Según Blanco (2011) implica el consumo responsable de los atractivos tanto naturales como culturales del destino a visitar. Sobrepone la experiencia y la inserción del turista en las actividades de la comunidad receptora, donde priman la tranquilidad y la lentitud para alcanzar el bienestar de todos los actores.

Para Buckley (2011) el turismo slow es la alternativa creíble para mitigar el impacto ambiental, económico, cultural y social, causado por una creciente industria turística. Alineados a las teorías del decrecimiento las cuales centran el éxito de su práctica en la desaceleración del ritmo de sus actividades, consumo y vida cotidiana priorizando el bienestar y la calidad de vida de las personas (Rivera, 2013).

El turismo slow delimita el espacio donde se desarrolla la actividad turística y aumenta el tiempo de visita en el destino, de esta manera se propone reducir la energía que se usa en el viaje, pero se aumenta la calidad de la experiencia (Di Clemente, De Salvo, & Mogollón, 2011). Genera un cambio de visión del viaje tradicional, donde es común retornar del destino con una condición de estrés y cansancio aún más intensa, que cuando este inició.

A la comunidad receptora en el turismo slow se la conoce como Destino Lento, este territorio puede estar ubicado en centros, provincias y periferias de las ciudades modernas. Cuenta con características únicas como riqueza en saberes y tradiciones. En estos, prima la promoción de su cultura y la protección de la biodiversidad (Pieroni, 2014).

Como iniciativa de decrecimiento se crea en Italia la certificación Cittaslow, la cual pretende convertirse en la marca de calidad para las comunidades más pequeñas (solo pueden postularse aquellas con menos de 50,000 residentes) (Cittaslow, 2020), las cuales han adoptado el modelo de turismo de lentitud. Además de las especificaciones en cuanto al número de habitantes, una ciudad Slow debe cumplir la mayoría de los indicadores que se especifican en el Manifiesto Cittaslow.

El hospedaje en el turismo slow se ubica en zonas alejadas con la finalidad de realizar actividades de recreación en un ambiente tranquilo y pacífico. El huésped crea verdaderos vínculos con las personas de la comunidad receptora y se propone un ambiente familiar (Marchetti & Roldan, 2010).

En América Latina la presencia del turismo slow se puede evidenciar someramente en Argentina. En este país se han elaborado algunos proyectos que se vinculan con la "lentitud". Entre ellos se encuentra la creación del sitio web "Maneras Argentinas" proponiendo que los visitantes tengan experiencias genuinas y vivenciales en cada destino (Sosa, 2012). De esta manera se trata de receptar la atención de

turistas Slow con la finalidad de proteger al medio ambiente, involucrar a la comunidad receptora y proponer la revalorización de los saberes y costumbres locales.

En el caso de Ecuador el acercamiento más acertado hacia el turismo slow se puede presenciar en el turismo comunitario. El cuál brinda importancia a los valores intrínsecos de la comunidad, centrando su atención en lugares con diversidad natural y cultural. Es considerado también como una herramienta para la erradicación de la pobreza y en pro de mitigar la migración fuera de las comunidades (Ruíz & Solís, 2007).

En la Amazonía ecuatoriana destaca la comunidad Kichwa Añangu, la cual maneja unos de los centros de turismo comunitario con mayor renombre a nivel mundial, Napo Wildlife Center, el mismo que fue acreedor al World Travel Awards en 2018 por el Hotel verde líder en Ecuador. Además, la comunidad maneja el Napo Cultural Center, un centro de turismo comunitario enfocado en mostrar en la forma de vida, costumbres y tradiciones de la comunidad (Napo Wildlife Center, 2018).

La comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno comparte las características de lo que busca ser un Destino Lento. En miras de una actividad dinamizadora de la economía se puede proponer al turismo slow como la alternativa para la conservación y revalorización de sus saberes ancestrales y su riqueza natural. Tomando en cuenta el estado de vulnerabilidad en el que se encuentran debido a la contaminación. De esta manera el objetivo de la

investigación se centra en determinar los escenarios alternos del turismo en la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno, así como su potencial para convertirse en un destino Slow al año 2030. Mismo que justifica su importancia teórica en la poca presencia de estudios relacionados con el turismo slow en el país.

El mismo se proyecta al año 2030 para coincidir con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, específicamente con el décimo tercer objetivo que plantea estrategias para aumentar la capacidad de gestión y planificación de los países menos desarrollados, haciendo hincapié en las comunidades locales (ONU, 2015).

Desde la metodología de la escuela voluntarista se plantea un análisis a largo plazo para intentar brindar, bajo la lógica del descubrimiento y la interpretación de resultados, un nuevo modelo de gestión del turismo comunitario de la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno. Tomando en cuenta que según Meana (2016) este tipo de turismo involucra a la comunidad como eje central de la gestión turística. Logrando así el empoderamiento de la actividad por parte de los comuneros.

Se tomarán en cuenta también fundamentos de la modalidad del Turismo slow el cual es capaz de priorizar el bienestar y la calidad del servicio turístico sobre el acelerado ritmo del turismo tradicional. La pertinencia del estudio se basa en que este tipo de turismo es más sostenible y respetuoso con el patrimonio local, cultural y natural, tangible o intangible, logrando una experiencia vivencial con las pobla-

ciones y culturas que se visitan (Rivera, 2013).

La crisis por la que atraviesa el turismo a causa de la pandemia proporciona la oportunidad necesaria para replantear la manera tradicional, consumista e irresponsable del turismo de masas lo cual constituye un aporte al conocimiento sobre el tema. Según palabras del secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT) Zurab Pololikashvili es “la oportunidad de que, al reconstruirlo, el sector sea mejor, más sostenible, inclusivo y resiliente, y que los beneficios del turismo se repartan extensamente y de manera justa” (OMT, 2020).

Entre las prioridades de la OMT para la reactivación del turismo se plantea como eje principal la transición del sector hacia el uso responsable de los recursos naturales y culturales, con la finalidad de mitigar la emisión de carbono y mermar la problemática ambiental (OMT, 2020). Consideraciones que coinciden con los fundamentos del Turismo slow ha a ser investigados en el presente documento. Con este preámbulo es oportuno el cuestionamiento: ¿Cuenta la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno con las características necesarias para convertirse en un destino lento? ¿Cuáles son los escenarios alternos que puede esperar la comunidad en cuanto a turismo para el año 2030?

METODOLOGÍA

La presente investigación se enmarcó en la escuela voluntarista de la prospectiva que trata de anticiparse a los hechos para

ejercer dominio sobre su curso de acción hasta conseguir el futuro deseado (Moji-ca, 2004). Se encuadra dentro de la línea de investigación Prospectiva Territorial de la Escuela de Prospectiva del Instituto de Altos Estudios Nacionales del Ecuador, puesto que se pretende orientar a la construcción de políticas públicas a favor de la configuración de un territorio para obtener el escenario deseado.

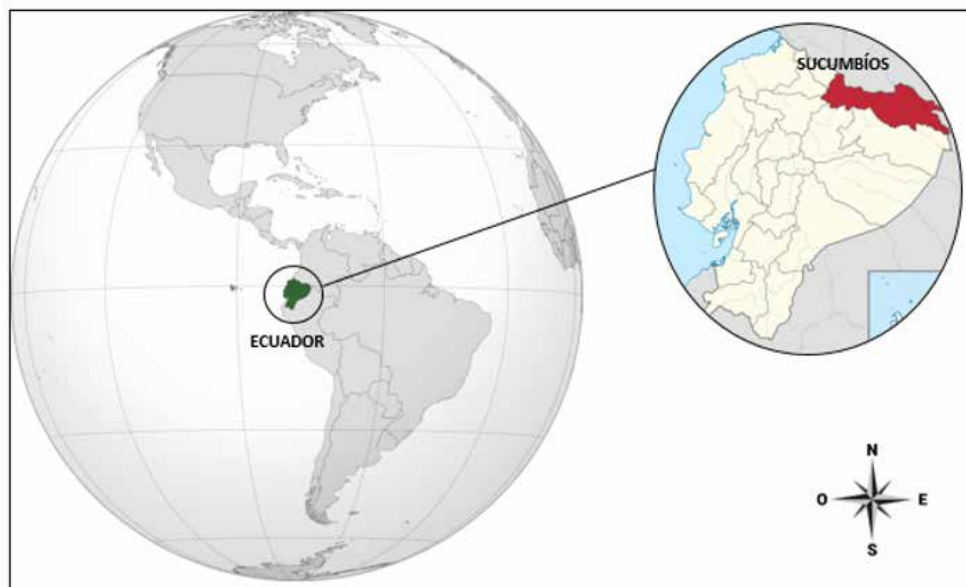
Este trabajo partió desde la lógica del descubrimiento, bajo un enfoque cualitativo, el cual tiene como objetivo la revisión exhaustiva de los datos que permita comprender de forma global del fenómeno a estudiar (Katamaya, 2014). El método aplicado fue la investigación acción participativa, que según Pring (2000) se car-

acteriza por su índole participativo, puesto que involucra a los actores, los convierte en investigadores, y los hace beneficiarios de los resultados obtenidos. Las técnicas utilizadas fueron la observación, entrevistas, grupos focales e informantes claves y análisis de documentos.

Área de estudio

La investigación se realizó al suroeste del continente americano, al noroeste de América del Sur, en el país Ecuador, al noreste de la región Oriental o Amazónica, en la provincia de Sucumbíos (Figura 2), cantón Lago Agrio. El cantón cuenta con una extensión de 1351 km² y una altitud promedio de 418 m s. n. m.

Figura 2
Ubicación Geográfica del área de estudio



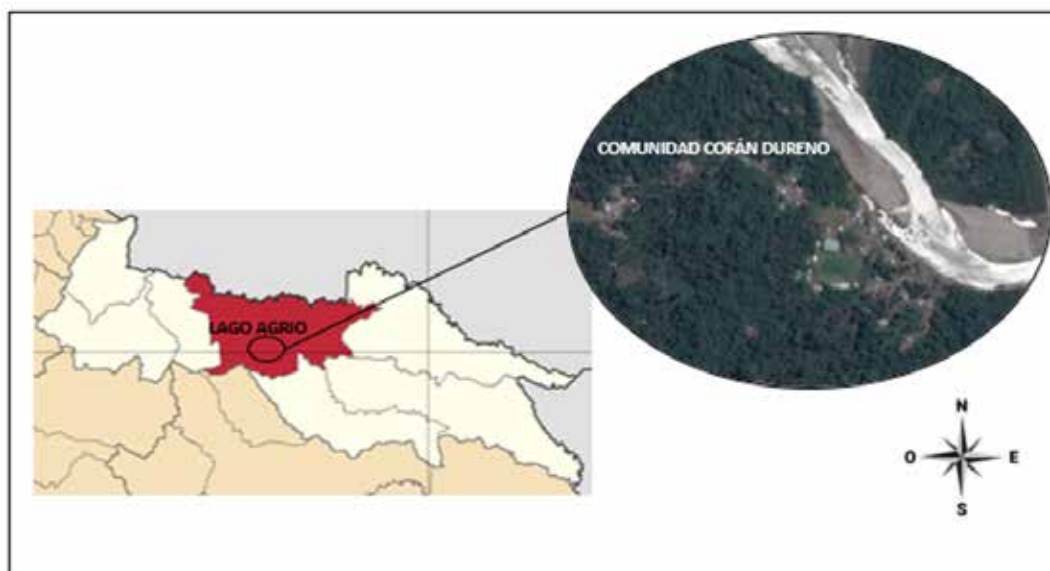
Fuente: Natural Earth Data (2017)

Delimitación espacial y temporal

Específicamente este estudio se llevó a cabo en el cantón Lago Agrio, en la parroquia de Duerno, en el territorio de la Comunidad Cofán Dureno (Figura 3). La superficie total de la parroquia de Dureno es de 24.774,97 ha. y la extensión de la comunidad es 9.571 ha. Donde viven 600 habitantes reunidos en 110 familias

(PDOT Lago Agrio, 2015). La comunidad geográficamente se encuentra ubicada a $0^{\circ} 3' 34.176''$ Latitud Norte y $82^{\circ} 45' 49.919''$ Longitud Oeste, aguas abajo del Río Aguarico, su temperatura promedio anual varía entre los $24,4^{\circ}\text{C} - 29,76^{\circ}\text{C}$ (PDOT Lago Agrio, 2015).

Figura 3
Delimitación espacial del área de estudio



Fuente: Google maps (2017)

Fuentes primarias y secundarias

Como fuentes primarias se procuró la aplicación de entrevistas, hacia los dirigentes y actuales encargados del sector turístico en la comunidad para determinar el potencial para convertirse en un destino Slow. Así también se incluyó la participación de expertos en el sector turístico para de igual manera identificar las fortalezas de la comunidad del Milenio Cofán Dureno a potenciarse al 2030. Adicionalmente, entre las fuentes secundarias se propuso el análisis de documentos, para

determinar cuánto se ha investigado en torno a la comunidad, al turismo slow, así como los distintos indicadores del manifiesto Cittaslow.

MÉTODOS

Para la presente investigación, en una primera fase se realizó un análisis documental exhaustivo. En una segunda fase, para el análisis prospectivo, se planteó un enfoque participativo donde se involucre a expertos tanto en turismo como los exper-

tos en la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno, para la construcción colectiva de los escenarios a futuro. Las herramientas para el análisis prospectivo se organizaron en función de cada objetivo:

Para cumplir el primer objetivo específico: identificar el estado situacional del turismo en la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno. Se utilizó la herramienta de FODA prospectivo, el cual “permite no solo una fotografía del presente, sino que plantea también los temas en un tiempo futuro como un análisis histórico” (Gordón, 2014). De esta manera se realizó un diagnóstico de la situación actual de la comunidad, sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; y a la vez permitió realizar una proyección a futuro generando factores de cambio. Y, a raíz de esos factores se construirán las variables que permitan la identificación de los escenarios posibles.

Adicionalmente, se utilizó la herramienta del Ábaco de Regnier, el cual permite medir la actitud de un grupo de actores frente a un tema determinado (Mojica, 1991). Con esta herramienta se aspira priorizar las variables obtenidas con la herramienta previa. Analizando con la ayuda de los expertos en la comunidad y expertos en turismo, las variables que serán usadas en el proceso.

Por otra parte, para cumplir el segundo objetivo específico: identificar con cuantos criterios de sostenibilidad cumple la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno para poder convertirse en un destino Slow al 2030. Se usó una lista de cotejo que demostró con cuantos de los criterios

del Manifiesto Cittaslow (un documento que se compone de setenta obligaciones para convertirse en un destino lento) (Cittaslow.org, 2013) cuenta la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno para poder convertirse en un destino Slow.

Con la finalidad de cumplir el tercer objetivo: determinar los escenarios alternos del turismo en la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno al año 2030. Se utilizó la herramienta de los Ejes de Peter Schwartz. Se dividieron las variables obtenidas en los procesos anteriores en dos grupos de familias, de esta manera se pudo medir su incidencia en cada eje y finalmente se construyeron escenarios alternos en el turismo en la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno (Schwartz, 1991).

Esta variedad de técnicas se justificó en la explicación de Bernal (2010) al mencionar que ninguna de ellas es auto-suficiente para comprender la realidad o el objeto de estudio, dando importancia a la complementariedad.

Figura 4
Organizador gráfico del desarrollo de la metodología



Nota: Elaboración propia.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Posterior al levantamiento de información mediante los diferentes talleres

de expertos, la exhaustiva revisión literaria, y la interpretación de los datos se han obtenido los siguientes resultados. Para objetos de la presente investigación se ha dispuesto la información de acuerdo al siguiente orden:

1. Comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno: diagnóstico de sus potencialidades turísticas.

Sobre la base del análisis FODA prospectivo aplicado en la comunidad del milenio A'I Cofán Dureno, con la participación de expertos miembros de la misma comunidad se llegó a determinar que las fortalezas de la comunidad se enmarcan en su riqueza cultural y natural; su apertura a la capacitación en temas turísticos; la vistosidad de sus atuendos; su lengua; y de manera muy particular y especial el Río Aguarico, que es parte misma de su

cultura y su vivencia como fuente de alimentación, comunicación y como elemento sagrado de su espiritualidad.

Por otro lado, entre las debilidades que se identificaron, como un elemento más relevante a considerar es la desorganización entre miembros de la comunidad. Resultado de la falta de oportunidades, injerencias externas, el abandono de las instancias gubernamentales y la pretensión de empresas dedicadas al extractivismo que manifiestan su deseo de explorar y explotar en el territorio Cofán, lo que ha causado que los elementos de la comunidad vayan tomando partido a favor o en contra de estas intenciones.

Posterior al análisis del pasado, presente y futuro, de los factores internos y externos de la comunidad. Se logró determinar las siguientes variables, las cuales serán consideradas como componentes

Tabla 1
Variables FODA prospectivo

VARIABLES - FODA PROSPECTIVO	
1	Riqueza cultural ancestral: vestimenta, rituales y fiestas
2	Número de personas que hablan la lengua Cofán A'ingae
3	Cantidad de ingresos por la venta de artesanías
4	Número de canoas fabricadas de forma artesanal para uso turístico
5	Cantidad de casas destinadas para el hospedaje de turistas
6	Número de capacitaciones recibidas en cuanto a: gerencia, administración y guianza turística
7	Número de medicina ancestral Cofán patentada
8	Número de leyes a favor de la conservación de recursos naturales y culturales
9	Riqueza natural: flora y fauna endémica
10	Número de miembros en las redes de turismo comunitario amazónico
11	Número de ONG apoyando a la capacitación y desarrollo de la comunidad en temas turísticos
12	Número de leyes a favor de la biorremediación de los ecosistemas
13	Número de personas en edad escolar capacitándose en temas de manejo turístico
14	Número de empresas comunitarias cofanes dedicadas al turismo
15	Número de caminos, vías y carreteras adecuadas para el ingreso a la comunidad
16	Cantidad de fiestas y rituales que se celebran de manera abierta al turismo
17	Cantidad de viviendas comunitarias que usan energía de fuentes alternativas
18	Porcentaje de territorio usado para la siembra de especies endémicas

Nota: Elaboración propia.

clave para objetos del presente estudio.

Una vez concluida la primera etapa de levantamiento de información in situ, se procedió a la realización de un segundo taller en la que se consideró a expertos de la comunidad de la comunidad y personas externas con profundos conocimientos sobre el tema, miembros de la academia y

del sector turístico en general.

En este segundo taller se utilizó la herramienta Ábaco de Regnier, que como se ha mencionado antes en el presente artículo nos permite medir la actitud de determinados actores ante un tema específico. Priorizando las variables obtenidas en el FODA prospectivo, según su nivel de

Tabla 2
Ponderación de variables



Nota: Elaboración propia.

importancia, se llegó a lo siguiente:

De acuerdo con a la intervención de los expertos participantes en este taller se puede determinar que la variable que se consideró como la de mayor relevancia en la comunidad es la que se refiere a su riqueza cultural ancestral: vestimenta rituales y fiestas. Como contraparte, se puede apreciar que la de menor importancia es la

que refiere al número de empresas comunitarias cofanes dedicadas al turismo.

Conforme a la ponderación realizada por los expertos, utilizando la herramienta Ábaco de Regnier, y para efectos de la presente investigación se decidió tomar en consideración a las diez variables según su orden de importancia, tal como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 3
Variables estratégicas

VARIABLES ESTRATÉGICAS	
1	Riqueza cultural ancestral: vestimenta, rituales y fiestas
6	Número de capacitaciones recibidas en cuanto a: gerencia, administración y guianza turística
9	Riqueza natural: flora y fauna endémica
2	Número de personas que hablan la lengua Cofán A'ingae
8	Número de leyes a favor de la conservación de recursos naturales y culturales
3	Cantidad de ingresos por la venta de artesanías
7	Número de medicina ancestral Cofán patentada
11	Número de ONG apoyando a la capacitación y desarrollo de la comunidad en temas turísticos
18	Porcentaje de territorio usado para la siembra de especies endémicas
13	Número de personas en edad escolar capacitándose en temas de manejo turístico

Nota: Elaboración propia.

Las variables estratégicas están relacionadas con el medio ambiente, con la cultura, con la vestimenta, con la conservación de las costumbres y tradiciones, la lengua Cofán (A'ingae), las artesanías, la medicina ancestral, como elementos preponderantes para el desarrollo del turismo en la comunidad, conforme se ha planteado en esta investigación. Estas variables representan la piedra angular con la que se trabajará posteriormente en la búsqueda de los escenarios posibles con la herramienta Ejes de Peter Schwartz.

Estos primeros resultados coinciden con la visión que sostienen Ruiz y Solís (2007), en su artículo “Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad”, sobre el turismo comunitario. Donde afirman que la importancia está en los factores intrínsecos de la comunidad. Son sociedades ancestrales situadas en espacios naturales con enorme diversidad de lenguas, conocimientos, visiones y tradiciones. Espacios que aprovechan su potencial orientando el turismo comunitario hacia un turismo experiencial.

Resulta enriquecedor para el presente estudio que un gran número de miembros de la comunidad estén dispuestos a realizar actividades relacionadas con el turismo como alternativa para desarrollo local. Así mismo, se muestra una gran apertura a recibir capacitaciones sobre gestión turística. Lo cual para Armstrong (2012), es una garantía para el éxito del turismo comunitario, como lo menciona en su artículo “An analysis of the conditions for success of community based tourism enterprises”, la decisión voluntaria de la comunidad

para desarrollar turismo asegura el involucramiento de los miembros en todas las etapas del proceso de desarrollo. Generando en los comuneros un sentido de pertenencia y apropiación, que se traducirá en la sostenibilidad temporal del proyecto.

2. Un cambio del modelo turístico tradicional: comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno como destino slow

Como se mencionó en páginas anteriores, a simple vista, la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno contaría con los elementos y características, tanto geográficas como culturales para convertirse en un destino de turismo slow. Hecho que se podría corroborar con los criterios de los expertos de la comunidad y de expertos externos.

Sin embargo, para confirmar esta afirmación se procedió a utilizar la herramienta lista de cotejo, la cual fue elaborada tomando en consideración todos los setenta criterios de sostenibilidad establecidos en el Manifiesto Cittaslow, planteado por el Movimiento Slow, el cual nos permite determinar si un destino cumple con las condiciones necesarias para ser considerado un destino slow.

El documento que sirvió de base para cotejar los criterios de sostenibilidad de la comunidad fue el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Lago Agrio (2021). En virtud de que la comunidad del milenio A'I Cofán Dureno es una de las 7 parroquias que conforman el cantón Lago Agrio, resulta interesante mirar el PDOT del cantón como herramienta guía para cotejar los criterios de sostenibil-

idad de los destinos lentos del Movimiento Slow. Cabe señalar que adicionalmente se revisó el Plan Operativo Anual del GADM de Lago Agrio.

El PDOT del cantón está enmarcado dentro de la normativa legal nacional vigente. En una primera instancia se realizó bajo lo dispuesto en la Constitución de la República del Ecuador, continua con el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, seguido del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión del Suelo y su Reglamento, la Norma Técnica para el Proceso de Formulación o Actualización de los PDOT. Y finalmente se complementa con la normativa complementaria que tienen incidencia dentro de las competencias del GAD municipal (PDOT Lago Agrio, 2021).

A pesar de eso, en el Ecuador no se evidencian políticas públicas idénticas a

las que se estipulan en el Manifiesto Cittaslow, planteado por el Movimiento Slow para calificar a los destinos lentos. Por lo tanto, se analizó la normativa nacional estipulada en el PDOT del cantón para obtener una aproximación a la realidad de la comunidad. Es importante mencionar que el documento original de los requerimientos Cittaslow se encuentra en italiano y no se localizó para la presente investigación. No obstante, se utilizó el documento en idioma inglés, que posteriormente fue traducido al español.

Con la finalidad de alcanzar la certificación como destino lento, en un inicio se debe cumplir con al menos el 50% de los criterios de sostenibilidad. Posterior a este primer paso, es imperativo demostrar los avances hacia la adhesión el cumplimiento de los requerimientos en las auditorias que se realizan cada 3 años, caso contrario el destino será desvinculado de la red de ciudades lentas (Cittaslow, 2014).

Tabla 4
Requerimientos Cittaslow

CRITERIO	SI	NO	DOCUMENTOS DE SOPORTE
Política energética y medio ambiental			
Cumplimiento de la normativa vigente en materia de calidad del aire y del agua y biodiversidad	x		- PDOT Lago Agrio.
Planes para la promoción y difusión del reciclaje de residuos domésticos y la eliminación especial de residuos	x		- PDOT Lago Agrio.
Difusión y promoción del compostaje de residuos industriales y domésticos	x		- Plan Operativo Anual.
Existencia de un depurador (filtro especial de aguas residuales) para el agua doméstica comunitaria		x	- No se encuentran datos
Plan municipal de ahorro de energía, con especial atención al uso de fuentes alternativas de energía (como hidrógeno verde, mini hidroeléctrica) y la termovalorización de la RSU y la biomasa		x	- No se encuentran datos
Planes de control y reducción de la contaminación acústica		x	- No se encuentran datos
Sistemas y programas de iluminación urbana (prevención de la contaminación lumínica)	x		- Plan Operativo anual.
Política de infraestructura			
Carriles bici para facilitar los desplazamientos a las escuelas y conectar las zonas de los edificios públicos (pasarelas móviles, escaleras mecánicas, teleféricos, rutas ciclistas específicas a las escuelas, etc.)	x		- PDOT Lago Agrio. - Plan Operativo Anual.
Ejecución de proyectos para garantizar el acceso a lugares de interés público para las personas con discapacidad y planes para superar las barreras arquitectónicas	x		- Plan Operativo Anual.

Política de calidad urbana		
Intervenciones para la restauración y mejora de los centros urbanos	x	- Plan Operativo Anual.
Recuperación / construcción de zonas verdes	x	- PDOT Lago Agrio.
Habitabilidad urbana (horarios de ida y vuelta al trabajo, viveros de empresa, etc.)		x - No se encuentran datos
Reurbanización y reutilización de zonas marginales	x	- PDOT Lago Agrio.
Utilización de las TIC en el desarrollo de servicios interactivos para ciudadanos y turistas	x	- Plan Operativo Anual.
Oficina de Arquitectura Sostenible		x - No se encuentran datos.
Instalación de fibras ópticas y sistemas inalámbricos		x - No se encuentran datos.
Control y reducción de contaminantes (ruido, campos electromagnéticos, etc.)		x - No se encuentran datos.
Promoción del tele trabajo		x - No se encuentran datos.
Promoción de la construcción privada sostenible		x - No se encuentran datos.
Promoción de la infraestructura social (bancos de tiempo, proyectos de bicicletas gratuitas, etc.)	x	- PODT Lago Agrio. - Plan Operativo Anual.
Promoción de la planificación urbana sostenible	x	- PDOT Lago Agrio.
Recuperación / realización de zonas verdes productivas	x	- PDOT Lago Agrio.
Creación de espacios para la comercialización de productos locales	x	-PDOT Lago Agrio. - Plan Operativo Anual.
Protección / mejora de las tiendas tradicionales	x	- Plan Operativo Anual.
Políticas de agricultura, turismo, artesanía		
Planes de desarrollo y promoción de la agricultura ecológica	x	- PDOT Lago Agrio.
Certificación de calidad de productos y objetos artesanales	x	- Plan Operativo Anual.
Mejora de las ocupaciones tradicionales	x	- PDOT Lago Agrio. - Plan Operativo Anual.
Mejora de las zonas rurales	x	- PDOT Lago Agrio. - Plan Operativo Anual.
Uso de productos orgánicos y/o locales/típicos en la restauración escolar		x - No se encuentran datos
Programas de educación del gusto y nutrición correcta	x	- Ministerio de Educación. Plan de alimentación escolar.
Mejora y conservación de eventos culturales locales	x	- PDOT Lago Agrio. - Plan Operativo Anual.
Políticas de hospitalidad, sensibilización y capacitación		
Planes de información turística y formación de personal para una buena hospitalidad	x	- Ordenanza Municipal Cantón Lago Agrio: Que Regula, Controla Y Promueve El Desarrollo De La Actividad Turística. - Plan Operativo Anual.
Sensibilización de los operadores turísticos y minoristas sobre la transparencia de los precios e información completa sobre los precios de los productos y servicios en los centros comerciales	x	- Ordenanza Municipal Cantón Lago Agrio: Que Regula, Controla Y Promueve El Desarrollo De La

Activación de itinerarios lentos en la ciudad (folletos, información web, página web dedicada, etc.)		x	- No se encuentran datos
Adopción de técnicas que permitan la participación efectiva de los interesados en los procesos de adopción de decisiones administrativas	x		- Plan Operativo Anual.
Educación sanitaria	x		- Plan Operativo Anual. Proyecto sensibilización Ambiental
Política de acogida para los visitantes y planes para facilitar su participación en las actividades de la ciudad (aparcamiento, horario flexible/ oficina pública prolongada) con especial atención a eventos especiales		x	- No se encuentran datos
Políticas de cohesión social			
Integración de las minorías discriminadas	x		- PDOT Lago Agrio. - Plan Operativo Anual.
Integración de los discapacitados	x		- PDOT Lago Agrio.
Política juvenil	x		- Plan Operativo Anual.
Reducción de la pobreza	x		- PDOT Lago Agrio.
Asociacionismo		x	- No se encuentran datos.
Alianzas			
Apoyo a las campañas y actividades de <i>Slow Food</i>		x	- No se encuentran datos
Colaboración con <i>Slow Food</i> y otras organizaciones para promover la alimentación natural y tradicional		x	- No se encuentran datos
Apoyo a proyectos de hermanamiento y cooperación relacionados con las filosofías <i>Cittaslow</i> y <i>Slow Food</i>		x	- No se encuentran datos

Fuente: PDOT y Plan Operativo Anual Lago Agrio

Al analizar los requerimientos para las ciudades lentas se puede apreciar que de acuerdo al presente instrumento el cantón Lago Agrio cumple con 55 de los 70 criterios de sostenibilidad los mismos que se sustentan en lo estipulado dentro del PDOT y el Plan Operativo Anual. En consecuencia, estando la comunidad del milenio A'I Cofán Dureno dentro del territorio de este cantón se puede determinar la factibilidad de proponerla como un destino lento, que sería el primero con esta denominación en el territorio nacional.

Se puede evidenciar que el instrumento a más de medir las consideraciones turísticas, sostenibles de un destino es capaz de brindar información correspondiente al desarrollo de las localidades en materia de gobernanza. Como sostienen Pre-

senza, Abbate, Perano (2015), en su artículo "The Cittaslow certification and its effects on sustainable tourism governance", donde se indica que es posible considerar a las Cittaslow como estrategia para las autoridades locales con el fin de abordar las interdependencias entre los objetivos económicos, ambientales, y desarrollo social. Coincide con esta visión Di Clemente (2011), en el artículo "Slow tourism o turismo de la lentitud: un nuevo enfoque al desarrollo de territorios lentos", al mencionar la estrecha relación que existe entre el desarrollo de territorios sostenibles con el desarrollo de destinos lentos.

3. Escenarios alternos del turismo en la comunidad del Milenio A'I Cofán Dureno al año 2030

Para determinar los posibles escenarios alternos del turismo en la comunidad se utilizó la herramienta de los Ejes de Peter Schwartz, dividiendo a las variables estratégicas, obtenidas en los procesos previos, en dos familias o grupos, dándonos como resultado las siguientes agrupaciones:

Tabla 5
Familias de variables Ejes de Peter Schwartz

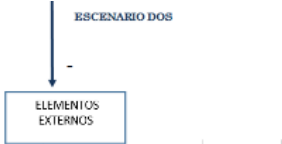


FAMILIA DE VARIABLES	VARIABLES INCLUIDAS EN LA FAMILIA
Familia uno de variables ENTORNO Y CULTURA	Riqueza cultural ancestral: vestimenta, rituales y fiestas
	Riqueza natural: flora y fauna endémica
	Número de personas que hablan la lengua Cofán A'ingae
	Cantidad de ingresos por la venta de artesanías
	Número de medicina ancestral Cofán patentada
	Porcentaje de territorio usado para la siembra de especies endémicas
Familia dos de variables ELEMENTOS EXTERNOS	Número de capacitaciones recibidas en cuanto a: gerencia, administración y guianza turística
	Número de leyes a favor de la conservación de recursos naturales y culturales
	Número de ONG apoyando a la capacitación y desarrollo de la comunidad en temas turísticos
	Número de personas en edad escolar capacitándose en temas de manejo turístico

Nota: Elaboración propia.

Mediante esta metodología procedemos a ubicar en el plano cartesiano las familias de variables, según su situación al 2030. Brindándonos el siguiente resultado: El escenario más favorable para el desarrollo del turismo en la comunidad del

Tabla 6
Familias de variables Ejes de Peter Schwartz

EJES	ESCENARIOS DEL TURISMO AL 2030
	<p>Escenario uno: CARACOL En el 2030 la riqueza cultural ancestral de la comunidad es afianzada y aceptada como característica de identidad y pertenencia. Los habitantes lucen sus atuendos y practican sus tradiciones con orgullo, conscientes del valor cultural de preservar sus costumbres. La población Cofán se beneficia económicamente del desarrollo de la actividad turística, especialmente las mujeres con la venta de las artesanías. Además, los derechos de la naturaleza son aceptados y respetados como parte de la cultura de los habitantes. El Gobierno ha decretado a la lengua Cofán (A'ingae) como un idioma alternativo dentro del territorio nacional, y se habla en la toda la comunidad Cofán sin distinción de edades. Se patenta la medicina ancestral Cofán para el tratamiento de distintas enfermedades dentro y fuera de la comunidad. El territorio Cofán está cubierto por especies endémicas. Los líderes de la comunidad cuentan con capacitaciones periódicas en temas de manejo turístico, y lo ven como alternativa de desarrollo. El Ministerio de Ambiente crea leyes a favor de la conservación de recursos se cumplen a cabalidad con la vigilancia de la comunidad. El Ministerio de Educación ha adaptado el currículo insertando temas turísticos en la malla curricular.</p>
	<p>Escenario dos: REGULAR 1 En el 2030 la riqueza cultural ancestral de la comunidad es afianzada y aceptada como característica de identidad y pertenencia. Los habitantes lucen sus atuendos y practican sus tradiciones con orgullo, conscientes del valor cultural de preservar sus costumbres. La población Cofán se</p>

	<p>(A'ingae) como un idioma alternativo dentro del territorio nacional, y se habla en la toda la comunidad Cofán sin distinción de edades. Se patenta la medicina ancestral Cofán para el tratamiento de distintas enfermedades dentro y fuera de la comunidad. El territorio Cofán está cubierto por especies endémicas. Sin embargo, los líderes de la comunidad han migrado a las ciudades, junto con gran parte de su población. Las leyes se han modificado en beneficio de las transnacionales mineras y petroleras. Los niños y adolescentes de la comunidad salen a estudiar en las instituciones educativas del cantón Lago Agrio.</p>
	<p>Escenario tres: REGULAR 2 En el 2030 la riqueza cultural ancestral de la comunidad se ha perdido, las nuevas generaciones se avergüenzan de sus ancestros. La población Cofán no recibe ningún ingreso por concepto de turismo, las mujeres han dejado de realizar artesanías para la venta. Los habitantes no visten sus atuendos en ninguna ocasión, se han perdido por completo sus costumbres. Además, los derechos de la naturaleza no existen. La lengua Cofán (A'ingae) es reemplazada en su totalidad por el castellano. No existen tratamientos con medicina ancestral. Las especies endémicas en el territorio han sido taladas y este territorio es destinado para actividades mineras y petroleras. A pesar de eso, los líderes de la comunidad cuentan con capacitaciones periódicas en temas de manejo turístico, y lo ven como alternativa de desarrollo. El Ministerio de Ambiente crea leyes a favor de la</p>
	<p>conservación de recursos se cumplen a cabalidad con la vigilancia de la comunidad. El Ministerio de Educación ha adaptado el currículo insertando temas turísticos en la malla curricular.</p>
	<p>Escenario cuatro: BALA PERDIDA En el 2030 la riqueza cultural ancestral de la comunidad se ha perdido, las nuevas generaciones se avergüenzan de sus ancestros. Los habitantes no visten sus atuendos en ninguna ocasión, se han perdido por completo sus costumbres. La población Cofán no recibe ningún ingreso por concepto de turismo, las mujeres han dejado de realizar artesanías para la venta. Además, los derechos de la naturaleza no existen. La lengua Cofán (A'ingae) es reemplazada en su totalidad por el castellano. NO existen tratamientos con medicina ancestral. Las especies endémicas en el territorio han sido taladas y este territorio es destinado para actividades mineras y petroleras. Los líderes de la comunidad han migrado a las ciudades, junto con gran parte de su población. Las leyes se han modificado en beneficio de las transnacionales mineras y petroleras. Los niños y adolescentes de la comunidad salen a estudiar en las instituciones educativas de Lago Agrio.</p>

Nota: Elaboración propia.

milenio A'I Cofán Duerno, es el escenario uno, denominado OPTIMO. En el cual concurren todas las condiciones humanas, geográficas, culturales y políticas, que nos permiten avizorar una comunidad turísticamente sostenible.

De darse las condiciones en el escenario cuatro, sin lugar a equivocaciones se puede confirmar que la comunidad no tiene las condiciones necesarias para convertirse en un destino turístico. Más aún,

se podría afirmar que la comunidad del milenio A'I Cofán Dureno dejaría de existir, y con ella su legado cultural, natural, endémico y ancestral.

Interpretando el resultado de los escenarios dos y tres, la comunidad podría dedicarse a un turismo no sostenible, llamase, por ejemplo, turismo de masas. Sacrificando sus riquezas naturales y culturales, llegando al extremo de “folclorizar” las mismas.

Se puede vincular el resultado más favorable, escenario OPTIMO, con el éxito del cumplimiento de los ODS al año 2030. Se promovería la conservación del patrimonio natural y cultural (objetivo 11), se crearían puestos de trabajo que promuevan la cultura y el consumo de productos locales (objetivo 12), se fomentaría la tolerancia y el respeto multicultural (objetivo 16), se procuraría el crecimiento económico y el desarrollo (objetivo 1) (OMT, 2021).

CONCLUSIONES

Se puede concluir que las fortalezas de la comunidad en materia turística se encuentran profundamente ligadas a la riqueza cultural, ancestral, del lenguaje, costumbres, tradiciones y entorno geográfico. En este último, se puede destacar como elemento preponderante la presencia del río Aguarico, como un elemento que trasciende a lo natural para llegar a un elemento ligado a la espiritualidad, siendo considerado como un actor vivo dentro de la cosmovisión de los miembros de la comunidad.

Además, se concluye que, analizado los documentos que refieren a políticas públicas dentro del cantón Lago Agrio estos favorecen notablemente al desarrollo del turismo lento en el cantón, y de manera particular en la comunidad del milenio A'I Cofán Dureno. Es importante mencionar que los requerimientos de sostenibilidad no están ligados específicamente en el campo turístico, sino también en el desarrollo urbano y rural.

Una ventaja competitiva con el resto

de las comunidades indígenas del cantón Lago Agrio es que cuenta con la infraestructura básica que serviría perfectamente para el desarrollo del turismo en cualquiera de sus modalidades. Otra ventaja de la comunidad es que existe el interés por parte de los miembros de la comunidad por realizar esta actividad como alternativa de dinamización de la economía.

Como resultado de los escenarios alternos se concluye, que resulta favorable todas las opciones para el desarrollo del turismo sin categorizar un tipo de turismo en particular.

RECOMENDACIONES

Se recomienda ampliar la investigación de la factibilidad del turismo en la comunidad, tomando en cuenta que el verdadero motor del desarrollo es la conservación de la riqueza natural y cultural, y considerando al turismo como un efecto del buen manejo y la conservación de los recursos.

Se debe procurar cuestionarse la sostenibilidad del “desarrollo sostenible” y optar por planes que planteen el decrecimiento como eje fundamental. Tomando en cuenta al decrecimiento como la acción de disminuir el uso de elementos y materiales que atenten contra el equilibrio de los ecosistemas. En otras palabras, concienciar a todos los actores el criterio de no contaminación, generando políticas públicas que permitan la conservación de medio ambiente y su entorno.

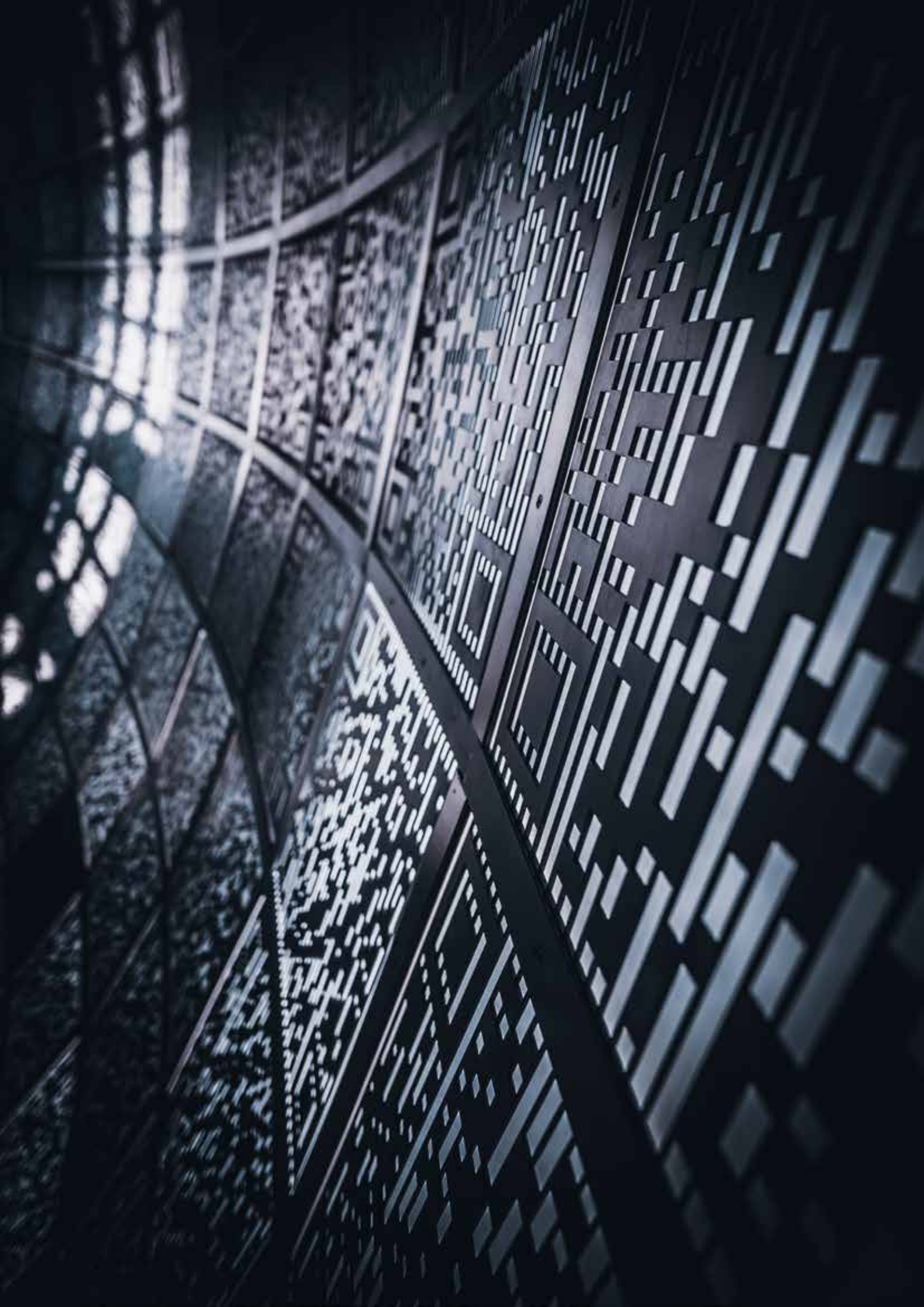
Se debe tener especial cuidado en confundir el turismo en las comunidades

indígenas como una opción de precarizar la cultura de los pueblos. Por lo tanto, se debe pretender un turismo experiencial y vivencial, en lugar de un turismo de folclore. Donde se distorsiona el verdadero significado de las tradiciones, cultura y espiritualidad de las comunidades.

REFERENCIAS

- Armstrong, R. (2012). An analysis of the conditions for success of community based tourism enterprises. ICRT Occasional Paper, 21, 1–52. En: http://www.thetravelfoundation.org.uk/images/media/Successful_Community_Based_Tourism.pdf Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación.
- Borman, R., Vriesendorp, C., Alverson, W. S., Moskovits, D. K., Stotz, D. F., & del Campo, Á. (Eds.). (2007). Ecuador: Territorio Cofan Dureno. Field Museum, Environmental and Conservation Programs.
- Buckley, R. (2011). Tourism Under Climate Change: Will Slow Travel Supersede shortChamorro, A. (2013). El petróleo en el Ecuador la nueva era. Ecuador: Natalia Monard. Obtenido de <https://www.eppetroecuador.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/El-Petr%C3%B3leo-en-el-Ecuador-La-Nueva-Era.pdf>.
- Cittaslow.org (2013). Manifiesto Cittaslow.
- Cittaslow.org (2020). Filosofía. Disponible en <https://www.Cittaslow.org/content/philosophy> Constitución de la República del Ecuador [CRE], (2008).
- De la Torre, O. (1980). El turismo: fenómeno social. Fondo de cultura económica.
- De Luis Blanco, A. (2011). Una aproximación al turismo slow. El turismo slow en las Cittaslow de España. Investigaciones Turísticas, (1), 122-133.
- Di Clemente, E., De Salvo, P., & Mogo llón, J. (2011). Slow tourism o turismo de la lentitud: un nuevo enfoque al desarrollo de territorios lentos. *Tourism & Management Studies*, ISSN 2182-8458, ISSN-e 2182-8466, p. 883-893. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018510>
- Gordon, B. (2002). El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX.
- Lagos, P. (2018). Desarrollo, etnicidad y territorio: el caso de la comunidad A' i Cofán Dureno frente al extractivismo petrolero en Sucumbíos, Ecuador (tesis de maestría, Quito, Ecuador: Flasco Ecuador).
- Marchetti, Y., & Roldán, L. (2010). TURISMO SLOW (tesis pregrado). INSTITUTO SUPERIOR N° 4044 "SOL", Santa Fe, Argentina. Recuperado de <http://repo.turismo.gov.ar/bitstream/handle/123456789/4460/Tesis%20Marchetti%20-%20Roldan.pdf?sequence=1>
- Meana, R. (2016). Decrecimiento y turismo: el papel del sector turístico en la extralimitación planetaria. La necesidad de un cambio de modelo puesto al día. Recuperado el 16 de enero. Disponible en <https://core.ac.uk/download/pdf/154376789.pdf>
- Mojica, F. (1991). El ábaco de Regnier. En *La Prospectiva* (21-33). Bogotá: Legis Editores
- Mojica, F. (2004). Los estudios de futuro: linealidad vs. pluralidad. Serie: Documentos de Ciencia, Tecnología e Innovación de los países del Convenio Andrés Bello (CAB), Versión, 1.
- Napo Wildlife Center. (2018). Recuperado el 109 de septiembre del 2021. Disponible en <https://www.napowildlifecenter.com/es/awards-and-certifications/>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2015). Agenda 2030; Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en <https://www.un.org/>

- sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/
- Organización de las Naciones Unidas Ecuador. (2020). La ONU en Ecuador. Disponible en <https://ecuador.un.org/es/about/about-the-un>
 - Organización Mundial del Turismo [OMT]. (1981). Definición de Turismo.
 - Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2020). Prioridades para la recuperación del Turismo. Disponible en <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>
 - Pasquel, A. & Quilligana, A. (2020). Propuesta de un Modelo de Gestión Integral de Residuos Sólidos Domésticos en Áreas Rurales Amazónicas: Comunidad del Milenio A' I Dureno Cofán en la Provincia de Sucumbios, Ecuador (tesis de pregrado, Universidad Estatal Amazónica).
 - Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantón Lago Agrio (2019 – 2023) Plan Nacional de desarrollo, (2017).
 - Plan Operativo Anual cantón Lago Agrio (2019) Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Lago Agrio (2014 – 2019)
 - Pring, R. (2000): *Philosophical of Educational Research*. London. Continuum
 - Presenza, A., Abbate, T., & Perano, M. (2015). The Cittaslow certification and its effects on sustainable tourism governance. Presenza, A., Abbate, T., Perano, M, 40-64.
 - Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. In *Relaciones interculturales en la diversidad* (pp. 199-217). Cátedra Intercultural.
 - Ruiz, E. & Solís, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Ecuador: Editorial Abya Yala.
 - Sancho, A. (2019). *Introducción al turismo*.
 - Schwartz, P. (1991) “The Art of the Long View: Planning for the Future in an Uncertain World”. Nueva York: Bantam.
 - Sosa, M. (2012). *Tiempo libre, movimiento slow y calidad turística: realidades, oportunidades y relaciones*. (Monografía de Graduación), Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/1678/>



Dificultades en la enseñanza - aprendizaje de la estadística y probabilidad: una perspectiva de estudiantes

Nevy Mariela Alvarez Tinajero
 nmalvarez@utn.edu.ec
 Universidad Técnica del Norte

Jaime Oswaldo Rivadeneira Flores
 jorivadeneira@utn.edu.ec
 Universidad Técnica del Norte

Sonia Del Pilar Montero Zambrano
 spmontero@liceoaduanero.edu.ec
 Instituto Tecnológico Superior Liceo Aduanero

Recepción Oct. 10, 2022
Aceptación Nov. 25, 2022

RESUMEN

La enseñanza de estadística y probabilidad en el bachillerato ecuatoriano se fundamenta en el desarrollo de destrezas enfocadas a la resolución e interpretación de problemas, la misma que actualmente enfrenta dificultades al evidenciar bajos resultados en las evaluaciones al finalizar la educación secundaria. El objetivo de la presente investigación es identificar las dificultades que enfrenta el proceso enseñanza – aprendizaje de la estadística y probabilidad para valorar el estado de la educación secundaria en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura – Ecuador. La presente es una investigación cuantitativa de carácter descriptivo - correlacional y de corte transversal; la población estudiada fue de 362 estudiantes mediante una encuesta previamente elaborada. A través de la prueba de hipótesis Chi-cuadrado se encontró que existe relación entre las dificultades cognitivas de aprendizaje y la didáctica aplicada por los docentes ($p < 0,05$); mientras que no existe relación entre la actitud hacia el aprendizaje y la didáctica aplicada por el docente ($p > 0,05$). Se concluye que las dificultades cognitivas de aprendizaje se presentan por la aplicación de métodos y técnicas tradicionales de enseñanza que desencadenan conocimientos superficiales.

Palabras clave: Estadística y Probabilidad, Enseñanza, Aprendizaje, Didáctica, Dificultades.

Difficulties in Teaching - Learning Statistics and Probability: A student perspective

ABSTRACT

The teaching of Statistics and Probability in Ecuadorian high schools is based on the development of skills focused on the resolution and interpretation of problems, which currently faces difficulties by showing low results in the evaluations at the end of secondary education. The objective of this research is to identify the difficulties faced by the teaching-learning process of statistics and probability to assess the state of secondary education in Ibarra, located in Imbabura Province - Ecuador. This is a quantitative research of descriptive-correlational and cross-sectional nature; the population studied was 362 students through a previously elaborated survey. Through the Chi-square hypothesis test it was found that there is a relationship between cognitive learning difficulties and the didactics applied by the teachers ($p < 0.05$); while there is no relationship between the attitude towards learning and the didactics applied by the teacher ($p > 0.05$). It is concluded that cognitive learning difficulties are presented by the application of traditional teaching methods and techniques that trigger superficial knowledge.

Keywords: Statistics and probability, teaching, learning, didactics, difficulties.

INTRODUCCIÓN

El aprendizaje de la estadística y probabilidad ha tomado relevancia en los últimos años, siendo fundamental su estudio en la etapa secundaria; para Chaves (2008) la incorporación de la estadística en el sistema educativo preuniversitario, pretendió ofrecer a la ciudadanía la posibilidad de generar una cultura que favoreciera una actitud crítica para interpretar y evaluar la información proveniente de diferentes contextos y de situaciones propias de su quehacer cotidiano; de esta manera, la estadística ha presentado múltiples aplicaciones enfocadas en el desarrollo de destrezas basadas en manipulación, el análisis e interpretación de datos, gráficos y tablas que serán utilizadas por los jóvenes no solo en el campo educativo, sino también, en el entorno social en que se desarrollan, estableciendo así la importancia que la formación estadística representa en la educación media.

En el Ecuador, la enseñanza de estadística proviene desde el año 1982 en

bachilleratos técnicos de contabilidad e informática a través de materiales bibliográficos y utilizando el método deductivo; en el 2008 se integra de forma obligatoria a toda la educación secundaria como el sexto bloque curricular de estadística y probabilidad, el mismo que se mantiene vigente hasta la actualidad con un enfoque educativo constructivista (Mineduc, 2016); sin embargo, no es hasta el año lectivo 2014 – 2015 en el examen ser bachiller, donde, se puede apreciar los resultados en los aprendizajes que los estudiantes obtuvieron en la asignatura, como se muestra en la figura 1 y los cambios que se efectúan hasta el año lectivo 2018 - 2019 reflejados en la figura 2.

Figura 1
Resultados pruebas “SER BACHILLER” del 2014 al 2016.



Nota. Adaptado de Porcentaje de logros en el dominio matemático, de Ineval, 2017, Informe de resultados (<https://www.evaluacion.gob.ec/evaluaciones>). Todos los derechos reservados (2017). Reproducido con permiso del autor.

Figura 2

Resultados pruebas “SER BACHILLER” del 2017 al 2019.



Nota. Adaptado de Porcentaje de logros en el dominio matemático, de Ineval, 2019, Informe de resultados (<https://www.evaluacion.gob.ec/evaluaciones>). Todos los derechos reservados (2019). Reproducido con permiso del autor.

Cabe considerar que desde el año 2016 – 2017, se evalúa el bloque de estadística y probabilidad como parte del eje temático de organización y análisis de la información, que incluye problemas de dispersión, desviación estándar, varianza, situaciones de conteo y cálculo de probabilidades (Ineval, 2019).

Los resultados de aprendizaje de los últimos 5 años correspondiente a los ejes temáticos de estadística y probabilidad como parte del examen Ser Bachiller, han reflejado ser considerablemente bajos al mantenerse con una media de 440 puntos, muy por debajo del puntaje base o denominado elemental, cuyo alcance es de 700 puntos o el 70% de la evaluación requerida para aprobar el bachillerato; a pesar que, en el transcurso de estos años, la asignatura ha tenido un ligero progreso, aumentando su puntaje del 37% al 54%, este aún no es suficiente ya que representa un déficit notorio de conocimientos y del desarrollo de destrezas cognitivas en los estudiantes, quedando en evidencia que, pese a que el currículo ecuatoriano

cuenta con un bloque específico para el estudio de ello, posiblemente presenta diversas dificultades en la aplicación de medios didácticos en el proceso enseñanza – aprendizaje dentro del aula convirtiéndose en uno de los problemas más relevantes a solucionar en la educación matemática del Ecuador.

Por cuanto, es necesario reflexionar la situación actual en la que se encuentra el proceso educativo donde se desarrolla la estadística y probabilidad, para dar a conocer por medio de este documento, las dificultades que atraviesa la asignatura y que impiden llevar a cabo un aprendizaje significativo, además, la investigación busca ser una referencia para que exista un cambio en el proceso didáctico, que lleve a la transformación e innovación de este, ya que al identificar posibles problemas que aquejan este ámbito, se puede abrir paso a futuras investigaciones que brinden soluciones; con ello, se busca optimizar el proceso enseñanza – aprendizaje y alcanzar los objetivos educativos propuestos, que reflejen la excelencia educativa a la cual se pretende llegar, con estudiantes críticos capaces de solucionar cualquier problema que se le presente en su entorno escolar y social.

Enseñanza de Estadística y Probabilidad

El Ministerio de educación a través del currículo ecuatoriano, establece la enseñanza de la matemática en todos los años de educación secundaria de una forma amplia y apegada al constructivismo, donde, se busca que el estudiante sea el

principal gestor de promover sus conocimientos, fortaleciendo la capacidad de razonar, analizar, decidir, sistematizar, crear y resolver problemas para formar individuos autónomos, creativos, comunicadores y gestores de nuevas ideas (Mineduc, 2016); sin embargo, en el campo específico de la estadística y probabilidad la importancia de su enseñanza se ve reflejada en la formación de niños, jóvenes y adultos con capacidad para leer e interpretar gráficos, tablas presentes en diferentes medios informativos sobre una amplia gama de aspectos sociales, económicos y políticos, a esto se suma, la exigencia de la mayoría de profesiones que día a día buscan que sus estudiantes tengan competencias básicas como son (Ponteville, 2014):

- Comprensión de términos básicos relacionados a estadística y probabilidad.
- Comprensión del lenguaje de estadística y probabilidad en medios sociales.
- Actitud crítica ante situaciones sociales.

Con la finalidad de mejorar el razonamiento crítico y la toma de decisiones en el campo laboral en el que se desarrollarán a futuro.

Para Godino (2004) la enseñanza de la estadística y probabilidad no debe estar únicamente ligada a recolectar datos, realizar cálculos y reconocer diagramas, sino que, debe estar enfocada en el desarrollo del razonamiento estadístico, donde el estudiante tenga la capacidad de compren-

der por sí solo un problema y llevarlo a una situación real a través de la modelización, para luego buscar las posibles soluciones; sin embargo, llevar a cabo este proceso no es tan sencillo, requiere docentes preparados en temas académicos y didácticos, de tal modo que, “las finalidades de la educación matemática llegan a los estudiantes por medio de las intenciones que manifiestan sus docentes cuando les proponen tareas, les corrigen las actividades, les evalúan, etc” (Goñi et. al, 2011, pág. 10), es decir, el docente será el único encargado de incentivar al estudiante a construir sus conocimientos a través de procesos didácticos formativos que les permitan desarrollar las habilidades y destrezas deseadas.

Didáctica de la Estadística y Probabilidad

Al hablar de didáctica se hace referencia a métodos, técnicas y diferentes interacciones en el proceso enseñanza – aprendizaje y en el que intervienen tres principales actores (Arteaga y Macías, 2016) expresan que:

-El alumno, cuyo papel es aprender aquello que ha sido establecido por la comunidad educativa, en los currículos oficiales, según su edad, nivel y desarrollo madurativo y cognitivo.

-El saber o conjunto de conocimientos, en nuestro caso matemáticos, que deben ser transmitidos y adquiridos por los alumnos para su aplicación futura tanto en la vida profesional o laboral como en situaciones cotidianas del día a día.

-El profesor, encargado de transmitir el saber y hacer funcionar el proyecto de enseñanza de la manera más adecuada posible para que el aprendizaje se produzca de manera significativa.

En cuanto a metodología, la estadística y probabilidad se centra en la utilización de métodos activos de enseñanza que involucren procesos dinámicos, teniendo como finalidad llevar a cabo el aprendizaje significativo por medio de la participación protagonista del estudiante, en donde las piezas teóricas no son dadas de forma directa, al contrario, el razonamiento lo fomenta cada aprendiz, mediante la práctica de situaciones vivenciales que van de acuerdo a sus capacidades y ritmo de aprendizaje; las ventajas de concebir la enseñanza por estos procesos, es que permite desarrollar el conocimiento de forma individual o colectivo, respetando las necesidades de cada persona, generando así grupos heterogéneos de estudio (Alvarez, 2016).

De acuerdo a Parra (2003) las técnicas y las estrategias aplicadas para la enseñanza de estadística y probabilidad, motivan el aprendizaje a través de procedimientos no mecánicos utilizados por el docente, que permiten promover un aprendizaje significativo, adaptándose a cada circunstancia y capacidad del estudiante. Existen una diversidad de actividades a aplicar en la asignatura en mención, sin embargo, el docente es quien considera cual de ella es apropiada para desarrollar en el aula y en su debido momento; al inicio de

una clase (preinstruccionales) para activar los conocimientos previos se recurre a una lluvia de ideas o al interrogatorio que indicará el punto de partida del conocimiento, para continuar con el desarrollo del tema a explicar (coinstruccionales) se puede utilizar la exposición de ideas, resolución de problemas, entre otras, donde el estudiante sea el centro del aprendizaje, además, estas pueden ir acompañadas con algunas actividades sencillas pero con mucho significado como cuantificar, analizar y representar gráficamente datos entre compañeros; por otro lado, en la probabilidad se puede aplicar lo mismo a través de la predicción de eventos o juegos al azar con varias repeticiones que permitan visualizar los resultados y realizar un registro de ellos para hallar la probabilidad de un suceso; por último para finalizar una clase (posinstruccionales) se aplica estrategias de consolidación de conocimientos como un taller educativo que abarque lo aprendido (Díaz y Hernández, 2002).

La utilización de recursos o materiales académicos en el proceso enseñanza - aprendizaje constituyen un apoyo pedagógico imprescindible que refuerza el trabajo docente, motivando y despertando el interés de los estudiantes por su versatilidad y adaptación de los contenidos teóricos a la manipulación y experimentación de ellos (Vargas, 2017). La estadística y probabilidad al ser una ciencia que requiere de la comprensión de varios conceptos, extensos cálculos numéricos y la utilización de diversas fórmulas, el empleo de dichos recursos constituyen un punto clave para alcanzar los resulta-

dos de aprendizaje deseados, permitiendo una mayor comprensión y aplicación de los conocimientos; la mayoría de estudiantes se sienten con mayor motivación al utilizar materiales no convencionales que dejen a un lado las tediosas clases expositivas y que lo involucren como agente principal del aprendizaje, para ello, se toma en consideración el uso de fichas, tableros móviles, rompecabezas, entre otros, que dinamicen el proceso áulico, ayudando a la comprensión de los temas a estudiar en los primeros años de secundaria, a ellos se suman, los innovadores recursos Tics de los que López (2003) afirma “Las herramientas tecnológicas, ..., ofrecen al maestro de Matemáticas la oportunidad de crear ambientes de aprendizaje enriquecidos para que los estudiantes perciban las Matemáticas como una ciencia experimental y un proceso exploratorio significativo dentro de su formación”.

Dificultades en la Enseñanza – Aprendizaje de Estadística y Probabilidad

Las dificultades del proceso pedagógico de estadística y probabilidad proceden desde el currículo educativo, el mismo que plantea su enseñanza dentro de la asignatura de matemática en la última unidad de los textos escolares, acompañado de una carga horaria minoritaria para toda la asignatura, que llega a ser de apenas 3 horas semanales en el último año de bachillerato (Mineduc, 2016); a causa de ello, su estudio se lleva a cabo al final del año escolar, en donde las múltiples actividades educativas tanto de docentes como

estudiantes hacen que se dedique muy poco tiempo al desarrollo de los contenidos, ocupando solo el 10% de la totalidad horaria de la asignatura de matemática en el mejor de los casos y en otras circunstancias se olvida totalmente de impartir estos conocimientos; es frecuente que el docente con tal de cumplir con el currículo, imparta clases de forma superficial encajadas en el cálculos extensos a través de un sin número de fórmulas, que dejan a un lado el razonamiento y la relación de la asignatura con otras disciplinas que permitan darle mayor relevancia al aprendizaje para evitar desfases en conocimientos que perjudiquen su continuación en años posteriores (Ruiz, 2014).

Para Naya et.al (2012) unos de los principales problemas son el rendimiento académico que presentan los estudiantes en las evaluaciones de estadística y probabilidad, frente a los saberes impartidos por los docentes, esta disconformidad entre la enseñanza y el aprendizaje se puede adjudicar a la sesgada formación docente en temas de estadística aplicada, diseño de experimentos, análisis de datos de aplicaciones reales o la utilización de herramientas tecnológicas, además, de escasa capacitación o actualización docente en conocimientos pedagógicos como métodos activos de enseñanza, técnicas y estrategias que respondan a las necesidades de los estudiantes. La mayoría del profesorado no tiene una formación académica universitaria adecuada en estadística y probabilidad, en resultado de ello, se rigen a enseñar una estadística únicamente teórica basada en la repetición de conteni-

dos, los mismos que se enseñan de forma cíclica, año tras año escolar sin que existan cambios relevantes en ellos o diferentes niveles de dificultad, desencadenando en los educandos un aprendizaje superficial al finalizar la educación media, con escasa comprensión de principios básicos estadísticos que dificultarán su aplicación en la vida universitaria del estudiante Behar et.al (2013).

Pero las dificultades en el proceso enseñanza – aprendizaje de la estadística y probabilidad no solo se presentan a raíz temporal o por falta de formación docente, existen otros aspectos a destacar y que provienen de edades tempranas del estudiante como parte de su desarrollo cognitivo, en los que se destaca problemas en la abstracción, comprensión y generalización de los procesos matemáticos, de manera que, la falta de conocimientos no conduce en su totalidad a la formación de un obstáculo en el aprendizaje, pero, este se puede llegar a formar si se utiliza de manera incorrecta dichos conocimientos bajo circunstancias no apropiadas o no adaptativas para la edad, características o entorno de los alumnos, por ende Carrillo (2009) plantea estos factores:

-Dificultad al seguir instrucciones en la resolución de problemas o ejecución de actividades, que pueden estar relacionadas con la complejidad de entender el lenguaje matemático lo que puede afectar a la modelización matemática.

-Escases de recursos didácticos que pueden ser manipulables o vir-

tuales que no permiten la correcta comprensión de un tema estadístico.

-Falta de motivación en los estudiantes; en ocasiones esta es la principal dificultad, porque si no existe predisposición hacia el aprendizaje, este se verá afectado, tornándose tedioso.

-Falta de dominio de conocimientos previos; si el estudiante no cuenta con bases en su aprendizaje se le dificultará aprender nuevos conceptos relacionados a la estadística y probabilidad.

Investigaciones Previas

La estadística y probabilidad ha sido incorporada al currículo de matemática a nivel de educación secundaria en las últimas dos décadas en países latinoamericanos, por una demanda urgente de fomentar el razonamiento crítico que ayude a alcanzar los conocimientos estocásticos básicos necesarios en la mayoría de carreras universitarias Naya et.al (2012); pero, los contenidos curriculares no son de mayor relevancia actualmente ante los ojos de pedagogos, ya que se estudian de una u otra manera en los diferentes años escolares, la verdadera preocupación radica en los resultados desalentadores que tienen los estudiantes en las evaluaciones de conocimientos, generando que cada vez sea más frecuente querer hallar una respuesta a como se están llevando los procesos didácticos y por qué existe una gran diferencia entre lo que se enseña y lo que realmente se aprende en las aulas (Ponteville, 2014).

Stohl (2005) expone que los docentes

dan mayor importancia a la enseñanza de estadística y probabilidad a través de algoritmos repetitivos, basados únicamente en los textos impuestos por el sistema escolar, creando un proceso de aprendizaje mecánico que no desarrolla el razonamiento. Posteriormente, Rocha (2007) menciona que en Colombia la problemática en la enseñanza y aprendizaje de la estadística se debe al escaso desarrollo de herramientas metodológicas y la baja formación docente en estos temas que dificulta seguir los lineamientos del currículo, generando en los estudiantes deficientes capacidades y poca adquisición de destrezas relacionadas a la comprensión y cálculo de operaciones, términos o relaciones estadísticas, de esta manera, formando estudiantes de bajo nivel educativo que aprueban la educación secundaria sin las bases de conocimientos planificadas; más adelante Tamayo (2009) en un estudio del mismo país, expresa que existe carencia de enseñanza de estadística y probabilidad en las aulas debido a que los docentes no se sienten cómodos enseñando la materia por su escasa preparación académica, a lo cual, se plantea una enseñanza desde una perspectiva socio-cultural, donde se relacione los conceptos estadísticos con situaciones de la vida real.

Posteriormente, la enseñanza - aprendizaje de estadística y probabilidad ya no hace referencia únicamente a los procesos didácticos, sino también, a la perspectiva actitudinal de los maestros hacia esta asignatura, por tanto, Contreras et.al (2015) afirman que la calidad educativa estadística se refleja en la postura que adquiere el docente en el aula; en los estudios realiza-

dos, la mayoría de maestros presentan actitudes positivas hacia la enseñanza y que estas se enmarcan a nivel cognitivo o de las habilidades intelectuales matemáticas, de tal forma, que Abílio y Frank (2018) adjudican que la clave de una correcta enseñanza de las asignaturas es la formación humanística del profesorado, los resultados positivos de los estudios, ratifican esta postura, ya que se evidenció que al aplicar una didáctica organizativa basada en estrategias de diagnóstico, de planificación, de ejecución y evaluación, acompañadas de un proceso de comunicación entre estudiantes y docentes, desencadena en que el aprendizaje mejore favorablemente en diversos niveles educativos incluido la secundaria y el bachillerato.

A pesar de no existir estudios relevantes acerca de la situación en la que se encuentra la enseñanza y el aprendizaje de la asignatura en Ecuador, con los resultados "Ser Bachiller", se evidencia que existen problemas didácticos que aquejan la estadística y probabilidad en el aula de clases. Para Azcárate (2015) uno de los factores que ha marcado el déficit de conocimientos estadísticos en los estudiantes es la actitud del docente hacia la enseñanza. Según Chaves (2007) el problema didáctico se basa en que los docentes no cuentan con la formación adecuada sobre la materia y tampoco han sido capacitados en ello. Posiblemente estas sean las razones que la asignatura sea rezagada sin tomar la relevancia correspondiente ya que en la mayoría de ocasiones los docentes solo conocen como realizar cálculos mecánicos sin llevarlos a la conceptualización para dar

paso a la reflexión crítica que de sentido a lo que se aprende.

Por ello, la presente investigación tiene como objetivo identificar las dificultades que enfrenta el proceso enseñanza – aprendizaje de la estadística y probabilidad para valorar el estado de la educación secundaria de la ciudad de Ibarra en la provincia de Imbabura.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para alcanzar el objetivo de identificar las dificultades que atraviesa el proceso de enseñanza – aprendizaje de estadística y probabilidad, se realizó una investigación cuantitativa de carácter descriptivo ya que este tipo de investigación “tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (Guevara et.al; 2020, pág. 163). Con lo cual se trató de representar la problemática del objeto de estudio fundamentándose en las características de la realidad del contexto educativo como es el aula de clase.

Se aplicó la técnica de la encuesta a una muestra no probabilística e intencionada de 362 estudiantes entre 16 a 17 años que cursaban el tercero de bachillerato general unificado en el periodo académico 2019 -2020 quienes recibieron la asignatura de estadística y probabilidad durante su educación secundaria como parte del

tronco común de estudios establecido en el currículo ecuatoriano; para ello, se seleccionó a cuatro instituciones educativas al azar, tres del sector fiscal como son la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre, Colegio UTN, Unidad Educativa 28 de Septiembre y una del sector privada como es la Unidad Educativa La Salle, de esta manera, se obtendrían datos relevantes en 4 grupos de estudio con contextos diferentes, además, se contó con la aprobación de las autoridades correspondientes en cada uno de los establecimientos.

El estudio se realizó a través de un cuestionario de 20 preguntas elaborado por los autores de esta investigación y validado a través de a prueba piloto a 100 estudiantes presentado un índice de confiabilidad alfa de Cronbach de 0,870; estuvo dividido en dos partes, una para valorar los procesos didácticos que utilizan los docentes durante una clase y otra que permitió valorar las dificultades cognitivas en el aprendizaje de la estadística y probabilidad, como se muestra en la tabla 1. El instrumento utiliza un lenguaje semi formal que facilitó la comprensión del texto en los adolescentes, además, está elaborado en una escala Likert que para Maldonado y Peña (2012) “consiste en una serie de ítems o juicios a modo de afirmaciones ante los cuales se solicita la reacción del sujeto” (pág. 4); la cual presenta cinco puntuaciones correspondientes a 5: Siempre; 4: casi siempre; 3: a veces; 2: de vez en cuando y 1: nunca; sin embargo, para la valoración de la didáctica aplicada por el docente se invirtió la puntuación (5: Nunca; 4: de vez en cuando; 3: a veces; 2: casi

siempre y 1: siempre) para que todas las preguntas tengan la misma dirección y su tabulación sea correcta.

Una vez revisados los instrumentos, se procesó los resultados a través del programa SPSS v25 utilizando los estadísticos

Tabla 1

Componentes evaluados en los estudiantes de 3° Bachillerato General Unificado

DIMENSIONES	COMPONENTES
Dificultades en el aprendizaje de estadística y probabilidad	Actitud hacia el aprendizaje de estadística y probabilidad.
	Comprensión de conceptos matemáticos.
	Interpretación de información relacionada a estadística y probabilidad.
Didáctica aplicada por el docente.	Ejecución de cálculos matemáticos.
	Metodología de enseñanza de estadística y probabilidad.
	Recursos utilizados para la enseñanza de estadística y probabilidad.

Nota. Elaboración propia. Los componentes hacen referencia a las posibles dificultades que se presentan en el proceso enseñanza aprendizaje de la estadística y probabilidad.

descriptivos, para ordenar datos y elaboración de tablas; posteriormente se utilizó la prueba no paramétrica de chi cuadrado para relacionar las variables.

RESULTADOS

Siguiendo la estructura de la investigación se presentan los resultados obtenidos para el instrumento utilizado.

A continuación, en la tabla 2 se presenta el resultado de la regularidad con la que los estudiantes recibieron clases de estadística y probabilidad con respecto al año escolar que cursaban; se puede apreciar que tan solo el 21,7% de jóvenes expresan que han recibido la asignatura con frecuencia a lo largo de su vida estudiantil. En este sentido Alfaro et.al (2004) hace

referencia que los docentes consideran que los contenidos estadísticos deberían eliminarse del currículo de Matemática de secundaria, las razones expuestas por estos educadores se fundamentan en que es una disciplina de poca trascendencia para la formación de los jóvenes, además indicaron que no consideraban tener la formación adecuada para enseñar esta materia. A esto se puede sumar la reducida carga horaria destinada a la formación estadística, que ha desencadenado una educación superficial y en muchas ocasiones inexistente en las aulas de clase

En la tabla 3 se muestra el resultado general de la relación entre las variables la didáctica aplicada por el docente y las dificultades en el aprendizaje, en donde el estadístico de contraste Chi – cuadrado

Tabla 2

Relación entre la enseñanza de estadística y probabilidad y el nivel educativo

		ENSEÑANZA DE ESTADÍSTICA Y PROBABILIDAD		Total	
			SI	NO	
NIVEL EDUCATIVO	BÁSICA	Recuento	10	97	107
	SUPERIOR	%	9,3%	90,7%	100,0%
	BACHILLERATO	Recuento	7	26	33
		%	21,2%	78,8%	100,0%
	TODA LA SECUNDARIA	Recuento	18	3	21
		%	85,7%	14,3%	100,0%
Total		Recuento	35	126	161
		%	21,7%	78,3%	100,0%

Nota. Elaboración propia. Fuente: encuesta junio 2020

arroja un valor de 41,705 y su significancia bilateral menor a 0,05; lo cual permite identificar que existe dependencia entre las variables. Para Oviedo et.al (2021) los docentes siguen la manera de enseñanza de acuerdo al libro de texto y, en consecuencia, se tiene una inadecuada comprensión de los alumnos, quienes aprenden de manera mecánica, enfatizando en el cálculo y no en la aplicación de las interpretaciones. Por cuanto, la didáctica em-

pleada por el docente para impartir una clase si interfiere como parte de las dificultades que presentan los estudiantes para alcanzar un aprendizaje significativo en la estadística y probabilidad.

De la misma forma, se realizó una comparación entre la variable didáctica aplicada por el docente y el componente actitud hacia el aprendizaje, que refleja en la tabla 4 una significancia bilateral mayor a 0,05 demostrando que no existe depen-

Tabla 3

Relación entre dificultades de aprendizaje y la didáctica aplicada por el docente

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	41,705 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	42,080	6	,000
Asociación lineal por lineal	30,238	1	,000
N de casos válidos	161		

Nota. Elaboración propia. Fuente: encuesta junio 2020

dencia entre las variables. Los estudiantes mostraron una buena percepción y actitud sobre la Estadística, la cual se fundamenta en los aportes que ofrece la disciplina a otras áreas o a su futura formación universitaria; sin embargo, curiosamente esta percepción es independiente de la metodología que aplique el docente en el aula (Chaves, 2007). Los estudiantes son conscientes que es necesaria una formación estadística en la educación secundaria, ya que es un parámetro evaluado para el

ingreso a las diferentes universidades del país, por cuanto, reflejan predisposición a aprenderla, pese a que los métodos y recursos empleados por los docentes no sean siempre los más adecuados para la enseñanza de la asignatura.

En cuanto, a la comprensión de conceptos relacionados a la estadística y probabilidad, la tabla 5 muestra que el 86,3% de estudiantes presentan dificultades muy recurrentes, esto permite identificar que el significado, comprensión y razonamiento

Tabla 4

Relación entre la didáctica aplicada por el docente y la actitud hacia el aprendizaje de la estadística y probabilidad

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,291a	9	,197
Razón de verosimilitud	13,721	9	,133
Asociación lineal por lineal	9,212	1	,002
N de casos válidos	161		

Nota. Elaboración propia. Fuente: encuesta junio 2020

de objetos estadísticos y de probabilidad se encuentran afectados quizás por los procesos didácticos impartidos por los docentes, donde puede manifestarse errores en las expresiones del lenguaje, gráficos, cálculos, relación e interpretación de datos produciendo errores en el aprendizaje (Batanero y Godino, 2005).

Con respecto a la metodología utilizada por el docente para impartir clases de estadística y probabilidad, la tabla 6 refleja que el 59% de los encuestados expresan que en pocas ocasiones el docente aplica

métodos de enseñanza activos que incentiven el razonamiento y el pensamiento crítico, a pesar que se conoce que su aplicación favorece las prácticas pedagógicas de los académicos y apuntan hacia el logro de aprendizaje más significativo, el desarrollo de capacidades para el trabajo en equipo y de las capacidades de comunicación tanto oral como escrita (Espinoza y Sánchez, 2014). Sin embargo, esto no siempre es puesto en práctica ya que para Alsina y Vásquez (2017) muchos docentes presentan un desconocimiento consider-

Tabla 5
Dificultad en la comprensión de conceptos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	64	39,8	39,8	39,8
	Casi siempre	75	46,6	46,6	86,3
	A veces	22	13,7	13,7	100,0
	Total	161	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: encuesta junio 2020

able de los conceptos estadísticos elementales y también de estrategias de probabilidad poniendo en manifiesto un escaso conocimiento para la planificación de las clases haciendo que estas sean mecánicas y tradicionales.

DISCUSIÓN

La enseñanza de estadística y probabilidad en las instituciones educativas donde se realizó el estudio presenta difi-

cultades que desde el punto de vista de los estudiantes se relacionan a la práctica docente y a la escasa presencia de la asignatura como parte de los contenidos impartidos en las aulas de clase. Es preocupante observar que existe una gran mayoría de estudiantes que manifiestan que no recibieron educación estadística con regularidad durante su formación académica secundaria, especialmente en los primeros años de la básica superior que marca las bases de los conocimientos, lo cual coin-

Tabla 6
Apreciación de los métodos de enseñanza aplicados por el docente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	38	23,6	23,6	23,6
	De vez en cuando	57	35,4	35,4	59,0
	A veces	60	37,3	37,3	96,3
	Casi siempre	6	3,7	3,7	100,0
	Total	161	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Fuente: encuesta junio 2020

cide con Chaves (2008) que al consultar a 100 maestros costarricenses obtiene consideraciones que muestran que los contenidos estadísticos no tienen mayor relevancia en la educación secundaria y por ello prefieren aislar su enseñanza, estableciendo una escasa cultura estadística educativa.

Ahora bien, Moreno (2015) en su investigación acerca de estrategias didácticas para la estadística y probabilidad, al aplicar una entrevista a docentes y estudiantes de Lima – Perú, obtiene resultados desalentadores en los procesos didácticos aplicados por los docentes, lo cual genera aprendizajes mecánicos y superficiales en los estudiantes, estos coinciden con la situación educativa que refleja la presente investigación, en donde la perspectiva que tienen los estudiantes de los métodos aplicados por sus docentes es bastante desfavorable, considerando que no existe motivación hacia la reflexión de los contenidos; sin embargo, un punto a favor se obtiene de la motivación por el aprendizaje que presentan los jóvenes y lo cual difiere de Magnu y Lori (2016) quienes en su investigación de la enseñanza estadística a nivel medio presenta resultados no oportunos en cuanto a la motivación de los estudiantes, quienes encuentran a la asignatura difícil de aprender y poco interesante, por cuanto, se debe continuar en la línea investigativa de los procesos educativos estadísticos para optimizarla y aprovechar los resultados positivos con mira a mejoras a futuro.

La presente investigación merece atención por el aporte que brinda en la

educación estadística desde la perspectiva de los estudiantes, ya que en muchas ocasiones se considera que son los alumnos los únicos responsables de un bajo rendimiento académico o del desconocimiento de la asignatura, sin embargo, no se toma en cuenta que estas dificultades son producto de una insuficiente enseñanza de la estadística, que en varias ocasiones se acompaña de la aplicación deficiente de técnicas didácticas, por lo que es necesario, trabajar en un cambio de paradigma en donde tome mayor relevancia la educación estadística, así como afirma Piratoba y Alarcón (2011) en su investigación sobre la importancia de la estadística, donde se describe que es una herramienta de vital importancia, sus métodos y procedimientos son de uso casi obligatorio en la gran mayoría de las ramas del saber, y por cuanto debe ser considerada fundamental en el currículo escolar para la futura formación del estudiante.

CONCLUSIONES

Las dificultades que enfrenta el proceso enseñanza aprendizaje de estadística y probabilidad en la ciudad de Ibarra, empiezan con poca recurrencia en su enseñanza a nivel medio y se fundamentan especialmente en los procesos didácticos que establece el docente dentro del aula, los cuales todavía están enmarcados en el tradicionalismo, Burbano et.al (2017) menciona que los problemas se asocian con factores de corte pedagógico relacionados con las concepciones de los profesores acerca de la probabilidad y estadística

o con las didácticas en que basan sus prácticas pedagógicas. Por ello aún se aplican métodos asociados únicamente a clases teóricas con resolución de ejercicios de forma mecánica y algorítmica, con escasa participación estudiantil y poca reflexión de los contenidos enseñados a su utilidad en la vida cotidiana; a ello se suma el déficit de elaboración y utilización de recursos didácticos que impiden que el estudiante desarrolle su capacidad de razonamiento dificultando la construcción de su propio aprendizaje, por lo cual Moore sugiere cambiar la metodología, introduciendo la tecnología, el trabajo con proyectos y la resolución de problemas asociados con la realidad del estudiante Comas et.al (2017).

El interés que presentan los estudiantes hacia el aprendizaje de estadística y probabilidad es positivo, pues acogen buena predisposición hacia ello, seguramente se debe a que es un tema evaluado de forma obligatoria al terminar sus estudios secundarios y aunque muchos de ellos no comprenden en su totalidad los beneficios que ello les presta a su vida académica, la mayoría se encuentra motivado a estudiar la asignatura con el único propósito de obtener una buena puntuación en el examen final lo cual ayuda en el proceso didáctico, por ello, Salinas y Mayén (2016) en su estudio de actitudes hacia el aprendizaje de estadística manifiestan que los alumnos evalúan positivamente su competencia para aprender, pero al mismo tiempo consideran que la estadística es una materia difícil. Las dificultades que se hace mención van más allá de la actitud que presente el estudiante, sino también, cor-

responde a los procesos cognitivos que se adquirieron a lo largo de la vida estudiantil y que a menudo no se corrigen, al contrario, se arrastran año tras años generando una problemática en los últimos años de educación, es así, que Anturi y Valderrama (2015) expresan que muchos estudiantes relacionan los conceptos de probabilidad y estadística, pero no saben de lo que se está tratando, ya que no los reconocen como tales, pero, sí tienen una idea de lo que es, y algunos no pueden manejarlo o utilizarlo ya que la dificultad consiste en la confusión de los conceptos lo cual conlleva a otros errores como es la ejecución de procesos matemáticos y la interpretación de información.

Finalmente, se pudo conocer algunos aspectos relacionados a la dificultad de enseñar y aprender estadística y probabilidad en cuatro establecimientos educativos de la ciudad, existiendo deficiencias en los procesos didácticos lo cual genera dificultades de enseñanza y con ello problemas en la generación de aprendizajes; por tanto, estos resultados abren la posibilidad de elaborar un rediseño a la investigación, en una muestra mayor de estudiantes y que pueda incluir a docentes para ampliar el análisis y realizar una comparación entre provincias que permitan identificar el problema a nivel nacional; con el objetivo de buscar estrategias que brinden solución al problema, creando nuevos ambientes de aprendizaje e innovando la manera de tratar la estadística y probabilidad en el aula de clases de la educación secundaria.

REFERENCIAS

- Abílio, E., & Frank, E. (2018). Concepción didáctica para la Estadística aplicada en la formación de profesores de perfil humanístico . Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo, 1-15.
- Alfaro, A. L., Alpízar, M., Arroyo, J., & Gamboa, R. &. (2004). Enseñanza de las matemáticas en Costa Rica: elementos para un diagnóstico. Costa Rica: Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciatura en Enseñanza de la Matemática, Escuela de Matemática, Universidad Nacional, Heredia.
- Alsina, Á., & Vásquez, C. (2017). Hacia una enseñanza eficaz de la estadística y la probabilidad en las primeras edades. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 199-212.
- Alvarez, N. (30 de Mayo de 2016). Repositorio Digital UTN. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/>
- Anturi, F., & Valderrama, Z. (2015). ¿Qué dificultades presentan los estudiantes del grado décimo de las instituciones educativas San Francisco de Asís y Técnico Industrial, frente al concepto de probabilidad? Encuentro Internacional de Matemáticas, Estadística y Educación Matemática, 151-156.
- Artega, B., & Macías, J. (2016). Didáctica de las matemáticas en educación infantil. España: Universidad Internacional de la Rioja.
- Azcárate, P. (8 de Julio de 2015). SCRIBD. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/270899834/por-que-no-nos-gusta-ensenar-estadistica-y-probabilidad>
- Batanero, C., & Godino, J. (2005). Perspectivas de la educación estadística como área de investigación. Líneas de investigación en Didáctica de las Matemáticas, 203-226.
- Behar, R., Pere, G., Ojeda, M. M., & Cruz, C. (2013). Educación estadística en cursos introductorios a nivel universitario. Algunas reflexiones. En A. Salcedo, *Educación Estadística en América Latina: Tendencias y perspectivas* (págs. 343-360). Venezuela: Programa de Cooperación interfacultades Vicerrectorado Académico Universidad Central de Venezuela.
- Burbano, V., Valdiviezo, M., & Aldana, E. (2017). Conocimiento base para la enseñanza: un marco aplicable en la didáctica de la. *Investigación, Desarrollo e Innovación*, 269-285.
- Carrillo, B. (2009). Dificultades en el aprendizaje matemático. *Innovación y Experiencias Educativas*, 4-5.
- Chaves, E. (2007). Inconsistencia entre los programas de estudio y la realidad de aula en la enseñanza de la estadística en secundaria. *Actualidades Investigativas en educación*, 1-35.
- Chaves, E. (2008). Análisis de la propuesta Ministerial para la enseñanza de la Estadística en la secundaria. *Posgrado y Sociedad*, 50-84.
- Comas, C., Martins, J., Nascimento, M., & Estrada, A. (2017). Estudio de las Actitudes hacia la Estadística en. *Bolema: Boletim de Educação Matemática*, 479-496.
- Contreras, J., Batanero, C., Godino, J., Cañadas, G., Arteaga, P., Molina, E., & Gea, M. (2015). Didáctica de la Estadística, Probabilidad y Combinatoria 2. Segundas Jornadas Virtuales de didáctica de la estadística, probabilidad y combinatoria (págs. 1-109). Granada: SEIEM.
- Díaz, F., & Hernández, G. (2002). Estrategias docente para un aprendizaje significativo. México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Espinoza, C., & Sánchez, I. (2014). Aprendizaje basado en problemas para enseñar y aprender estadística y probabilidad. *Paradigma*, 103-128.
- Godino, J. (2004). Didáctica de las matemáticas para maestros. Granada: GAMI S.L.
- Goñi, J., Corbalán, F., & Giménez, J.

- (2011). *Didáctica de las matemáticas*. España: Editorial Grao.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173.
 - Ineval. (15 de Junio de 2017). Instituto Nacional de Evaluación. Obtenido de www.evaluacion.gob.ec
 - Ineval. (23 de Noviembre de 2019). Ineval. Obtenido de www.evaluacion.gob.ec
 - López, J. C. (6 de septiembre de 2003). *EduTEKA*. Obtenido de <https://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Editorial18>
 - Magnu, s. C., & Lori, V. (2016). Uma avaliação da literacia estatística e . *Educação Matemática Pesquisa*, 923-949.
 - Maldonado, S., & Peña, J. (2012). *Manual Práctico Para El Diseño De La Escala Likert*. Xihmai, 4-7.
 - Mineduc. (2016). *Currículo de Matemática*. Quito: LNS.
 - Moreno, C. (Diciembre de 2015). Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/2083>
 - Naya, S., Matilde, R., & Zapata, L. (2012). *Matemáticas en las aulas de secundaria*. *La Gaceta*, 355-368.
 - Oviedo, T., Alencar, E., & Bueno, S. (2021). Difficulties of teaching and learning of Statistics: a comparison of data from Peru and Brazil between the years of 2009 and 2017. *Research, Society and Development*, 1-15.
 - Parra, M. D. (2003). *Manual de estrategias de enseñanza/aprendizaje*. Medellín: Pregón Ltda.
 - Piratoba, R., & Alarcón, R. (2011). Importancia de la estadística en una investigación Cualitativa. *Matemática educativa*, 251-260.
 - Ponteville, C. (2014). ¿Para qué enseñamos estadística? En C. I. *Matemática, Acta latinamericana de Matemática educativa* (págs. 517-526). Mexico: Colegio Mexicano de Matemática Educativa A.C.
 - Rocha, P. (2007). *Eduacación Etocástica. Didáctica de la probabilidad y estadística*. *Cuadernos de Investigación*, 9-37.
 - Ruiz, N. (2014). La enseñanza de la Estadística en la Educación Primaria en América Latina. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación REICE*, 103-121.
 - Salinas, J., & Mayén, S. (2016). Estudio exploratorio de las actitudes hacia la estadística en estudiantes mexicanos de bachillerato. *Avances de investigación en educación matemática*, 73-90.
 - Stohl, H. (2005). Probability in Teacher Education and Development. En J. Graham A, *Exploring Probability in School* (págs. 355-366). Boston: SpringerScience + Business Media.
 - Tamayo, C. (2009). Aprendizaje de la estadística descriptiva en contextos de vulnerabilidad: una relación entre lo socio-cultural y la matemática escolar. 10 encuentro de matemática educativa (págs. 1-3). Pasto: ASO-COLME.
 - Vargas, G. (2017). Recursos educativos didácticos en el proceso enseñanza aprendizaje. *Cuadernos*, 68-74.



Oxigenación hiperbárica como proceso complementario en la regeneración de la piel en quemadura térmica utilizando hiperoxia con vasoconstricción

Jorge-Elías Rivadeneira
jerivadeneira@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Elmer Meneses-Salazar
eomeneses@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Vicente Yandún-Yalamá
svyandun@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Andrea Poleth López Castillo
aplopezc@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Pablo Buitrón-Jácome
pablo.buitron@centrocicei.edu.ec
Centro de Capacitación Internacional y Consultoría Educativa

Recepción Sep. 01, 2022

Aceptación Nov. 30, 2022

RESUMEN

Con la Oxigenoterapia Hiperbárica (OHB) se mantiene elevado el oxígeno en los tejidos y en el músculo por más de cuatro horas, aumentando la tensión de oxígeno en los fluidos corporales; mejorando la microcirculación, la actividad fagocítica de los glóbulos blancos; disminuyendo la agregación plaquetaria, la sobrecarga cardíaca; es bacteriostático bactericida y antifúngico, entre otras acciones. El Paciente ha ingresado a Tratamiento de Oxigenación Hiperbárica para tratar quemadura térmica en el 70% del pecho causada por agua hirviendo con quemaduras de 1° y 2° grado en una persona. El objetivo de la investigación fue cicatrizar la herida por quemadura térmica usando hiperoxia con vasoconstricción. El tipo de investigación fue experimental con diseño Preexperimental. El enfoque de investigación que se usó fue mixto, ya que se realizaron 6 sesiones en cámara hiperbárica combinando productos tópicos y apósitos en un paciente; las técnicas utilizadas son: la observación y entrevista; instrumentos: cámara hiperbárica, oxímetro e historia clínica. Se logró hiperoxia con vasoconstricción y efecto Robin Hood en el periodo de seis semanas acelerando la velocidad de cicatrización del tejido dérmico. El TOHB acelera la cicatrización y proliferación de células regeneradoras de tejidos epidérmicos con quemadura térmica.

Palabras clave: Oxigenación hiperbárica, cicatrización, revitalización, isquemia, hipoxia, quemadura térmica.

Hyperbaric Oxygenation as a Complementary Process in the Regeneration Of Skin In Thermal Burn Using Hyperoxia with Vasoconstriction

ABSTRACT

Hyperbaric Oxygen Therapy (HBO) maintains elevated oxygen in tissues and muscle for more than four hours, increasing oxygen tension in body fluids; improving microcirculation, phagocytic activity of white blood cells; decreasing platelet aggregation, cardiac overload; it is bacteriostatic, bactericidal and antifungal, among other actions. The Patient has been admitted to Hyperbaric Oxygenation Treatment to treat thermal burn in 70% of the chest caused by boiling water with 1st and 2nd degree burns in a person. The aim of the research was to heal the thermal burn wound using hyperoxia with vasoconstriction. The type of research was experimental with Preexperimental design. The research approach used was mixed, since 6 sessions were performed in hyperbaric chamber combining topical products and dressings in a patient; the techniques used are: observation and interview; instruments: hyperbaric chamber, oximeter and clinical history. Hyperoxia with vasoconstriction and Robin Hood effect was achieved in the period of six weeks accelerating the speed of healing of the dermal tissue. HBOT accelerates healing and proliferation of regenerating cells of epidermal tissues with thermal burns.

Keywords: Hyperbaric oxygenation, healing, revitalization, ischemia, hypoxia, thermal burn.

INTRODUCCIÓN

La oxigenoterapia hiperbárica es un tratamiento no invasivo en el cual se respira oxígeno puro al 98% dentro de un habitáculo hermético que puede subir a 3 Atmosferas Totales (ATA) (Chen et al., 2018; Crumbaugh & Maholick, 2011; Garone et al., n.d.; Smolle et al., 2021). Los cambios de presión dentro de la cámara permiten transportar el oxígeno disuelto en plasma sanguíneo por todo el organismo, acortando el tiempo de recuperación en el paciente que ha sufrido lesiones por quemaduras térmicas (Roth & Weiss, 2012; Smolle et al., 2021) donde se produce una deficiencia de oxígeno en las células y tejidos (Berner et al., 2014).

El proceso de cicatrización de una herida térmica toma tiempo ya que depende de la profundidad, esto puede tomar 3 semanas (Stone et al., 2018) sin considerar variables externas que pueden empeorar la herida. La cicatrización de la quemadura tiene tres fases: inflamación, reepitelización y resolución (Stevens & Page-McCaw, 2012). Al aumentar la presión parcial de oxígeno en los tejidos, facilita su transporte por todo el organismo (Wasiak et al., 2006), estimula la síntesis de colágeno (Alyafi et al., 2021), la producción de fibroblastos (Doria et al., 2018) y la neoformación vascular (Duque Ramírez & Diab

Forero, 2020), consiguiendo una rápida cicatrización, en la lesión que existe hipoxia e isquemia debido a la tensión del oxígeno (Marín et al., 2020). Las plaquetas son las primeras en llegar a la parte afectada, y posteriormente aparecen los macrófagos y los fibroblastos (Oley et al., 2021). Todos estos componentes celulares son los encargados de organizar y producir las citoquinas; que son unas proteínas mediadoras esenciales en los procesos de curación; generando un aumento de la síntesis del colágeno y la angiogénesis, dando paso a la manifestación del tejido granular, el cual logra finalmente que la lesión cicatrice. Mejora el metabolismo a nivel celular, ayuda a minimizar el edema, acorta los tiempos de cicatrización y revitalización de la dermis, se evidencia menor índice de infección, reduce la incidencia de sepsis, aumenta la vascularización y estimula la inmunidad (Cannellotto et al., 2018).

La Oxigenoterapia Hiperbárica (OHB), demostrando que utilizando ambientes especiales es posible mantener un medio interno equilibrado, permitiendo que la Universidad Técnica del Norte (UTN) presente un plan piloto para todo en norte del País, en el que con OHB se reduzcan los efectos de la hipoxia como: las amputaciones por pie diabético, aumento de la velocidad de cicatrización del hueso, mejora el rendimiento deportivo, esclerosis múltiple, artritis reumatoide, gangrena gaseosa, osteomielitis, cicatrización, intoxicaciones por CO₂, síndrome compartimental, infarto de miocardio, etc., disminuyendo los costos de uso hospitalario y médico por la expedita recuperación del paciente.

Con la OHB se aplican las leyes de Boyle Mariotte, Dalton, Henry, etc., produciendo difusión de O₂ hiperbárico en aumento de Presiones Atmosféricas Totales (ATA) (Lindenmann et al., 2021), disminuyendo el tiempo de cicatrización, aumentando el ATP y el O₂ tisular por difusión simple actuando sobre la glándula pineal en la regeneración muscular (Tiidus, 2015) debido a la producción de mel-

atonina, por lo tanto, en la regeneración de los tejidos en sufrimiento provoca estimulación de las enzimas: Superoxidodismutasa, Glutación y Catalasa (Sun et al., 1988) bajo presiones atmosféricas (Sureda et al., 2009).

La OHB es una de las defensas más importantes frente al estrés oxidativo y radicales libres (Yildirim et al., 2000), en la epidermis es clave en la producción de fibroblastos (células que construyen la piel), es antiinflamatoria (Wu et al., 2021), neutraliza los radicales libres, que provocan las arrugas y el envejecimiento, ayuda a usar el Zinc, Cobre y Magnesio, la Mn-SOD (Manganeso Superoxidismutasa), protege a la mitocondria del daño de los radicales libres, estimula el centro de la memoria, es bacteriostático y también es bactericida (Alyafi et al., 2021; Oley et al., 2022).

La aplicación de factores de crecimiento de cuarta generación limita los desgarros, contracturas y lesiones, como medidas preventivas y apoyando en el tratamiento curativo (Hopf et al., 2001) constituyéndose en una medicina moderna con protocolos innovadores.

Con OHB se activa la circulación sanguínea, mejora la microcirculación y el transporte de oxígeno a los tejidos (NISA et al., 2022), aumentando el suministro de energía en el área de trabajo incluso en condiciones de hipotermia (Alin et al., 2009).

El O₂ disminuye los ácidos grasos insaturados de los glóbulos rojos, aumentando su elasticidad y capacidad de la HB (hemoglobina) (Van Meter, 2012) para ceder más O₂ a los tejidos periféricos aumentando la oxigenación celular (hiperoxia).

El uso de OHB en quemaduras se basó en un hallazgo fortuito. En 1965, Japón, de acuerdo a Wada e Ikeda, citado por Smolle et al., (2021) ocurrió una explosión dentro de un campo minero, esto ocasionó que un grupo de mineros de carbón sufran quemaduras graves de segundo grado por CO (Monóxido de Carbono). El tratamiento fue completamente satisfactorio en los mineros en comparación de otras perso-

nas que fueron sanando sin OHB. Con este antecedente se han realizado una serie de investigaciones basados en ensayos experimentales y clínicos, así como revisiones sistemáticas (Cianci et al., 1989; Evans & Baldwin, 1997; Kindwall et al., 1991; Villanueva et al., 2004; Wasiak et al., 2006b; Weitgasser et al., 2019). Al llevar a cabo una revisión sobre la aplicación de OHB en quemaduras, se encontró otras investigaciones que tienen factores en común con este estudio como las características de lesiones, extensión, profundidad, así como duración de sesión, número total de sesiones y presiones usadas en el tratamiento (Mathieu et al., 2017; Rogatsky et al., 2013).

Los beneficios de respirar gases en ambientes especiales son amplios, puesto que aumenta la capacidad transportadora de oxígeno de la sangre al músculo en los tejidos afectados (Tiidus, 2015), mejora el sistema inmunitario (Cannellotto et al., 2018), activa aún más la circulación sanguínea mejorando la microcirculación (NISA et al., 2022), disminuye los niveles de colesterol y ácido úrico, aumenta el suministro de energía en áreas inflamadas, tiene efecto antiinflamatorio, lo que hace que disminuya el dolor (Yildirim et al., 2000), potencia el desarrollo de la vitamina D, es bacteriostático y bactericida (Alyafi et al., 2021), disminuye los ácidos grasos insaturados del GR aumentando su elasticidad (Van Meter, 2012). Usando OHB se obtienen resultados positivos manteniendo su homeostasia.

Por último, “se puede destacar que la ayuda que provee la OHB, específicamente en quemaduras térmicas, es producir hiperoxia con vasoconstricción, disminuyendo el edema y evitándose la extravasación de líquido desde los capilares”, así lo manifiesta, (Doria, E. et al. 2019).

Sin embargo, es importante mencionar que la OHB no puede considerarse una opción terapéutica ausente de complicaciones, pero si se ponen en práctica las medidas de seguridad, estas se reducen. Según (Luna, 2010) los efectos adversos

por OHB son raros de encontrar pero han sido reportados, entre ellos podemos encontrar: dolor de oídos (2-4%), senos paranasales (menos del 2%) y pulmones o incidencia de neumotórax (menos de 1 en un millón de tratamientos). Algunos pacientes reportan incremento de la miopía en un (10%), pero reversible al suspender el tratamiento, también se encuentre el antecedente de convulsiones por irritación cortical secundaria a la hiperoxia en un (0,03%). Para finalizar, la claustrofobia, más que una complicación, puede llegar a ser una contraindicación relativa mientras se recibe el tratamiento.

MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de investigación

La presente investigación usó un enfoque mixto porque se realizó un análisis de caso describiendo un estado inicial, desarrollo y final de las transformaciones dermo-epidérmicas. El tipo de investigación que se aplicó fue Experimental y su ejecución se realizó dentro de la Unidad Hiperbárica de Investigación Científica “Miguel Naranjo Toro” de la Universidad Técnica del Norte debido a que existió manipulación de una variable, se implementó un diseño preexperimental (Hernández Sampieri et al., 2014) porque se llevó a cabo el tratamiento con OHB sobre la variable quemadura de segundo grado y el control de la cicatrización realizado sobre la quemadura observable. Así mismo se usó el tipo de investigación descriptivo por lo que sigue la lógica de aplicar el tratamiento al principio y al final se describen los resultados obtenidos de cada sesión, que en este caso es el efecto de la OHB sobre la quemadura térmica.

MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

El protocolo, técnica o método a utilizar de OHB variará de acuerdo a la extensión, profundidad de la lesión y el compromiso sistémico del paciente, no obstante, a

continuación, se dará a conocer las técnicas que se consideraron pertinentes para el paciente con una quemadura térmica de 1° y 2° grado, en el 70% de su pecho.

Las técnicas empleadas fueron: observación y entrevista. La observación se dio mediante la cámara hiperbárica Leaderlife de acero 2017 monoplaza rígida para aplicar presiones atmosféricas totales (ATA), oxímetro que se usó para medir saturación de oxígeno y pulso cardíaco. Para la entrevista se usó la historia clínica para recopilar antecedentes y estado actual de salud del paciente.

Este estudio tuvo presente consideraciones éticas para investigación científica médica en seres humanos como un eje transversal durante todo el proceso, puesto que la participación del paciente debe ser voluntaria (Benítez Hernández, s.f.).

Fase 1 – Inflamación

Como primera acción fue la atención médica urgente, se aplicó el protocolo para quemaduras de segundo grado que consistió en limpieza con compresas frías sin hielo y gasa estéril, lavado y cuidado en destruir o romper las ampollas para evitar la infección, uso de sulfadiazina de plata (agentafil). Se recomendó exámenes complementarios como: biometría hemática, coproparasitario y urológico, se valoró el grado de deshidratación, y la reacción de los sistemas de homeostasia ante la injuria. Se colocó una dosis de suero fisiológico de 200cc más una mega dosis de vitamina C. Las recomendaciones para el cuidado de la quemadura térmica fue limpieza frecuente (3 veces al día). Posterior a la aplicación del protocolo médico el paciente fue ingresado a cámara hiperbárica en el que se aplicó 1,3 ATA con una duración de 50 minutos para atender la fase de inflamación de la quemadura en las dos primeras sesiones.

Figura 1

Imagen previa al ingreso de primera sesión con OHB (20 de febrero de 2020).



Nota: Se puede observar la fase de inflamación en la herida.

Figura 2

Imagen de evolución posterior a segunda sesión de OHB (21 de febrero de 2020).



Nota: La fase de inflamación ha disminuido considerablemente.

Fase 2 – Reepitelización

El paciente ingresó a cámara hiperbárica para continuar el tratamiento según cronograma establecido, en estas sesiones

se evidenció reepitelización de la zona de quemadura. Se aplicó 1,4 ATA durante 50 minutos en la tercera y cuarta sesión.

Figura 3
Imagen de evolución posterior a cuarta sesión de OHB (25 de febrero de 2020).



Nota: En esta sesión se observa la reepitelización.

Fase 3 – Resolución

En la última fase se evidenció el fin de la revascularización, reepitelización, así

como la reorganización del colágeno sobre la injuria. Se aplicó 1,5 ATA durante 50 minutos en cada sesión.

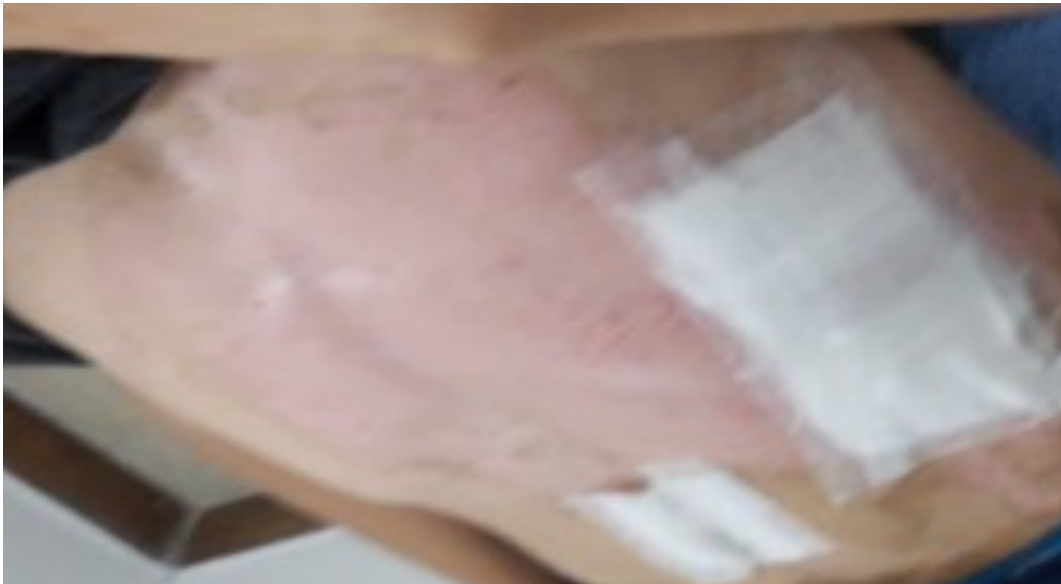
Figura 4
Imagen de evolución posterior a cuarta sesión de OHB (25 de febrero de 2020).



Nota: Paciente no presenta inflamación y ha logrado la reepitelización.

Figura 5

Imagen de evolución posterior a quinta sesión de OHB (27 de febrero de 2020).



Nota: El tejido se ha reepitelizado.

Figura 6

Imagen de evolución posterior a la sexta sesión de OHB (28 de febrero de 2020).



Nota: Cicatrización de herida lograda.

Participantes

Para la aplicación se consideró el siguiente cronograma.

Tabla 1
Cronograma de atención y aplicación de OHB.

Fase	Actividad	Fecha
1	Consentimiento informado.	20 de febrero de 2020
	Examen médico inicial para determinar el estado de ingreso del paciente a la cámara.	
	Limpieza de herida con gasa furacinada de forma suave con agua, evitando romper ampollas. Colocando ungüento de sulfadiazina de plata (agentafil).	
	Solicitud de exámenes complementarios.	
	Colocación de suero fisiológico 200cc más una mega dosis de vitamina C (1 gramo).	
	Recomendaciones para su atención en casa: limpieza de quemadura dos veces al día y tabletas de umbral de 300mg cada 12 horas.	
	TOHB – sesiones de 1 y 2	20 y 21 febrero 2020
2	TOHB – sesiones de 3 y 4	24 y 25 febrero 2020
3	TOHB – sesiones de 5 y 6	27 y 28 febrero 2020
	Alta del paciente	28 febrero de 2020

Nota: Esta tabla muestra en síntesis la atención y aplicación de OHB con sus respectivas fechas.

La población fue no probabilística y la muestra de tipo intencional porque se seleccionó al paciente debido a que cumplió con el diagnóstico requerido para la aplicación de este estudio que fue presentar la sintomatología de una quemadura segundo grado. El paciente al que fue administrado OHB tuvo 17 años en el momento, de género masculino, llegó con su madre para atención médica a la Unidad Hiperbárica de Investigación Científica “Miguel Naranjo Toro” de la Universidad Técnica del Norte en horas de la noche con quemadura térmica de segundo grado causado por derramamiento de agua hirviendo en el 70% del tórax. La quemadura de segundo grado afectó a la dermis y epidermis. El paciente presentó dolor intenso, se observaron ampollas, quemadura con patrón irregular, enrojecimiento piel

mojada y húmeda, quemazón, inflamación severa y piel manchada.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Paciente ingresó a OHB en la fase inflamatoria de la quemadura térmica, por lo que en la primera sesión se contribuyó a acelerar la homeostasia en la herida mediante vasoconstricción y coagulación, por lo que se detuvo el sangrado para iniciar la siguiente fase de cicatrización.

En la fase de reepitelización se alcanzó entre la segunda y cuarta sesión de OHB, en el que se produjo tres procesos relacionados: la granulación, aceleración y contracción. La granulación de la herida se dio por la producción de angiogénesis que provienen exclusivamente de los macrófagos y fibroblastos. La aceleración de reepi-

telización fue mediada por los queratinocitos, dichas células tuvieron la función de regenerar una barrera contra la infección y pérdida hidroelectrolítica, estimulando la regeneración de la dermis a través de plasmina ocurrida desde los bordes de la herida. La contracción de la quemadura se medió por los miofibroblastos que mejora la capacidad contráctil de los bordes de la herida encogiendo la herida a partir de los bordes, en consecuencia, al finalizar esta fase termina la inflamación y los tejidos poseen fuerza tensil. Alcanzar esta etapa sin OHB tarda 14 días aproximadamente, pero el paciente lo alcanzó al finalizar la cuarta sesión de OHB.

La fase de resolución puede durar hasta dos años, sin embargo, con OHB se logró al finalizar en la sexta sesión, esto quiere decir que la síntesis y distribución de colágeno en la herida se aceleró, lo que hace que aumente la cantidad de fibroblastos.

Al finalizar cada sesión se OHB se observó que la saturación aumentó entre 97-99 en relación con los valores normales que se encuentran entre 90-92, esto demuestra el nivel de absorción del oxígeno en la sangre. Mientras que los latidos por minuto se encontraron entre los valores normales 80-70.

Se demostró que la respiración de oxígeno en ambientes hiperbáricos de 1,3 a 1,5 ATA permite respirar el 98% del oxígeno (Chen et al., 2018; Smolle et al., 2021) y gracias a este ambiente hiperbárico se aplican las leyes de Boyle y Mariotte, Henry y Dalton sobre el cuerpo humano para experimentar sus beneficios descritos en muchos estudios realizados de OHB.

En condiciones normobáricas la cicatrización de quemaduras térmicas puede durar un periodo máximo de dos años. La etapa inflamatoria consiste en la ejecución de la homeostasia del organismo para equilibrar la cantidad de plaquetas en la herida atrayendo células polimorfonucleares y macrófagos, mismos que inician la inflamación y limpieza de esta, esto hace que se detenga el sangrado para que

se produzca la vasodilatación para abastecer de neutrófilos, monocitos y linfocitos en la herida. Mientras que la fase de reepitelización se produciría en 14 días, esto incluye la granulación y reepitelización de la herida. Por último, la fase de resolución podría durar hasta dos años, puesto que aquí se produce la síntesis y distribución de colágeno en la herida. Pero en condiciones hiperbáricas este tiempo se disminuyó a una semana (6 días), por lo tanto, la OHB permite acelerar la producción de macrófagos y fibroblastos, mismos que dan paso a la angiogénesis para posteriormente darse la reepitelización y resolución de la herida.

La OHB ha demostrado reducir los mediadores de inflamación, entre ellos los que interviene en la génesis del dolor. También, se pudo observar que la OHB potencia la cicatrización de la lesión, como a su vez, promueve la revitalización de la dermis y epidermis. Todo lo ya mencionado, condujo a un menor tiempo de internación y una rápida recuperación del paciente.

CONCLUSIONES

Se puede afirmar que la OHB es una técnica segura, fácil de administrar, con tasas de efectividad que la podrían convertir en una técnica estándar en las complicaciones de quemaduras de segundo grado, puesto que aumenta la capacidad de la HB para ceder oxígeno a los tejidos periféricos, los cuales producen macrófagos y fibroblastos en los tejidos en sufrimiento, facilitando la síntesis de colágeno para cicatrizar la herida.

La OHB aumenta la cantidad de oxígeno en el plasma, causando que las fases del proceso de cicatrización de la herida por quemadura se aceleren de forma exponencial permitiendo dos cosas fundamentales: 1) disminución de la inflamación de la herida ayudando a minimizar el edema y, 2) promueve neovascularización del organismo favoreciendo la revitalización de la dermis y por lo tanto la cicatrización de

la herida por quemadura térmica de segundo grado. La OHB en quemaduras de primer y segundo grado puede ser parte de un plan de tratamiento integral diseñado para satisfacer la necesidad individual del paciente.

REFERENCIAS

- Alin, S., Stefan, L., Simona, N., Alexandra, P., Diethelm, T., & Werner, A. S. (2009). Functional changes in microcirculation during hyperbaric and normobaric oxygen therapy. *Undersea & Hyperbaric Medicine: Journal of the Undersea and Hyperbaric Medical Society, Inc*, 36(5), 381–390. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20112529/>
- Alyafi, T., Al-Marzouki, A.-H. H., & Al Hassani, A. N. (2021). Therapeutic Outcome of Burn Patients Treated With Hyperbaric Oxygen. *Cureus*, 2016(10), 1–10. <https://doi.org/10.7759/cureus.18671>
- Benítez Hernández, I. (n.d.). Ética de la investigación científico-médica desde la perspectiva de la atención primaria de salud Ethics of medical and scientific research from the primary health care.
- Berner, J. E., Vidal, P., Will, P., & Castillo, P. (2014). [Use of hyperbaric oxygenation for wound management]. *Revista Medica de Chile*, 142(12), 1575–1583. <https://doi.org/10.4067/S0034-98872014001200011>
- Cannellotto, D. M., Romero-feris, D., Pascuccio, M., & Jordá-Vargas, L. (2018). Aplicaciones médicas de las cámaras de oxigenación hiperbárica de nueva generación. 131, 12–20. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1009724>
- Chen, K.-L., Wu, C.-J., Tseng, W.-S., Lee, H.-C., Tsai, T.-P., & Huang, W.-S. (2018). Improvement of satisfaction in burn patients receiving adjuvant hyperbaric oxygen therapy. *Formosan Journal of Surgery*, 51(5), 184. https://doi.org/10.4103/fjs.fjs_162_17
- Cianci, P., Lueders, H. W., Lee, H., Shapiro, R. L., Sexton, J., Williams, C., & Sato, R. (1989). Adjunctive Hyperbaric Oxygen Therapy Reduces Length of Hospitalization in Thermal Burns. *The Journal of Burn Care & Rehabilitation*, 10(5), 432–435. <https://doi.org/10.1097/00004630-198909000-00012>
- Crumbaugh, J. C., & Maholick, L. T. (2011). Terapia de oxígeno hiperbárico para quemaduras de segundo grado. Curación: un estudio experimental en conejos. In *Psicoterapia y existencialismo* (pp. 183–198). Herder. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt9k099.18>
- Doria, E., Rivadeneira, J. E., Yépez, Á., Pérez, H., & Suasti, W. (2018). Tratamiento con Oxigenación Hiperbárica en quemaduras producidas por uso inadecuado del láser. *Ecós de La Academia*, 4(8), 39–45. <http://revistasoj.s.utn.edu.ec/index.php/ecosacademia/article/view/53>
- Duque Ramírez, S., & Diab Forero, Y. A. (2020). Efectos de la terapia con oxígeno hiperbarico en el manejo de algunas afecciones en piel y tejidos blandos en humanos. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/78211>
- Evans, G. R. D., & Baldwin, B. J. (1997). Silicon Tissue Assay: A Measurement of Capsular Levels from Chemotherapeutic Port-a-Catheter Devices. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 99(5), 1354–1358. <https://doi.org/10.1097/00006534-199705000-00023>
- Garone, A., Marín, L., Murias, R., Crocenzi, A., & Portas, M. (n.d.). Uso terapéutico de Oxigenación Hiperbárica para quemaduras especiales. 1–10. <http://www.cirplasantisspiritus2020.sld.cu/index.php/crplass/jvccss2020/paper/viewFile/74/70>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M. del P., Méndez Valencia, S., & Mendo-

- za Torres, C. (2014). Metodología de la investigación. In *Metodología de la investigación* (Sexta, Vol. 6). McGrawHill Education.
- Hopf, H. W., Humphrey, L. M., Puzzerri, N., West, J. M., Attinger, C. E., & Hunt, T. K. (2001). Adjuncts to preparing wounds for closure. *Foot and Ankle Clinics*, 6(4), 661–682. [https://doi.org/10.1016/S1083-7515\(02\)00008-6](https://doi.org/10.1016/S1083-7515(02)00008-6)
 - Kindwall, E. P., Gottlieb, L. J., & Larson, D. L. (1991). Hyperbaric oxygen therapy in plastic surgery: a review article. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 88(5), 898–908. <https://doi.org/10.1097/00006534-199111000-00029>
 - Lindenmann, J., Smolle, C., Kamolz, L., Smolle-Juettner, F. M., & Graier, W. F. (2021). Survey of Molecular Mechanisms of Hyperbaric Oxygen in Tissue Repair. *International Journal of Molecular Sciences*, 22(21), 11754. <https://doi.org/10.3390/ijms222111754>
 - Marín, L., Fioravanti, G., Cristaldo, E., Sereyday, C. E., Merbilhaá, O., & Portas, M. (2020). Hyperbaric oxygen therapy for a pediatric electrical burn: A case report. *Burns Open*, 4(3), 137–139. <https://doi.org/10.1016/j.burnso.2020.05.001>
 - Mathieu, D., Marroni, A., & Kot, J. (2017). Tenth European Consensus Conference on Hyperbaric Medicine: recommendations for accepted and non-accepted clinical indications and practice of hyperbaric oxygen treatment. *Diving and Hyperbaric Medicine*, 47(1), 24. <https://doi.org/10.28920/DHM47.1.24-32>
 - NISA, B. un, HIRABAYASHI, T., MAESHIGE, N., KONDO, H., & FUJINO, H. (2022). Beneficial effects of mild hyperbaric oxygen exposure on microcirculation in peripheral tissues in healthy subjects: pilot study. *The Journal of Sports Medicine and Physical Fitness*. <https://doi.org/10.23736/S0022-4707.22.13363-3>
 - Oley, M. H., Oley, M. C., Aling, D. M. R., Kalangi, J. A., Islam, A. A., Hatta, M., Patellongi, I. J., Josh, F., & Faruk, M. (2021). Effects of hyperbaric oxygen therapy on the healing of thermal burns and its relationship with ICAM-1: A case-control study. *Annals of Medicine and Surgery*, 61, 104–109. <https://doi.org/10.1016/j.amsu.2020.12.025>
 - Oley, M. H., Oley, M. C., Wewengkang, L. A. J. W., Kepel, B. J., Langgi, F. L. F. G., Setiadi, T., Aling, D. M. R., Gunawan, D. F., Tulong, M. T., & Faruk, M. (2022). Bactericidal effect of hyperbaric oxygen therapy in burn injuries. *Annals of Medicine and Surgery*, 74, 103314. <https://doi.org/10.1016/j.amsu.2022.103314>
 - Rogatsky, G. G., Shifrin, E. G., & Mayevsky, A. (2013). Optimal dosing as a necessary condition for the efficacy of hyperbaric oxygen therapy in acute ischemic stroke: A critical review. [https://doi.org/10.1179/01616410310120100325\(1\).95-98](https://doi.org/10.1179/01616410310120100325(1).95-98)
 - Roth, R. N., & Weiss, L. D. (2012). Hyperbaric oxygen and wound healing. *Clinics in Dermatology*, 12(1), 141–156. [https://doi.org/10.1016/0738-081x\(94\)90265-8](https://doi.org/10.1016/0738-081x(94)90265-8)
 - Smolle, C., Lindenmann, J., Kamolz, L., & Smolle-Juettner, F.-M. (2021). The History and Development of Hyperbaric Oxygenation (HBO) in Thermal Burn Injury. *Medicina*, 57(1), 49. <https://doi.org/10.3390/medicina57010049>
 - Stevens, L. J., & Page-McCaw, A. (2012). A secreted MMP is required for reepithelialization during wound healing. *Molecular Biology of the Cell*, 23(6), 1068–1079. <https://doi.org/10.1091/MBC.E11-09-0745/ASSET/IMAGES/LARGE/1068FIG7.JPG>
 - Stone, R., Natesan, S., Kowalczywski, C. J., Mangum, L. H., Clay, N. E.,

- Clohessy, R. M., Carlsson, A. H., Tassin, D. H., Chan, R. K., Rizzo, J. A., & Christy, R. J. (2018). Advancements in Regenerative Strategies Through the Continuum of Burn Care. *Frontiers in Pharmacology*, 9(JUL), 672. <https://doi.org/10.3389/FPHAR.2018.00672>
- Sun, Y., Oberley, L. W., & Li, Y. (1988). A simple method for clinical assay of superoxide dismutase. *Clinical Chemistry*, 34(3), 497–500. <https://doi.org/10.1093/clinchem/34.3.497>
 - Sureda, A., Ferrer, M. D., Batle, J. M., Tauler, P., Tur, J. A., & Pons, A. (2009). Scuba Diving Increases Erythrocyte and Plasma Antioxidant Defenses and Spares NO without Oxidative Damage. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 41(6), 1271–1276. <https://doi.org/10.1249/MSS.0b013e3181951069>
 - Tiidus, P. M. (2015). Alternative treatments for muscle injury: massage, cryotherapy, and hyperbaric oxygen. *Current Reviews in Musculoskeletal Medicine*, 8(2), 162–167. <https://doi.org/10.1007/s12178-015-9261-3>
 - Van Meter, K. W. (2012). The effect of hyperbaric oxygen on severe anemia. *Undersea & Hyperbaric Medicine: Journal of the Undersea and Hyperbaric Medical Society, Inc*, 39(5), 937–942. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23045922/>
 - Villanueva, E., Bennett, M. H., Wasiak, J., & Lehm, J. P. (2004). Hyperbaric oxygen therapy for thermal burns. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 2010(1), CD004727. <https://doi.org/10.1002/14651858.CD004727.pub2>
 - Wasiak, J., Bennett, M., & Cleland, H. J. (2006a). Hyperbaric oxygen as adjuvant therapy in the management of burns: Can evidence guide clinical practice? *Burns*, 32(5), 650–652. <https://doi.org/10.1016/j.burns.2006.04.006>
 - Wasiak, J., Bennett, M., & Cleland, H. J. (2006b). Hyperbaric oxygen as adjuvant therapy in the management of burns: Can evidence guide clinical practice? *Burns*, 32(5), 650–652. <https://doi.org/10.1016/j.burns.2006.04.006>
 - Weitgasser, L., Ihra, G., Schäfer, B., Markstaller, K., & Radtke, C. (2019). Update on hyperbaric oxygen therapy in burn treatment. *Wiener Klinische Wochenschrift* 2019 133:3, 133(3), 137–143. <https://doi.org/10.1007/S00508-019-01569-W>
 - Wu, X., Liang, T.-Y., Wang, Z., & Chen, G. (2021). The role of hyperbaric oxygen therapy in inflammatory bowel disease: a narrative review. *Medical Gas Research*, 11(2), 66. <https://doi.org/10.4103/2045-9912.311497>
 - Yildirim, G., Baştuğ, M., Akçil, E., Fiçicilar, H., Koç, E., & Zaloğlu, N. (2000). Does the Platelet-Activating Factor Affect the Antioxidant Defense System? : The Possible Role of Hyperbaric Oxygenation. *Biological Trace Element Research*, 78(1–3), 7–12. <https://doi.org/10.1385/BTER:78:1-3:7>





Place branding como estrategia de posicionamiento, caso de estudio: Mancomunidad Mirador de los Volcanes

Miguel Ángel Bonifaz Damián
 Universidad Técnica del Norte
 mabonifaz@utn.edu.ec

Recepción Sep. 15, 2022
 Aceptación Nov. 27, 2022

RESUMEN

La presente investigación aborda al *place branding* como estrategia de posicionamiento para la mancomunidad Corredor Ambiental Mirador de los Volcanes, este estudio parte de la necesidad de generar desarrollo social comunitario basada en la experiencia. La investigación presenta un enfoque mixto descriptivo cualitativo y estadístico cuantitativo, dentro del cual se utiliza el método empírico, el cual presenta un estudio etnográfico mediante la observación participante - no participante y entrevistas, permitiendo comprender el perfil del público a los que se desea llegar para la aplicación de la propuesta de *branding* experiencial. Los resultados obtenidos permiten evidenciar que la mancomunidad cuenta con un inventario de atractivos turísticos primordialmente de orden natural; se determinó el perfil de los turistas los cuales son de carácter nacional y extranjeros. En conclusión, la mancomunidad posee una riqueza natural, cultural y gastronómica que se evidencia en diferentes fechas del año, siendo el principal recurso para la gestión de una estrategia mediante un mapa turístico con los principales atractivos del sector.

Palabras clave: *Place branding*, posicionamiento, mancomunidad, turismo.

Place branding as Strategy for Positioning, case study: Mirador de los Volcanes Community

ABSTRACT

This research addresses place branding as a positioning strategy for the Mirador de los Volcanes Environmental Corridor community, this study is based on the need to generate community social development based on experience. The research presents a qualitative descriptive and quantitative statistical approach, within which the empirical method is used, which presents an ethnographic study through participant observation - non-participant and interviews, allowing to understand the profile of the public to whom it is desired to reach for the application. of the experiential branding proposal. The results obtained show that the community has an inventory of tourist attractions that are primarily of a natural nature; the profile of tourists was determined, which are national and foreign. In conclusion, the community has a natural, cultural and gastronomic wealth that is evident at different times of the year, being the main resource for the management of a strategy through a tourist map with the main attractions of the sector.

Keywords: *place branding*, positioning, community, tourism

INTRODUCCIÓN

Varios lugares compiten fuertemente por atraer turistas, inversores, empresas y así mejorar su competitividad, es por ello por lo que se hace necesario contar con estrategias de posicionamiento para garantizar el desarrollo de una sociedad. El posicionamiento es entrar en la mente del consumidor para que pueda reconocer las características del producto, comparar y diferenciarlas, encontrando un elemento distintivo, superior y único (Félix, 2013). En la actualidad, el turismo se ha convertido en uno de los componentes más importantes de la economía mundial, los destinos turísticos compiten intensamente entre sí, con el objetivo de conseguir el mayor número de visitantes posibles. De hecho, el turismo se ha convertido en uno de los componentes más importantes de la economía a nivel mundial, así lo da a conocer la Organización Mundial de Turismo (OMT), en 2021 se registraron cerca de 430 millones de llegadas de turistas internacionales, siendo responsable en la creación de más de 280 millones de empleos entre directos e indirectos (Torres González, 2021).

Como resultado, cada vez son más los lugares que crean una identidad corporativa propia para identificar, diferenciar y posicionar su destino dentro del mercado

internacional. (Boisier, 2001) plantea que, para abordar el proceso de desarrollo local es necesario centrarse en la identificación de aspectos que le son específicos al territorio. Esto se muestra en la riqueza propia del lugar, el cual genera conocimientos en los aspectos técnico - productivos de comercialización y demás, cobrando importancia en las ventajas diferenciadoras que ofrecen. (Lucarelli, 2018) considera que, el branding territorial debe usarse desde el punto de vista empírico y estratégico, para dotar de valor a unos determinados espacios a partir de la implementación de un proceso de mejora continua de su imagen.

A este respecto, el branding abarca la creación y gestión de una marca, así como la planificación, aplicación de las comunicaciones y el posicionamiento de la misma, el cual se convierte en un instrumento poderoso para atraer visitantes en competencia con otros destinos (De-San-Eugenio & Ginesta, 2020). Si un destino sabe determinar los atractivos principales que lo hacen destacar a los ojos del mercado al que se dirige y transmitirle sistemáticamente la esencia de estos atractivos, habrá sentado la base de una identidad competitiva o marca de destino efectiva. A su vez, (Anholt, 2004) plantea que el "place branding se define a partir de la aplicación de una estrategia de marca y de otras técnicas de marketing y disciplinas orientadas al desarrollo económico, político y cultural de ciudades, regiones y países" (p.25).

El place branding puede ser utilizado como un mecanismo para proyectar los valores principales de estas transformaciones inteligentes, potenciando sus impactos socioeconómicos, así como influir en la imagen y la percepción de un destino. Para (Fernández & López, 2013) los objetivos que persigue el place branding son: aumentar su atractivo como lugares de inversión empresarial; mejorar su posición competitiva en el mercado turístico; incrementar su atractivo con la finalidad de captar y retener el talento; fomentar la identificación de ciudadanos con su lugar de res-

idencia y facilitar el desarrollo económico y social. Así también (Blain, Levy, & Brent Ritchie, 2005), describe al place branding como las actividades de marketing:

Que apoyen la creación de un nombre, símbolo, logotipo, marca denominativa u otro gráfico que identifique y diferencie un destino; transmitan la promesa de una experiencia de viaje memorable que se asocie únicamente con el destino; y sirvan para consolidar y reforzar la recolección de recuerdos placenteros de la experiencia del destino, todo ello con el propósito de crear una imagen que influya en las decisiones de los consumidores de visitar el destino. (pág. 331)

Por lo cual, pensar en un territorio como producto es otorgarle un potencial de desarrollo estratégico a través de la revitalización eficiente de sus atributos y recursos para la satisfacción de necesidades de distintos públicos, sean ciudadanos, visitantes, inversores, entre otros. (Muñoz & Rodríguez, 2020) menciona “el desarrollo turístico está estrechamente ligado a la gestión del patrimonio cultural de las comunidades, tanto el material como el inmaterial” (p.380). En relación, podemos tomar como referencia la ciudad de Quito, la cual fue declarada Patrimonio Nacional del Ecuador y Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1984, también podemos citar como Patrimonio Natural las Islas Galápagos en 1978, 2021 y el Parque Nacional Sangay en 1983 (INPC, 2021).

A este contexto, La Constitución de la República del Ecuador en el artículo 243 establece la posibilidad de que “Dos o más regiones, provincias, cantones o parroquias contiguas pueden agruparse y formar mancomunidades, con la finalidad de mejorar la gestión de sus competencias y favorecer sus procesos de integración” (Del Ecuador, 2008). Por lo que, la conformación de Mancomunidad es un

recurso político que adoptaron los Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquiales rurales de San Gerardo, Cubijes, Químiag, La Candelaria, Bayushig y Guanando pertenecientes a la provincia de Chimborazo, para establecer el Corredor Productivo Ambiental denominado Mirador de los Volcanes. Este territorio es nuestro objeto de estudio para proponer una estrategia de posicionamiento para la mancomunidad corredor productivo ambiental Mirador de los Volcanes, mediante branding basado en la experiencia para generar desarrollo social comunitario.

Por lo cual el objetivo del presente estudio es proponer una estrategia de posicionamiento para la mancomunidad corredor productivo ambiental Mirador de los Volcanes, mediante branding basado en la experiencia para generar desarrollo social comunitario. A través de investigación etnográfica para clasificar los productos y servicios que requieren branding; estableciendo los perfiles de usuario al que se dirigirá la propuesta mediante criterios: geográfico, demográfico, psicográfico y comportamental, para delimitar acciones inmersas en la estrategia de branding ligadas a las experiencias en los territorios analizados se diseña un mapa del Recorrido Turístico que comunique y oriente al público a los diferentes atractivos turísticos y culturales de la mancomunidad Mirador de los Volcanes.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación presenta un enfoque mixto estadístico cuantitativo y descriptivo cualitativo, dentro del cual se utiliza el método empírico, el cual presenta un estudio etnográfico mediante la observación participante - no participante y las entrevistas, permitiendo comprender el perfil del público a los que se desea llegar para la aplicación de la propuesta de branding experiencial. La presente obra corresponde a una investigación de tipo transversal debido a que se recolectaron

datos en un solo momento, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). La investigación se ejecutó basada en un análisis PASTE (político, ambiental, social, tecnológico y económico) para identificar los factores del entorno general de la mancomunidad a través del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT) de cada parroquia. Seguido de un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), la cual ayuda afianzar un mejor concepto de visión interna y externa de la mancomunidad, que permita contribuir en la elaboración de la estrategia para el posicionamiento y desarrollo social comunitario.

Al mismo tiempo se realizó entrevistas de tipo no estructuradas con el propósito de recabar información concisa, siendo en cierto modo un tipo de interacción conversacional con los principales integrantes de las juntas parroquiales que conforman la mancomunidad y operadoras turísticas de la provincia de Chimborazo, las cuales se basarán en: los potenciales turísticos, perfil de usuarios y los atributos - valores que posee la mancomunidad. En tanto que la encuesta tuvo como objetivo levantar datos relevantes para identificar los elementos identitarios y simbólicos que posee la mancomunidad, la cual fue realizada a los habitantes, turistas nacionales e internacionales del sector, mediante el criterio muestral para la validación de los datos, los que serán interpretados mediante programas estadísticos como, SPSS o Excel, los cuales nos permitieron conocer y corroborar la información recopilada. Como instrumentos podemos citar se utilizó en la investigación el uso de cuestionario, video grabadora, cuaderno de notas, fichas de observación, cámara fotográfica.

Tamaño de muestra

Se determinó a través de un muestreo probabilístico aleatorio simple, proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene

cada elemento de integrar la muestra (Velasco & Martínez, 2017). El total de personas que habitan en la mancomunidad de estudio es de 12.200 habitantes con una muestra para nuestra investigación de 266 encuestas, los que están comprendidos entre hombres y mujeres entre 15 a 65 años, con un grado de formación primaria, secundaria y superior de las seis parroquiales rurales pertenecientes a la mancomunidad, así como a residentes temporales, turistas nacionales y extranjeros. Para obtener el tamaño de la muestra, se empleó la siguiente fórmula, considerando un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 1,65.

La muestra se calculó en relación con la fórmula en donde:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n: Tamaño de la muestra++

p: proporción de interés 0.5

q: Probabilidad de no ocurrencia 0.5

N: 12.200 habitantes

Z: Nivel de confianza 1,65 e: Error del 5%

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Determinación de los rasgos de identidad de la mancomunidad corredor productivo ambiental mirador de los volcanes, mediante el análisis paste

• Entorno Político

La Constitución de la República del Ecuador, en su Art. 267 numeral 4, señala que los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán como competencia exclusiva el incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y protección del medio ambiente (Del Ecuador, 2008). El Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización en su Art. 65 literal d)

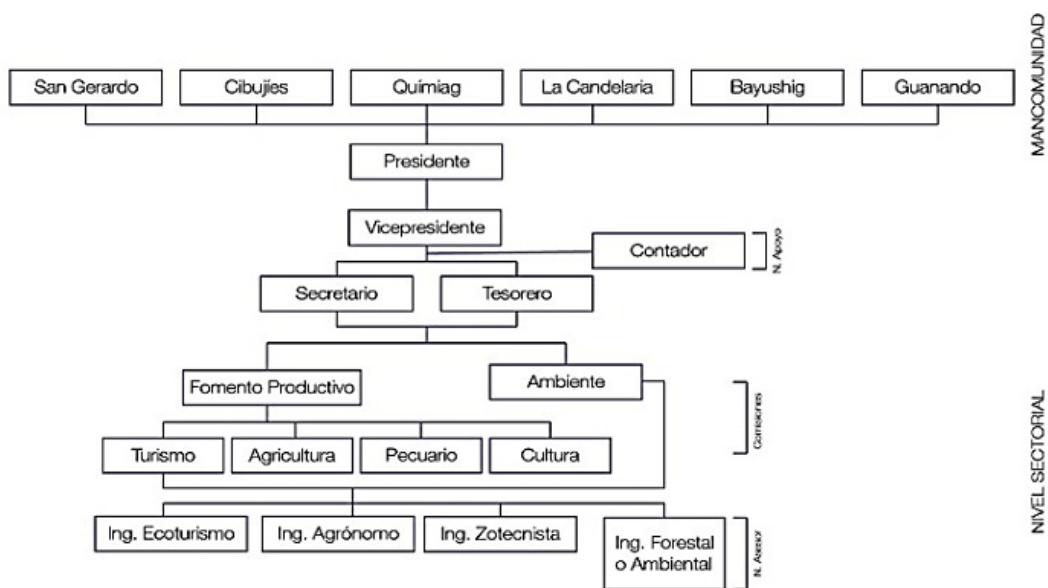
establece que los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán como competencia exclusiva el incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias.

La mancomunidad se denomina: Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes (MCPAMV), bajo su eslogan “Uniendo esfuerzos para el desarrollo sostenible de nuestros territorios”. Con los antecedentes expuestos los presidentes de los gobiernos parroquiales participantes en asamblea del ocho de octubre del 2014, expresan su decisión de constituirse en mancomunidad denominada Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes, para lo cual en calidad de representantes legales de los GAD Parroquiales, señalados en la cláusula de comparecientes, con fundamento en lo establecido en el artículo 70, literal a) del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y

Descentralización y una vez que cuentan con las resoluciones de los órganos legislativos que otorga la facultad para suscribir la mancomunidad (Descentralización, 2011).

Los gobiernos autónomos parroquiales rurales, que integran la mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes son: San Gerardo, Cubijíes, Químiag, La Candelaria, Bayushig, y Guanando. La mancomunidad de gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales de San Gerardo, Cubijíes, Químiag, La Candelaria, Bayushig y Guanando, pertenecientes a la provincia de Chimborazo, para establecer el Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes tendrá su sede en la ciudad de Riobamba y estará gobernado por un directorio, la gestión administrativa estará a cargo de el/la Presidente/a y de un/a Secretario/a Técnico/a para lo cual se dictarán el estatuto y los reglamentos correspondientes.

Figura 1
Estructura de la Mancomunidad Mirador de los Volcanes



Nota: La figura muestra la estructura de la Mancomunidad Mirador de los Volcanes. Fuente: Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización.

• Entorno Ambiental

Su clima se caracteriza por presentar una heterogeneidad climática, así sobre los 4.600 m.s.n.m. es de tipo glacial: entre los 3.000 y 4.000 m.s.n.m. es de páramo. Bajando a los 2.000 m.s.n.m. encontramos un clima meso-térmico seco: en las zonas cercanas a la costa predomina un clima de tipo meso-térmico húmedo y semi-húmedo. La temperatura promedio es de 13 °C. De acuerdo con el mapa de isotermas, en el territorio de la mancomunidad existen 6 rangos de temperatura en donde el rango menor va de 2 a 4 °C y el mayor de 12 a 14°C. Hay que tomar en cuenta que, en algunas épocas del año en las partes más altas del territorio, la temperatura puede disminuir bajo los 0°. El territorio de la mancomunidad tiene gran riqueza de flora y fauna que es uno de los atractivos principales debido a que en este se encuentra el Parque Nacional Sangay, ocupando parte del territorio de las parroquias Químiag y La Candelaria que son las que poseen mayor cantidad de especies de flora y fauna. De acuerdo con las características mencionadas, la imagen turística de la “Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” está definida en función de los atractivos turísticos de importancia natural y cultural, con énfasis en el nevado Altar, icono a nivel nacional. La Mancomunidad “MPAMV” cuenta con 33 atractivos turísticos, de los cuales 19 de ellos pertenecen a la categoría sitios naturales y representan el 58%; mientras que 14 corresponden a la categoría manifestaciones culturales y representan el 42%.

• Entorno Sociocultural

De acuerdo a la información proporcionada por el INEC, se puede constatar que la población total de la Mancomunidad es de 12127 habitantes, de los cuales 1700 se auto identifican como indígenas con 14.02% de representatividad, 74 son afro ecuatorianos mismos que constituyen el 0.61% de la población, el grupo más representativo que constituye el 83.71% son los mestizos con 10151 personas, 18 son

mulatos representa el 0.15% de habitantes, 142 son blancos representa el 1.17% de habitantes, 36 son Montubios representan el 0.30% de habitantes, 6 tienen otra auto identificación y representan el 0.05% de la población.

De acuerdo a los rangos de edad proporcionado por el INEC, la población de la mancomunidad es relativamente joven con una población predominante de 15 a 19 años de edad que representa el 10,40%, seguida por la población que se encuentra entre los 10 a 14 años con el 10,37% de representatividad, lo está el grupo que encuentra entre los 5 a 9 años con el 9,70 % de representatividad y grupo que va 20 a 24 años de edad que constituye el 8,06%, los otros grupos de edades tienen menos del 8% de representatividad. Además, es importante mencionar que el género femenino es el predominante representado por el 52,91% de la población y en menor porcentaje el género masculino con el 47,09%.

El uso de la vestimenta tradicional por los pobladores de los asentamientos humanos de la mancomunidad es escaso, se podría decir que en la población adulta tanto hombres como mujeres lo utilizan especialmente las personas de la tercera edad; la juventud, en su totalidad usa la vestimenta occidental, su riqueza cultural está presente en las habilidades artesanales, agropecuarias y la fe de su gente. Su riqueza natural aflora desde los valles productivos hasta sus cumbres con glaciares perpetuos.

• Entorno Tecnológico

El 94% de los hogares obtiene la energía eléctrica de la red pública de la empresa eléctrica y el 6% no dispone de este servicio. El medio de comunicación que más poseen es el celular con 1749 casos, seguido por el teléfono convencional con 574 casos, y debido a la baja cobertura del servicio de internet solo existen 48 casos dejando el uso de la computadora en 193 casos y el uso de televisión por cable con 43 casos.

Tabla 1
Medios de comunicación más utilizados

PARROQUIAS	Teléfono Convencional		Teléfono celular		Internet		Computador		TV por cable	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
San Gerardo	112	561	344	329	15	658	50	623	10	663
Cubijíes	140	535	386	289	17	658	86	589	6	669
Químiag	158	1322	812	668	12	1468	50	1430	19	1461
Guanando	15	101	36	80	0	116	1	115	0	116
Bayushig	101	256	112	245	3	354	6	351	8	349
La Candelaria	48	82	59	71	1	129	0	130	0	130
TOTAL	574	2857	1749	1682	48	3383	193	3238	43	3388

Nota. Datos tomados del INEC, (2010)

• Entorno Económico

La población económicamente activa de la mancomunidad la constituyen 5105 personas que representa el 42% de la población, de estas 5017 personas, es decir el 41% se encuentran ocupadas. La población económicamente activa de acuerdo con el

género tiene mayor representación en el género masculino con 3069 individuos que constituye el 60% de la PEA y también con un importante número de 2036 mujeres en el género femenino con una representatividad del 40% de la PEA.

Tabla 2
Distribución de la Población Económica Activa de acuerdo con el género.

PARROQUIA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
San Gerardo	578	430	1008
Cubijíes	559	396	955
Químiag	1369	925	2294
Guanando	112	56	168
Bayushig	297	159	456
La Candelaria	154	70	224
TOTAL	3069	2036	5105

Nota. Datos tomados del INEC, (2015).

Población económicamente por segmento de ocupación

Las principales actividades se desarrollan de la siguiente manera, 2705 persona se ocupa en su mayoría en actividades de agricultura, silvicultura, caza y pesca con un 71% de representatividad, 556 personas en manufactura con un 15% de representatividad, 287 en comercio al por mayor y menor con el 8% y 243 se ocupan

en el sector público que equivale al 6% de población ocupada. La principal actividad económica desarrollada en la parroquia podemos analizar notablemente y con alto porcentaje de participación con actividades referentes a la agricultura y ganadería, además existe un buen número de personas que se dedica a actividades de manufactura.

**ANÁLISIS FODA DE LA MANCOMUNIDAD CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL
MIRADOR DE LOS VOLCANES**

Tabla 3
Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con una variedad de atractivos turísticos naturales. - La mancomunidad posee áreas naturales propicias para actividades turísticas como el <i>treking</i>, andinismo, pesca, cabalgatas, observación y fotografía de flora y fauna. - Fácil acceso y movilización a las parroquias rurales que conforman la mancomunidad. - Poseen importantes manifestaciones culturales como las fiestas patronales. - Actividades culturales icónicas como la quema de juegos pirotécnicos, presentación de danzas, música interpretada por bandas de pueblo, ferias gastronómicas y exposición de artesanías. - Las cabeceras parroquiales poseen servicios de telefonía fija y móvil, internet, TV cable, radio y luz eléctrica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Constituirse como un punto geográfico nexo entre las tres regiones: costa, sierra y amazonía, característica potencial para ser un parador turístico óptimo para el desarrollo económico a través de emprendimientos. - Demanda creciente de productos turísticos relacionados con la naturaleza y la cultura. - Posee una población agricultora y ganadera lo cual constituye un gran potencial para el agroturismo. - Riqueza gastronómica y artesanal presentes y en constante crecimiento.

Debilidades	Amenazas
- Falta de gestión política por parte de los GADs deficiente.	- Alta competencia turística de ciudades, cantones, mancomunidades con características similares.
- Poca promoción publicitaria turística interna y externa.	- Falta de inversión por parte de los estamentos de Gobierno.
- No poseen un plan de medios de comunicación oficial.	- Baja afluencia de turistas nacionales y extranjeros a la mancomunidad.
- Carencia de proyectos estratégicos para mejorar el posicionamiento de la mancomunidad.	- Falta de créditos para nuevos emprendimientos.
- No poseen una marca territorial identificativa para la mancomunidad Mirador de los Volcanes.	- Migración por parte de sus habitantes a otras ciudades.
- Pobladores con bajo nivel de instrucción técnica en el ámbito del turismo.	

Nota. Datos tomados del PDOT GADs parroquiales.

Análisis De Resultados Cualitativos

Los siguientes datos de las entrevistas fueron realizadas a las principales autoridades a cargo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquiales que conforman la mancomunidad, presidentes, técnicos en planificación, secretarios. Posteriormente, se ejecutó a las agencias de turismo, docentes de carreras afines a nuestro tema de investigación, para tener una percepción global de cómo está posicionada la mancomunidad turística a nivel provincial. Conservando como objetivo, levantar datos relevantes para determinar los elementos de identidad del campo de acción de la Mancomunidad Turística Mirador de los Volcanes. Para el análisis de la información cualitativa recabada, se procedió a la clasificación en tres categorías principales que van acorde a las necesidades de nuestros objetivos, las cuales son: potenciales turísticos, perfil del

turista y atributos, y valores que posee la mancomunidad. A su vez, cada categoría posee dos subcategorías las cuales están comprendidas por turismo de aventura, cultura, turista nacional y extranjero, servicios y productos.

Tabla 4
Clasificación mediante categorías acorde a objetivos

Categorías	Subcategoría
Potenciales turísticos	Turismo aventura Cultura
Perfil turista	Turista nacional Turista extranjero
Atributos y valores.	Servicio Productos

Nota. Elaboración propia. Fuente: entrevistas autoridades GADs

• **Potenciales Turísticos**

La Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes, presenta un alto potenciales turísticos, los cuales se ven reflejados mediante su principal atracción que es el nevado Altar, sus diversas lagunas y cascada, sus extensas áreas naturales las cuales conforman parte del Parque Nacional Sangay con una biodiversidad en flora y fauna únicas en la zona. Así también sus hermosos paisajes naturales en los cuales el visitante pueden realizar actividades y deportes extremos como trekking, andinismo, pesca cabalgatas, observaciones y realizar fotografías. En lo concerniente a su cultura es rica en tradiciones culturales como las festividades parroquiales en honor a cada santo o virgen de la localidad, las festividades de feriados como carnaval semana santa o fin de año son las que reciben a más turistas tanto nacionales como fuera del país. Mantienen vivas sus costumbres como los juegos tradicionales propios de cada lugar (el palo encebado, los cocos, los trompos) y sin duda su infraestructura precolombina como son las iglesias y casas (patrimonios culturales) hacen que sea única a nivel nacional.

• **Perfil Turistas**

A la Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes, llegan turistas de diferentes puntos del país como fuera de él así lo manifiesta el Ingeniero Paúl Gualpa, Técnico de Planificación de la parroquia San Gerardo: “el turista nacional es amable pero exigente, viaja frecuentemente en días feriados, vacaciones o fines de semana, se guían por las emociones de visitar su tierra sus amigos con la intención de pasar en familia”. Además, Viajan en su mayoría en grupos familiares y en otros casos con amigos o entre pareja para visitar parques, degustar de la gastronomía propia de cada parroquia con una capacidad adquisitiva media. Con un promedio de estadía de dos a tres días”. Pablo Coello, Asistente Técnico de la parroquia Ganado expresa: “por lo general

llegan de ciudades como Guayaquil, Quito, Ambato y Riobamba. En cuanto al turista extranjero llegan motivados al país por sus expresiones culturales, el paisaje andino y experiencias de ecoturismo”. Otras motivaciones están ligadas a los valores históricos y la belleza histórica que posee cada ciudad o parroquia. Demandan nuevos productos y cuando llegan a la provincia de Chimborazo su primera parada es el Nevado Chimborazo, el Ferrocarril con su ruta a la Nariz del Diablo o realizar andinismos al nevado Altar.

• **Atributos y valores**

Isabel Lara, técnica de planificación parroquia Químiag manifiesta: “sin duda que el turismo en nuestra provincia es muy acogido por los turistas nacionales o extranjeros ya que poseemos una alta gama en productos naturales, así como elaborados artesanalmente”. Si bien, uno de ellos es el Nevado Altar, el cual es muy cotizado por su rica variedad de atractivos que posee, como lagunas y cascadas que son publicadas en medios digitales de información como páginas web o redes sociales, damos a conocer los diferentes atractivos que posee la mancomunidad, así como la gentileza de sus habitantes hace más acogida la visita y motivan a que regresen nuevamente. Además, sus artesanías elaboradas con materiales naturales como la Totoro o Lana hacen atractivo la estadía y el consumo de sus productos y servicios. Otros atributos es la producción agrícola y ganadera es esencial ya que distribuyen su producto a los diferentes puntos de comercio de la ciudad de Riobamba, así como a nivel nacional.

Además, su gastronomía es recomendada por la elaboración higiénicamente de los platos y bebidas propias de cada lugar. Así también son reconocidos por su elaboración de castillos y juegos pirotécnicos para las diversas festividades de la zona central del país que se la puede admirar en las fechas de fundación de cada parroquia, acompañadas con juegos populares, bandas de pueblo o toros de pueblo, que lla-

meses de julio a septiembre con el 20%. En base a las consideraciones anteriores, se puede establecer que el turismo es una actividad económica que combina recursos endógenos y exógenos, los cuales correctamente articulados, proponen un conjunto de beneficios sociales, económicos, ambientales y culturales (Toselli, 2019). Así también en su mayoría son turistas nacionales con el 64% los cuales provienen de ciudades como, Ambato, Quito, Guayaquil y cantones cercanos a la provincia tales como Riobamba, Colta y Guano. Mientras el 36% son turistas extranjeros en su mayoría americanos, los cuales su tiempo de estadía varía entre dos a tres días. Las características que poseen, los encuestados manifiestan que la mayoría de los turistas nacionales llegan en familia entre tres y cinco personas, mientras que un 25% lo hace junto con amigos o viajan en pareja y solo el 5% llegan solos los cuales son viajeros pasajeros. Es ampliamente reconocido que la industria turística genera impactos positivos y negativos en los lugares donde opera y, en este sentido, la sociedad en general conoce y es consciente en mayor medida de los impactos del turismo a nivel mundial (Holden, 2003).

Mejorar la gestión territorial mediante la conformación de la mancomu-

nidad turística, con el 62% manifiestan que es altamente provechosa ya que mejorará el desarrollo social comunitario mediante el turismo, generando fuentes de empleo, microempresas etc. Mientras que un 32% manifiesta que es medianamente provechoso ya que no se cuenta con proyectos para un mejor posicionamiento de la mancomunidad y solo un 6% piensa que no es provechoso puesto que las autoridades en turno no contribuyen al progreso de la mancomunidad. Según el Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador, con respecto a la actividad turística comunitaria manifiesta que las iniciativas que son gestionadas por comunidades y pueblos del Ecuador, promueven la operación bajo el escenario de vivir experiencias económicas, sociales y productivas en torno a las actividades y relaciones que se originan, contribuyendo de esta forma a la participación conjunta de todos los actores locales (Rivera & Bassotti, 2007). A este sentido es sin duda, la Responsabilidad Social un modelo de gestión que tiene como fin la sostenibilidad, por ello es cada vez mayor el número de empresas que buscan conseguir la solidez económica y sostenibilidad y son conscientes de poder contribuir al desarrollo sostenible.

Tabla 5
Análisis de resultados cuantitativos

Nevado Altar	Quinde	Iglesias	Pirotecnia	Totora
50	9	17	10	14
Elementos más representativos que posee el territorio				
Atractivos turísticos	Manifestaciones Culturales	Infraestructura	Producción Artesanal	
40	33	12	15	
Temporada con mayor afluencia de turistas				
Feriado	Vacaciones	Fines de semana	Carnaval	
35	20	15	30	
Con quien vienen acompañados los turistas				
Entre amigos	En familia	En pareja	Solos	
25	51	19	5	
Gestión territorial				
Altamente provechosa	Provechosa	No provechosa		
62	32	6		
Tipos de turistas				
Nacionales			Extranjeros	
64			36	
Conoce el Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes				
Si			No	

Fuente: Levantamiento de información – Encuesta

DISCUSIÓN

Mediante la investigación se logra identificar las potencialidades turísticas que posee la Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes, mediante la etnografía y los estudios de campo. Considerando a la etnografía como una forma propicia de tomar contacto y profundizar en fenómenos con los que se mantiene una gran distancia cultural, siendo una de las formas básicas de investigación (Hammersley & Atkinson, 1994), se alcanzó a revelar los insight del branding experiencial con lo que se pudo arrojar los perfiles de usuario a la que está regida la estrategia. La investigación y manejo de los instrumentos cualitativos logra determinar el proceso de la gestión de la marca con la proyección de los elementos identitarios y simbólicos de la mancomunidad y su concepción como marca social. (Río-Cortina et al., 2017, p.30) manifiesta que “la buena gestión del branding y la práctica del manejo de la marca son elementos clave de la estrategia de *marketing*”. Es importante mencionar que dentro de la indagación y visita del territorio se estipuló los atributos y valores de los lugares representativos como: turísticos, culturales, gastronómicos y de aventura más sobresalientes, apuntando a la incubación de las estrategias experienciales de reconocimiento de la mancomunidad.

En el proceso de investigación fue inesperado encontrar un territorio poseedor de riqueza en tradiciones y costumbres. En este contexto, los intangibles son imprescindibles en la creación de valor (Daum, 2003) y para construir una percepción que evoque ciertos beneficios, cualidades y emociones sobre lo que ofrece ese territorio (López & Benlloch, 2005). Por tanto, los intangibles tienen que ser gestionados de forma adecuada por los territorios, debido a que: (1) tienen una elevada capacidad de diferenciación, (2) son difíciles de copiar, (3) generan empatía y atracción emocional entre los grupos de interés, y (4) son capaces de atenuar los efectos de

las crisis (Villafañe, 2005).

En el proceso de recolección de información se obtuvo dos lineamientos, los cuales deducen que el proyecto debe manejar dos perfiles turísticos, a los cuales fueron encaminados las estrategias de branding emocional. Obteniendo como perfil primario a los turistas nacionales, el cual busca una concepción de situaciones y actividades culturales, evocadas en tradiciones y costumbres peculiares, folclóricas y distintivas que generen una curiosidad y emocionalidad con fuerte sentimiento de atracción. Posteriormente tenemos el perfil secundario el turista extranjero, aquel que busca aventura, emoción y adrenalina, el que está dispuesto a conocer rutas dinámicas, situaciones conectadas con la naturaleza y sus paisajes, buscando recorrer y asombrarse con imponentes y seductores atractivos, que intrínsecamente desean cargas emocionales con experiencias al límite que les funden buenos recuerdos.

Si bien es cierto, el análisis de la estructura de la mancomunidad y la percepción de su posicionamiento turístico es importante, el tratamiento de la categoría atributos y valores, la recolección de esta información es clave para el desarrollo del recorrido turístico, ya que, determinará los símbolos o elementos que se registrará en la extracción de su naturaleza identitaria, como el concepto marcario, que se manejará y los parámetros que pueden exponer en cuanto a la tradición, e identidad cultural. Además, es importante destacar los argumentos en el contexto teórico que se obtuvo en la investigación que coincidieron con los resultados del levantamiento de la información, con el FODA se determinó los ejes principales en él y el análisis PASTE logró una visión a profundidad de las características del entorno del territorio.

CONCLUSIONES

Se concluye que la mancomunidad, corredor productivo ambiental Mirador de los Volcanes, cuenta con un inventario

de atractivos turísticos primordialmente de orden natural. El principal, es el nevado Altar, que constituye el destino predilecto de los turistas nacionales y extranjeros. En la ruta, destacan además los accidentes geográficos que guardan una exuberante y particular flora y fauna. Además, la mancomunidad posee una riqueza cultural que se evidencia en distintas fechas de feriado del año así tenemos carnaval, semana santa, finados y las fechas específicas dedicadas a los santos de cada territorio. El principal recurso de la estrategia de branding es la construcción de experiencias que invitan a los turistas a recorrer los territorios de dos formas, en automotor por las vías principales y en bicicletas en vías primarias y secundarias. El Mapa Recorrido Turístico contribuye a comunicar, persuadir y orientar a los públicos objetivos e incidir directamente para generar desarrollo social comunitario. De igual manera el estudio de mercado fundamenta la necesidad de crear una marca turística (*destination brand*) para la mancomunidad.

REFERENCIAS

- Anholt, S. (2004). Place branding. Editor's foreword to the first issue.
- Blain, C., Levy, S., & Brent Ritchie, J. R. (2005). Insights and Practices from Destination Management Organizations. *Destination Branding*, 43(4), 328-338.
- Boisier, S. (2001). Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local.
- Rosario: Editorial Homo Sapiens.
- Daum, J. H. (2003). *Intangible Assets and Value Creation*. Chichester: Wiley.
- Del Ecuador, A. C. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Tribunal Constitucional del Ecuador. Registro oficial Nro, 449, 79-93. Obtenido de www.lexis.com.ec
- De-San-Eugenio, J., & Ginesta, X. (2020). El branding territorial ante los nuevos desafíos de la sociedad. Comunicación y diversidad.
- DESCENTRALIZACIÓN, A. Y. (2011). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).
- Félix, A. &. (2013). Desarrollo de estrategias de posicionamiento. *Revista Perspectivas*, 39-56.
- Fernández, C., & López, M. (2013). Communication, destination brands and mobile applications. *Communication & society*, 26(2), 95-113. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973613000512>
- Fernández, J. (2011). Ciudades, regiones y países como marcas: luces y sombras del place branding. *luces y sombras del place branding*, 103-113.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de Investigación*. Paidós.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. Herrera, C. (2018). Evaluación del Plan de Desarrollo del Gobierno Autónomo Descentralizado
- Parroquial Rural Guanando, cantón Guano, provincia de Chimborazo, del año 2015.
- Holden, A. (2003). In need of new environmental ethics for tourism. *Annals of Tourism research*, 94-108.
- INPC. (2021). Gobierno del Ecuador. Obtenido de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/nuestro-patrimonio/#>
- López, R., & Benloch, M. (2005). De la marca comercial a la marca territorio. *Revista de Pensament, Análisi*, 5, 87-100.
- Lucarelli, A. (2018). Place branding as urban policy: the (im)political place branding. 12-21.
- Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.08.004>
- Muñoz, D. G., & Rodríguez, R. T. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos en la provincia de

- Manabí, Ecuador. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), 385-400.
- Osorio, L. (2015). Experiencias del branding como estrategia para el posicionamiento en el mercado internacional. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 15(1).
 - Pérez, M. (2004). *Manual del Turismo Sostenible*.
 - Río-Cortina, J. L., Cardona-Arbeláez, D., & Guacarí-Villalba, A. (2017). Responsabilidad social empresarial y construcción de la marca. una nueva mirada a las estrategias de gestión. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 8(1), 49-60.
 - Rivera, J., & Bassotti, G. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020. Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp>
 - Torres González, K. E. (2021). *Demanda turística internacional; elementos que incentivan el gasto turístico. Un análisis econométrico de datos de panel 1995-2017*.
 - Toselli, C. (2019). *Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbnmnni-bpcajpcglclefindmkaj/https://www.pasosonline.org/Publicados/17219/PS219_07.pdf
 - Valera, F., & Silva, E. (2012). *Guía de capacitación en educación ambiental y cambio climático*.
 - USAID, CDCT y The Nature Conservancy.
 - Velasco, M., & Martínez, M. (2017). *Muestreo probabilístico y no probabilístico*.
 - Villafañe, J. (2005). *La gestión de los intangibles empresariales. Comunicación e Sociedade*, 8, 101-113.
 - Williams, p. (2006). *Destination branding and skier environmental attitudes. Marketing Efficiency in Tourism: Coping with Volatile Demand*, 81-92.



James Branch Cubell · BREWER



EXIT



MAR 1968



STAN

Estrategias de aprendizaje y motivación en los estudiantes de la carrera de educación inicial modalidad en línea de la Universidad Técnica del Norte

Juan Fernando Jaramillo Mantilla
 jfjaramillo@utn.edu.ec
 Universidad Técnica del Norte

Ibeth Alejandra Montenegro Usiña
 iamontenegrou@utn.edu.ec
 Universidad Técnica del Norte

Jefferson Stalin Portilla Villarreal
 jsportillav@utn.edu.ec
 Universidad Técnica del Norte

Katherine Cristal Sevilla Ruano
 kcsevilla@utn.edu.ec
 Universidad Técnica del Norte

Recepción Sep. 02, 2022

Aceptación Nov. 22, 2022

RESUMEN

El Rendimiento Académico en estudiantes universitarios, es un interés de estudio dentro de la comunidad científica; por otra parte, se ha estudiado la importancia que pueden tener los procesos internos y como estos pueden influir en el aprendizaje, donde resalta la motivación. En este contexto, se desarrolló esta investigación, centrada en determinar la relación entre las estrategias de aprendizaje y la motivación en universitarios de la carrera de educación inicial en modalidad en línea de la Universidad Técnica del Norte. Destaca en este trabajo, el enfoque cuantitativo, y el alcance descriptivo y correlacional, además de un diseño de la investigación no experimental, de tipo transversal. Participaron 199 estudiantes a quienes se aplicó el Cuestionario de Motivación y Estrategias de Aprendizaje (forma corta), la cual fue aplicada mediante formato digital en la aplicación Forms; los cuales fueron migrados al SPSS para la tabulación respectiva. Los resultados obtenidos más relevantes, muestran que el total de sujetos en cierta medida ponen en práctica herramientas para mejorar el rendimiento y participar activamente en el aprendizaje, así como mantener un alto nivel de motivación. Utilizando la prueba de hipótesis Chi-cuadrado, se identifica que existe una relación moderada (V de Cramér) entre las estrategias de aprendizaje y la motivación entre los encuestados ($p < .05$). Por ende, se puede concluir que los universitarios mantienen razones que los impulsen a aprender y para esto usan estrategias que los acerquen a cumplir metas establecidas en el contexto académico.

Palabras clave: rendimiento académico, estrategias, aprendizaje, motivación, estudiantes.

Learning Strategies and Motivation in the Online Undergraduate Students of Elementary Education Teaching Program at Universidad Técnica del Norte

ABSTRACT

Academic Performance in university students is a relevant topic within the scientific community. On the other hand, the importance that internal processes can have and how they can influence learning has been studied, where motivation stands out. This research focuses on the relationship of learning strategies and motivation applied by online undergraduate students of Elementary Education Teaching Program to achieve goals in the academic context. The research has a quantitative approach, and within the framework of this, its scope is descriptive and correlational, the design of the research is non-experimental and its type is transversal. 199 students participated to whom the Motivation questionnaire and Learning Strategies was applied in digital format in Forms, once the data was obtained, these were migrated to the SPSS for the respective tabulation. The results obtained show that the total number of subjects to some extent put into practice tools to improve performance and actively participate in learning and maintain a high level of motivation. As for the relationship of the variables, Pearson's Chi-square test yielded a p-value less than 0.05, therefore, there is a relationship between learning strategies and motivation which through the V of Cramer test could be evidenced is a moderate relationship. In conclusion, although the relationship is moderate, the two variables almost come to an equal, implying that university students maintain reasons that encourage them to learn and for this they use strategies that bring them closer to meeting goals established in the academic context.

Keywords: academic performance, learning, strategies, motivation, students.

INTRODUCCIÓN

El Rendimiento Académico (RA) en estudiantes universitarios, es un interés de estudio dentro de la comunidad científica, puesto que la connotación e importancias en el desarrollo de su formación profesional está marcada por como este elemento juega un rol preponderante en el éxito y consecución de un título universitario. Muchos son los factores que pueden influir RA de los estudiantes, sin embargo, el interés por el estudio de los procesos cognitivos y los procesos de aprendizaje como lo indica Cardoso (2008) es a partir de los años 80. Por otra parte, Shulman (1986), menciona que el interés por el estudio de los procesos de aprendizaje, se originan alrededor de los años 60 en lo que se conoció como “revolución cognitiva”, dejando de lado modelos que acentuaban el aprendizaje basado en la enseñanza y rendimiento. Es a partir del estudio de las conductas cognitivas, que surge la necesidad de desarrollar investigaciones, buscando dar énfasis a la importancia que pueden tener los procesos internos y como estos pueden influir en el aprendizaje, entre los cuales resalta la motivación. Estos estudios también muestran sus primeros pasos en la década de los 60, siendo modelos que genéricamente se denominan “modelos de expectativa y valores”, derivando en la te-

oría de la motivación y logro de Atkinson (1996), donde resaltan los componentes determinantes de la motivación.

Como resultado de estas dos líneas de investigación, surge en los años 70 una propuesta integradora, dejando como resultado un conjunto de preceptos teóricos acerca de la práctica educativa. De esta manera se marcando la asignación de relaciones entre la motivación, las estrategias de aprendizaje (EA) y el rendimiento de los estudiantes en diversos niveles académicos (Cardoso, 2008). Por su parte Weiner (1985), menciona que, en la concepción cognitiva de la motivación, la percepción y las cogniciones de los estudiantes son cruciales para el rendimiento en tareas académicas.

Las EA para Vásquez (2020) son series de ordenamientos o técnicas orientadas hacia la adquisición de metas de aprendizaje, mientras que los ordenamientos específicos dentro de esa secuencia se denominan formas de aprendizaje. Este aporte si bien nos permite tener una definición clara que puede considerar métodos como la administración de tiempo y aprendizaje entre pares, es relevante enfatizar que podría dejar de lado otras destrezas relevantes (Larruzea-Urkixo & Ramírez, 2020). Por lo dicho, las EA además de usarse en conjunto, deben ser parte de un aprendizaje activo, dinámico y que permita a los estudiantes desarrollar habilidades. Por su parte Sepúlveda-Vildósola et al. (2015), definen a la motivación como el motor del aprendizaje, el cual incentiva el desarrollo de este proceso (energiza y dirige la conducta), formando parte activa del accionar del estudiante; otro aporte que podemos citar es el de Carrillo et al. (2009), quienes refieren que las personas actúan porque tienen ideas, deseos y metas que las impulsan y la motivación depende de la voluntad. El factor de la motivación actúa de forma recíproca con el aprendizaje, la dirección hacia la culminación de un objetivo se da con frecuencia, de manera que para alcanzar los conocimientos deseados debe existir algo que anime a la

persona a adquirir nueva información. Además, la responsabilidad a la que somete la obtención de las metas un estudiante, así como la percepción y conductas son los componentes que conforman la motivación (Angulo & Ramírez, 2020). Aquí podemos identificar la relación entre la motivación, y las EA, variables que son de interés en el presente estudio, donde se considera investigaciones similares realizadas en otros contextos, como es el caso de la investigación llevada a cabo por Morales-Cadena et al. (2017), quien sostiene que la relación de la motivación y el aprendizaje yace en tres elementos vinculados entre sí los cuales son: el docente, el alumno y la institución de educación. Por ende, las EA y la motivación son elementos altamente importantes para lograr un conocimiento significativo, ya que como hemos analizado, le brindan al estudiante habilidades y hábitos para la apropiación de conocimientos necesario para enfrentar actividades educativas con éxito.

Con el presente estudio, se busca enfatizar la necesidad de generar investigaciones de este tipo en el contexto ecuatoriano, brindando un aporte significativo a nuevos modelos cognitivos y de aprendizaje, considerando a la motivación como una estrategia poderosa en el aprendizaje, dejando de lado modelos tradicionales y obsoletos. En este sentido, Pintrich y Schrauben (1992), comentan que, aunque se integran múltiples factores, se considera que los cognitivos y motivacionales y sus relaciones, son los que ejercen una influencia más directa en el compromiso del estudiante con su rendimiento académico. Estos autores, además, son los creadores del Modelo Integral de Aprendizaje Autorregulado (1992), mismo que se apoya en una concepción social-cognitiva de la motivación y de las estrategias de aprendizaje; el estudiante es procesador activo de la información, donde las creencias y cogniciones, son mediadores importantes de su desempeño. Al respecto, Zimmerman (1994) refiere que el modelo enfatiza la interfaz entre la motivación y la cog-

nición. Basado en dicha teoría, desarrollaron el instrumento Motivated Strategies for Learning Questionnaire (MSLQ) (Pintrich, Smith, García y McKeachie, 1991), enfocado a medir aspectos motivacionales y de estrategias de aprendizaje, mismo que fue utilizado para el levantamiento de información.

A partir del camino tomado por cada persona para cumplir objetivos de adquisición de información, es así como cada estudiante enfrenta una nueva etapa que resultará relevante para toda su vida. Las habilidades que haya desarrollado el individuo a lo largo de su etapa previa a la educación superior son las que sirven para la obtención de metas, sin embargo, cada persona posee diferentes estrategias que le resulten útiles en el ámbito académico (Vásquez, 2020).

En la actualidad el estudiante universitario se desenvuelve en una sociedad de constante actualización del conocimiento, es por esto por lo que es necesario conocer cuál es la relación de las estrategias de aprendizaje y la motivación utilizadas por los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte de la carrera de Educación inicial en línea, puesto que como afirma Navea Martín (2016), el contexto universitario es un entorno en donde el interés de nuevos conocimientos ya no es acompañado en gran medida por los docentes o padres; dejando una alta relevancia a las habilidades que el estudiante haya logrado alcanzar previamente a la etapa universitaria, siendo estas las que podrían garantizar su éxito y la obtención de metas, ya que al parecer cada persona posee diferentes estrategias en la adquisición del aprendizaje y desempeño académico.

METODOLOGÍA

Diseño

Se consideró un enfoque cuantitativo, y en el marco de este su alcance es descriptivo y correlacional, puesto que se busca definir y cuantificar las variables de estudio para identificar la relación que pueden tener (Hernández-Sampieri & Mendo-

za, 2018). El diseño de la investigación es no experimental y su tipo es transversal porque la información recogida se dio en un determinado y único espacio de tiempo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Instrumentos

Se usó el Cuestionario de Motivación y Estrategias de Aprendizaje Forma Corta – MSQF SF (por sus siglas en inglés Motivated Strategies for Learning Questionnaire), diseñado por Pintrich y colaboradores (1991); en la versión validada en Colombia por Sabogal et al. (2011) y Masso et al. (2021). Esta última versión, consta de 37 ítems distribuidos en dos factores principales: motivación y estrategias de aprendizaje que a su vez cada uno contiene factores específicos. El formato en el que se presenta la escala es de tipo Likert con cinco alternativas de respuesta siendo 1 nunca, 2 rara vez, 3 a veces, 4 a menudo y 5 siempre. Para determinar el nivel de confiabilidad de este instrumento se hizo un pilotaje con 30 estudiantes, obteniendo un alfa de Cronbach de 0,8482 el mismo que es considerado como bueno, por lo que el instrumento resulta ideal para el estudio de la motivación y las estrategias de aprendizaje.

Hipótesis

La hipótesis general con la que se trabajó o hipótesis general de la investigación fue: existe una correlación entre la motivación y las estrategias de aprendizaje en los estudiantes de la carrera de Educación Inicial (Online) de la Universidad Técnica del Norte.

Participantes

La población o universo a estudiarse está constituida por 285 estudiantes de los cuales se tomó como participantes una muestra probabilística de 199 universitarios pertenecientes a los niveles 1, 2, 3 y 4 quienes cursan sus estudios en la Universidad Técnica del Norte. Los estudiantes participantes, predominantemente son de sexo mujeres, ya que representan el 96,5%

(192), siendo hombres tan solo el 3,5% (7); la media de edad es de 24,65 años, en rangos de edad de entre los 18 a 45 años; mientras que por autoidentificación étnica encontramos al 91,5% mestizos, seguido del 6% que representan los indígenas y un 2% de afrodescendientes; respecto al estado civil la gran mayoría estaría en condición de soltería siendo el 70,9% (141), seguido de casados que serían el 15,1%.

Procedimiento

El instrumento pasó por un proceso de adaptación en la redacción de las preguntas, de acuerdo con el contexto cultural en el que se realiza el estudio. Para la aplicación definitiva del test, cada una de las preguntas se subieron a la plataforma Forms, obteniéndose un enlace que fue distribuido a los estudiantes de la carrera de Educación Inicial (Online) a través de la coordinadora de la misma. Los estudiantes tuvieron 15 días para contestar el test, el mismo que tenía un tiempo aproximado para responder de 10 minutos. Una vez que se obtuvo los datos en Forms estos fueron migrados al software SPSS versión 25 para la tabulación respectiva. Finalmente, el análisis de los datos se realizó utilizando algunos estadísticos (Chi Cuadrado y V de Cramér).

Resultados y Discusión

En los resultados del factor principal de estrategias aprendizaje (tabla 1) se puede destacar que ningún estudiante seleccionó la opción “nunca”, es decir que en mayor o menor medida todos emplean estrategias de aprendizaje, esto resulta alentador, ya que todos en algún nivel ponen en práctica herramientas para mejorar el rendimiento y participar activamente en el aprendizaje. El uso de las estrategias de aprendizaje concuerda con lo mencionado por Navea Martín (2016) quien sostiene que el nivel de educación universitaria es común como las personas empiezan a buscar o desarrollar aptitudes para cimentar nuevo conocimiento conforme se presentan retos, se usen los conocimientos anteri-

ores, exista motivación y proyección hacia el futuro.

Tabla 1
Factor estrategias aprendizaje

Válido	Nunca	0	0	0
	Rara vez	1	,5	,5
	A veces	37	18,6	19,1
	A menudo	138	69,3	88,4
	Siempre	23	11,6	100,0
	Total	199	100,0	

En cuanto a las estrategias usadas por los estudiantes (tabla 2), destaca la regulación del esfuerzo, es decir que los universitarios a menudo se esfuerzan por la realización de tareas o complicaciones que se les presente en el estudio, si bien es una estrategia usada por un gran número de universitarios se contrapone a los resultados encontrados por Vásquez (2020) en donde la regulación del esfuerzo fue la menos utilizada en el contexto universitario; sin embargo en otro estudio llevado a cabo por Sepúlveda-Vildósola (2015) la regulación del esfuerzo se ubica entre puntajes medios-altos, entonces podría decirse, que tanto el manejo del tiempo como la disposición para esforzarse en actividades poco llamativas van de la mano y pueden variar en cada grupo de estudiantes, en este caso son las más usadas, lo cual es un buen indicador sobre cómo los estudiantes consiguen encontrar el entorno y horarios idóneos que minimicen las distracciones para así lograr un aprendizaje óptimo.

Ubicándose entre los indicadores de a menudo o cercanas a este, es claro el uso frecuente de estrategias cognitivas y metacognitivas en el proceso de aprendizaje en el contexto universitario, siendo aquellos comportamientos planificados para hacer frente a una situación problemática respecto al aprendizaje, usados en su gran mayoría junto a habilidades para organizar el propio proceso de adquisición de conocimiento. Piovano et al. (2018) estima que un porcentaje alto de estudiantes saben cuáles son los propósitos y normas para enfrentar conflictos de aprendizaje, pero a pesar de esto son poco capaces de hacer uso de más estrategias de aprendizaje con la misma eficacia que las metacognitivas. Es decir que, si bien las estrategias de cognición y metacognición son un punto fuerte en los universitarios, tienden a estar por sobre otras como la administración del tiempo y recursos que es igual de importante.

Tabla 2
Factores específicos de estrategias de aprendizaje

		Mínimo	Máximo	Media
Estrategias cognitivas y metacognitivas	Elaboración	2	5	3,64
	Organización	2	5	4,17
	Autorregulación meta conductual	2	5	3,65
Componente de valor	Metas orientación intrínseca	2	5	4,01
Estrategias de gestión de recursos	Administración tiempo recursos	2	5	4,18
	Autorregulación del esfuerzo	3	5	4,53
N de casos válidos				199

En la motivación (tabla 3) se observa que el porcentaje acumulado de las tres últimas alternativas de respuesta (98,5%) es muy alto y si bien no es igual al de las estrategias de aprendizaje es un indicador positivo de los dos pilares en los que se sustenta el aprendizaje. Según Ventura et al. (2017) los motivos por los que un estudiante elige realizar una tarea, la persistencia en llevarla adelante y el esfuerzo invertido para resolverla implica una expectativa optimista y objetivos claros

para conseguir un fin. En este sentido los estudiantes de Educación Inicial en línea mantienen un alto nivel de motivación que casi llega a equipararse con el uso de las estrategias de aprendizaje. En este sentido la motivación resulta un proceso constante en donde los alumnos son capaces para realizar una tarea, lo que lleva a que se motiven en ser constantes, pasen a sentir éxito y como consecuencia seguir motivados (Polanco, 2005).

Tabla 3
Factor motivación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Rara vez	3	1,5	1,5
	A veces	39	19,6	21,1
	A menudo	142	71,4	92,5
	Siempre	15	7,5	100,0
	Total	199	100,0	

Al analizar la motivación de los estudiantes (tabla 4) se puede apreciar que tanto el componente afectivo como el componente de valor si bien no son iguales, se asemejan, siendo en el primero que casi a menudo existen respuestas emocionales cuando surge una tarea por realizar y en el segundo de la misma manera casi a menudo hay metas y la convicción de la relevancia que tienen las tareas González (1996). En el factor específico de ansiedad, los alumnos se muestran preocupados por lo que hay que hacer para aprobar más que por aprender realmente. Es sabido que la

ansiedad se conforma por elementos relacionados a la cognición y las emociones, que se reúnen en torno a la inquietud por que algo pase (Ventura et al., 2017). En este caso aquel evento inevitable es el proceso de evaluación, la metodología para evaluar los conocimientos del estudiante, sin embargo, independientemente de la forma, siempre existe inquietud pues un examen es inminente, todo esto explica porque casi todos los estudiantes llegan a experimentar niveles de ansiedad en el curso de su carrera.

Tabla 4
Factores específicos de motivación

		Mínimo	Máximo	Media
Componente afectivo	Ansiedad	2	5	3,72
Componente de valor	Componente valor motivación	3	5	3,95
N casos válidos				199

Demostración de Hipótesis

Prueba de Chi cuadrado

En la presente investigación se determina si hay relación entre la variable “estrategias de aprendizaje y la variable “motivación”; para lo cual se planteó las hipótesis del investigador: Existe una relación estadísticamente significativa entre las estrategias de aprendizaje y la moti-

vación; como hipótesis nula se planteó: No existe una relación entre las estrategias de aprendizaje y la motivación.

Como se puede apreciar (tabla 5), el p-valor es menor a 0.05, por lo tanto, acepta la hipótesis de investigación, es decir que se demuestra la existencia de una relación estadísticamente significativa entre las estrategias de aprendizaje y la motivación.

Tabla 5

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	87,190 ^a	9	,000
N de casos válidos	199		

Al determinar la fuerza de la asociación de las variables, con la medida del tamaño del efecto para la prueba chi-cuadrado V de Cramér (tabla 6), el

valor obtenido es de 0.382, por esta razón las variables están asociadas de forma moderadamente.

Tabla 6

Medida del tamaño del efecto para la prueba chi-cuadrado

	Valor	Significación aproximada	Significación exacta
Nominal por Nominal V de Cramer	,382	,000	,000
N de casos válidos	199		

CONCLUSIONES

A través de una revisión teórica se logró establecer que la motivación y las estrategias de aprendizaje mantienen una importante interacción en la adquisición del aprendizaje de los estudiantes universitarios, para lo cual debe existir algo que los anime a adquirir nueva información. Llevado a la práctica, se pudo comprobar que existe relación estadísticamente significativa (prueba chi-cuadrado V de Cramér), ya que los niveles en las dos variables casi llegan a equipararse; identificándose como la motivación se encuentra sujeta a las estrategias de aprendizaje, ya que

pese a problemas que pudieran enfrentar los estudiantes (exámenes, evaluaciones o pruebas), estos, administran su tiempo para estudiar y mantener una buena perspectiva sobre cuán importantes son los conocimientos nuevos que están adquiriendo.

Con respecto a las estrategias de aprendizaje utilizadas por los estudiantes de la carrera de Educación Inicial en línea, se puede concluir que la autorregulación del esfuerzo es la más frecuente, siendo esta una habilidad para gestionar de manera eficaz los momentos dedicados al estudio para conseguir las metas fijadas.

RECOMENDACIONES

En la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad técnica del Norte, existen variadas carreras (18), las cuales pueden tener contenidos diferentes y por tanto requerir el uso de estrategias de aprendizaje variadas para adherir los contenidos de cada asignatura, dependiendo de su dinámica y complejidad, por tal motivo, se recomienda ampliar la población de estudio para identificar qué estrategias son usadas con mayor frecuencia en diferentes carreras en las que existen fortalezas y debilidades en distintas áreas de estudio. Esto permitirá, además, tener una población estadísticamente más significativa y proporcionar resultados concretos, que pueden orientar estrategias puntuales en cada carrera, buscando fortalecer el aprendizaje de los universitarios.

REFERENCIAS

- Aguilar, P., & Hernández, M. (2022). La motivación como factor en el aprendizaje de idiomas: importancia de las estrategias. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 3(20), 1-12. Recuperado el 13 de 08 de 2022, de <https://dilemas-contemporaneoseduccionpolitica-yvalores.com/index.php/dilemas/article/view/3189/3174>.
- Alemán Marichal Bárbara, N. d. (2018). Encinas Alemán Thalía de la Caridad. La motivación en el contexto del proceso enseñanza-aprendizaje en carreras de las Ciencias Médicas. *Rev.Med.Electrón. [Internet]*, 40(4), 1257-1270. Recuperado el 14 de 08 de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242018000400032&lng=es.
- Alvarado Azaña, G. E. (2021). Estrategias de aprendizaje y la motivación de logro de los estudiantes del 2do ciclo de la Universidad Nacional del Callao, Lima. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores.*, 8(3), 1-21. Recuperado el 13 de 08 de 2022, de [.https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i3.2637](https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i3.2637).
- Ajello, A. M. (2003). *La motivación para aprender*. España: Popular.
- Alonso, C. M. (1994). *Los estilos de aprendizaje: Procedimientos de diagnóstico y mejora*. Bilbao: mensajero.
- Amaya, J. &. (2009). *Estrategias de aprendizaje para universitarios*. México: DF: Trillas.
- Angulo, C. V., & Ramírez, O. C. (2020). Evaluación de la competencia de aprendizaje autorregulado en función del nivel educativo y el género de alumnado de carreras administrativas. *Perfiles Educativos*, 42(169), 8-20.
- Boekaerts, M. y. (2005). Self-regulation in the classroom: A perspective on assessment and intervention. *Applied Psychology: An International Review*.
- Bojórquez, J. (2015). Ansiedad y rendimiento académico en estudiantes universitarios. .
- Díaz Barriga, F. y. (2010). *Estrategias Docentes para un aprendizaje significativo*. México: Mac Graw Hill.
- Ertmer, P. &. (1993). Conductismo, cognitivismo y constructivismo: una comparación de los aspectos críticos desde la perspectiva del diseño de instrucción. *erformance Improvement Quarterly*.
- Felder, M. y. (1988). *Learning and Teaching Styles*. . Engineering.
- Feldman, R. (2005). "Psicología: con aplicaciones en países de habla hispana". México: McGrawHill.
- Ferreiro, R. (2006). *Estrategias didácticas del aprendizaje cooperativo*. Madrid: Trillas.
- Fierro, A. (1990). "Personalidad y aprendizaje en el contexto escolar". Madrid: Alianza Editorial.
- Glaser, G. y. (1987). *Enseñando a aprender*. Obtenido de <http://www.paideavirtus.cl/mce/PDFS/Ensenando.pdf>
- González, A. (2005). *Motivación aca-*

- démica. Madrid: Psicología Pirámide.
- González-Pianda, J. A. (1997). Autoconcepto, autoestima y aprendizaje escolar. *Psicothema*.
 - Hernández, F. R. (2010). Impacto de un programa de autorregulación del aprendizaje en estudiantes de Grado. *Revista de Educación*.
 - Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
 - Hidi, S. y. (1992). Situational interest and its impact on reading and expository writing. Hillsdale: NJ: Erlbaum.
 - Hodson, W. y. (1999). Discover you child Learning Styles. California : Prima Publishing.
 - Kuhn, T. (2009). Los Paradigmas de la Educación. Monterrey.
 - Larruzea-Urkixo, N., & Ramírez, O. C. (2020). Diferencias individuales en aprendizaje autorregulado de estudiantes de los Grados de Educación: Género, especialidad, notas y desempeño académico. *Revista de Investigación Educativa*, 38(2), 453-473.
 - Lens, W. y. (2008). Motivation and self-regulated learning. Theory, Research and Applications. New York: Lawrence Erlbaum.
 - Marquès, P. (2001). La enseñanza, buenas prácticas. Obtenido de La motivación: <http://peremarques.pangea.org/actodid.htm>
 - Maslow, A. (1968). Some educational implications of humanistic psychologies. Boston : Educational Review.
 - Masso, J., Romero, M., Fonseca, L., & Gallego, A. (2021). Cuestionario de Motivación y Estrategias de Aprendizaje Forma Corta – MSLQ SF en estudiantes universitarios: Análisis de la Estructura Interna. Fundación Universitaria Los Libertadores.
 - McCLELLAN, D. (1989). Estudio de la motivación Humana. Madrid : Narcea.
 - Navea Martín, A. (2016). El aprendizaje autorregulado en estudiantes de ciencias de la salud: recomendaciones de mejora de la práctica educativa. *Educación Médica*, 19(4), 193-200.
 - Paoloni, P. (2006). Estudio de la motivación en contexto. Papel de las tareas académicas en la universidad. Río Cuarto.
 - Pintrich, P. y. (1996). Motivation in education. Theory, research and implications. Englewood Cliffs: NJ: Prentice-Hal.
 - Piovano, S., Roisen, É., Fischer, C., Rodríguez, G., & Victorero, B. (2018). Estrategias de aprendizaje que utilizan los estudiantes de 1º año de los departamentos de Psicología y Ciencias Pedagógicas, Administración y Ciencias Sociales y Sistemas de una Universidad Privada. *Revista Argentina de Educación Superior*, 10(17), 98-114.
 - Sabogal, L., Barraza, E., Hernández, A., & Zapata, L. (2011). Validación del Cuestionario de Motivación y Estrategias de Aprendizaje Forma Corta – MSLQ SF, en estudiantes universitarios de una institución pública-Santa Marta. *Psicogente*, 14(25), 36-50.
 - Sanhueza Lesperguer, E. D., & Otondo Briceño, M. (2020). Metodologías activas en educación superior para mejorar los procesos de aprendizaje en estudiantado de enfermería. *Index de Enfermería*, 29(4).
 - Schmeck. (1998). An introduction to strategies and styles of learning. New York: Academic Press.
 - Schunk. (1991). Learning theories an educational perspective. New York: McMillan.
 - Schunk, D. (1991). Learning theories. An educational perspective. New York : McMillan.
 - Sepúlveda-Vildósola, A. C., Carrada-Legaria, S., & Reyes-Lagunes, I. (2015). Motivación y estrategias de aprendizaje en residentes de pediatría. *Gaceta Medica de Mexico*, 151(4),

477-484.

- Stegers-Jager, K. M. (2012). Motivations learning strategies, participation and medical school performance. *Medical Education*.
- Tourón, J. (1992). *Autoconcepto y Rendimiento Escolar: Sus Implicaciones en la Motivación y en la Autorregulación del Aprendizaje*. Pamplona: EUNSA.
- Trechera, J. L. (15 de Febrero de 2005). Saber motivar. Obtenido de ¿El palo o la zanahoria?: : <http://www>.
- Vásquez, A. S. (2020). Estrategias de aprendizaje de estudiantes universitarios como predictores de su rendimiento académico. *Revista Complutense de Educación*, 32(2), 159-170.
- Ventura, A., Cattoni, M., & Borgobello, A. (2017). Aprendizaje autorregulado en el nivel universitario: Un estudio situado con estudiantes de psicopedagogía de diferentes ciclos académicos. *Revista Electrónica Educare*, 21(2), 1-20.
- Woolfolk. (2002). *Psicología de la educación*. México: Programas educativos.



Aprendizaje basado en problemas como estrategia didáctica en la enseñanza de funciones exponenciales y logarítmicas

Hernández-Martínez Marco Antonio
marco.hernandez@educacion.gob.ec
Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre

Molina Patiño Evelyn Karina
ekmolinap@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Mayaquer-Barreto Jhoana Carolina
Jcmayanquer17@tecnologicoitca.edu.ec
Instituto Tecnológico Superior José Chiriboga Grijalva

Minayo-Echeverría Nancy Aracely
naminayo@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Morales-Gramal Lady Joselyn
ljmoralessg@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Recepción Sep. 12, 2022
Aceptación Nov. 29, 2022

RESUMEN

Debido a la existencia de un bajo rendimiento académico, memorización y ejecución de algoritmos bridados por docentes de matemáticas, por lo general, implica estudiantes con un bajo desarrollo del razonamiento lógico y dificultades para relacionar los conceptos matemáticos con aspectos del entorno. El presente artículo tiene como objetivo determinar si la estrategia metodológica Aprendizaje Basado en Problemas para la enseñanza del capítulo de matemáticas “Funciones Exponenciales y Logarítmicas” se relaciona con el rendimiento académico en Matemáticas. La investigación es cuasiexperimental, con alcance descriptivo y relacional; se trabajó con 289 estudiantes de los terceros años de bachillerato en una institución educativa fiscal de Ibarra, provincia Imbabura (Ecuador), con el capítulo de la asignatura de Matemáticas: Funciones Exponenciales y Logarítmicas, en el año 2021; se les aplicó un test con la finalidad de medir su rendimiento académico y determinar diferencias. Los resultados obtenidos en la presente investigación logran evidenciar la existencia de una diferencia significativa en su rendimiento académico en sentido positivo como consecuencia de la metodología aplicada. Con un 95% de confianza se ha determinado que los estudiantes que han trabajado con la estrategia metodológica Aprendizaje Basado en Problemas tienden a mejorar su rendimiento académico en matemáticas.

Palabras clave: Aprendizaje basado en problemas, estrategias metodológicas, aprendizaje de las matemáticas, rendimiento académico.

Problem-based Learning as a Didactic Strategy while Teaching Exponential and Logarithmic Functions

ABSTRACT

Due to the existence of a low academic performance, memorization and algorithms execution taught by mathematics teachers, in general, implies students with low logical reasoning and difficulties development to relate mathematical concepts with aspects of the environment. The objective of this research is to determine if the problem-based learning methodological strategy for teaching the mathematics chapter “Exponential and Logarithmic Functions” is related to academic performance in Mathematics. The research is quasi-experimental, with a descriptive and relational scope; We worked with 289 students from the third years of high school in a public educational institution in Ibarra, Imbabura province (Ecuador), with the chapter of Mathematics subject: Exponential and Logarithmic Functions, in the year 2021; a test was applied to them in order to measure their academic performance and determine differences. The results obtained in this research demonstrate the existence of a significant difference in their academic performance in a positive sense as a consequence of the applied methodology. With 95% confidence, it has been determined that students who have worked with the Problem-Based Learning methodological strategy tend to improve their academic performance in mathematics.

Keywords: Problem-based learning, methodological strategies, mathematics learning, academic performance.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad dentro de las instituciones educativas fiscales existen dificultades en el proceso de enseñanza y aprendizaje, las mismas que en cierta medida se relacionan con la motivación y el interés. A la mayoría de los estudiantes no les gusta las matemáticas o no les despierta su interés, relacionándose con los métodos tradicionales que el docente aplica en su aula, con lo que se han provocado desarrollos de actividades mecánicas, sin mayor reflexión, dando origen a un trabajo en el aula donde el estudiante es pasivo y no es el actor principal en la adquisición de sus nuevos conocimientos. (Zambrano, 2020).

La estrategia metodológica Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) surge como una propuesta innovadora de aprendizaje activo centrado en el estudiante (Morales & Victoria, 2004), en este sentido, el presente trabajo tiene como propósito el análisis de la estrategia ABP y su implementación en la enseñanza del capítulo de Funciones Exponenciales y Logarítmicas con los estudiantes de Tercero de Bachillerato y determinar el impacto de su aplicación en la enseñanza de las matemáticas.

De acuerdo a Barrows (1986), al emplear el ABP se toma como fundamento a la resolución de problemas para la construcción y consolidación de los cono-

cimientos, por otra parte, según Escribano (1992) el sistema dinámico ABP demanda la involucración activa de los estudiantes en su propio aprendizaje hasta llegar en cierta medida a establecerse un escenario de formación autodirigida.

Además, Molina (2015) nos dice que son los alumnos quienes escogen las actividades que les resultaran más atractivas y que les motivasen para organizarse en grupos y resolverlas, entonces, nuestro ABP también ha considerado organizar varias propuestas de las cuales los alumnos puedan seleccionar una de ellas para desarrollarla.

También, al desarrollar estrategias metodológicas de aprendizaje activo se promueve la resolución de problemas contextualizados, del medio donde el alumno se desenvuelve, con lo que se obtienen aprendizajes significativos y funcionales (Herrera & otros, 2018), de esta forma se abre la posibilidad de que los estudiantes puedan observar estructuras matemáticas existentes en su entorno, tener una actitud de satisfacción frente a la resolución de problemas matemáticos, comprender, relacionar conceptos y desarrollar significados auténticos (Neyra, 2019). Se suma también que a través del ABP los alumnos serán capaces de adquirir conocimientos a la par de su metaaprendizaje, es decir, les permitirá formar su capacidad de aprender a aprender, de aplicar lo aprendido a la resolución de problemas iguales, similares o distintos a los presentados a lo largo de sus estudios (Matamoros, 2018).

El ABP, como metodología innovadora dentro de la estrategia de aprendizaje por descubrimiento y construcción, es un método inductivo muy importante para aprendizaje por construcción, en este, el estudiante se apropia del proceso, busca, selecciona y organiza la información e intenta resolver los problemas planteados. Jerónimo Bruner, considerado un gran constructivista, es considerado el pionero del aprendizaje por descubrimiento y construcción. Para él, es fundamental encaminar y guiar el aprendizaje hacia el objeti-

vo principal que es el resolver problemas. Para esto, sugiere seis eventos pedagógicos, que permiten desarrollar la estrategia por descubrimiento y construcción (Bruner, 2005).

De esta forma, el Aprendizaje Basado en Problemas es considerado como una orientación que exige a los estudiantes resolver colaborativamente un problema de la vida real a través de su propia investigación y reflexión, en la que los docentes facilitan este proceso poniendo a prueba, cuestionando y desafiando creativamente a sus estudiantes (Torp, 2002).

Entre las principales características del aprendizaje basado en problemas según Fernández y Fonseca (2016) tenemos: posibilita que el estudiante sea el principal protagonista de su aprendizaje, profesores facilitadores o guías del proceso educativo que orientan el aprendizaje del estudiante, permite relacionar distintas asignaturas para solucionar un problema, características que pueden considerarse como el centro y estímulo para el aprendizaje y el desarrollo de habilidades.

Por otra parte, según Curay (2013) como ventajas del ABP tenemos la obtención de aprendizajes significativos, estudiantes motivados, desarrollo del pensamiento crítico y creativo, mayor retención de la información, resolución de problemas relacionados con el medio que rodea a los estudiantes, integración del conocimiento, aprendizaje holístico, mejor comprensión y adquisición de habilidades, habilidades interpersonales y de trabajo en equipo.

En cuanto a los roles de los actores en los procesos enseñanza - aprendizaje en el ABP, de acuerdo con Poot-Delgado (2013), por una parte, el profesor es pasivo en cuanto a la transferencia de conocimientos, sin embargo, actúa activamente como moderador y motivador en los debates grupales, por otra parte, para el estudiante los conocimientos previos juegan un papel importante en el desempeño del alumno porque les permite trabajar individualmente y en equipo, además expresar

sus opiniones sobre posibles soluciones.

Al diseñar experiencias del ABP se deben tomar en cuenta elementos esenciales como el contexto, los estudiantes y el currículo (Velázquez, García, Zúñiga, & Landin, 2021), además, la interrelación entre ellos permite formular experiencias holísticas y coherentes.

En cuanto al contexto, partimos de la situación problemática en el cual se recuperan los conocimientos, las habilidades y las disposiciones que se ponen de manifiesto al reproducir el contexto genuino del problema, colocando a los estudiantes en situaciones en las que pueden interactuar tanto con las personas como con productos auténticos de su vida diaria.

Sobre los estudiantes, se debe considerar cuidadosamente las características de aprendizaje y los intereses de los estudiantes, para lo cual se propone al docente hacer una lista de las características de sus alumnos, la misma que debe actualizarse periódicamente.

Respecto al currículo, las unidades de ABP se desarrollan a través de la composición del diseño y de las decisiones que toman los docentes diseñadores al momento de elegir un problema, desarrollando la unidad alrededor del mismo, construyendo su modelo de enseñanza y aprendizaje.

En contraste al párrafo anterior, las matemáticas tienen su origen en el deseo natural de los seres humanos de comprender y predecir la realidad, de ahí nacen las operaciones matemáticas, del deseo de contar, calcular áreas, medir distancias, determinar tiempos, así como un sin número de aplicaciones más, sin embargo, como asignatura ha sido considerada por los estudiantes como una de las materias más complicadas y desagradables, en parte debido a que posiblemente los docentes no han puesto la suficiente dedicación en volverla accesible y agradable.

Así, se ha visto en el ABP un mecanismo pertinente para brindar a los estudiantes orientación sobre su uso, permitiendo promover relaciones entre la realidad

de los alumnos con el contexto que los rodea, no solo a nivel educativo sino también a nivel personal (Matamoros, 2018).

En función de lo expuesto en las líneas anteriores, el presente trabajo tiene como objetivo central el determinar la existencia de una diferencia significativa, desde el punto de vista estadístico, entre la aplicación de la estrategia metodológica Aprendizaje Basado en Problemas y el rendimiento académico de los estudiantes de los terceros años de bachillerato, luego de haber estudiado el capítulo de matemáticas: Funciones Exponenciales y Logarítmicas.

MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo cuantitativa, con un alcance descriptivo y correlacional, de diseño cuasiexperimental y transversal (Cabezas, et al., 2018). Como objetivo principal se propuso determinar la existencia de una asociación entre la aplicación de la estrategia metodológica de aprendizaje activo Aprendizaje Basado en Problemas y el rendimiento académico.

Técnicas de investigación

La recopilación de datos se realizó mediante la aplicación de un test (Muñiz & Fonseca-Pedrero, 2019) a estudiantes del tercer año de bachillerato de una unidad educativa fiscal de la provincia de Imbabura (Ecuador), habiendo considerado en el diseño del cuestionario como variable independiente la aplicación de la metodología Aprendizaje Basado en Problemas y como variable dependiente el rendimiento académico, enmarcadas en el aprendizaje del capítulo de la asignatura de matemáticas: Funciones Exponenciales y Logarítmicas. El mismo cuestionario fue aplicado tanto al grupo experimental como al grupo de control y las preguntas se enfocaron en la resolución de problemas estructurados y no estructurados (Malaspina, 2021).

Universo y muestra

La población estudiada se conformó

por 289 estudiantes del tercer año de bachillerato de una unidad educativa fiscal de la ciudad de Ibarra provincia Imbabura (Ecuador), en el período académico 2020-2021, distribuidos en 10 paralelos. Por motivos institucionales, el grupo experimental se conformó por 3 de los 10 paralelos con un total de 97 estudiantes, mientras que el grupo de control fue conformado por los 7 paralelos restantes y reunió a 192 estudiantes en total. Por las características del estudio y la cantidad de participantes, se trabajó con todo el universo de estudio, no hubo muestra.

Hipótesis

Se formuló una hipótesis (H_1), la que relaciona a la utilización de la estrategia metodológica Aprendizaje Basado en Problemas para el estudio del capítulo Funciones Exponenciales y Logarítmicas con el rendimiento académico en la asignatura de matemáticas de los estudiantes de los terceros años de bachillerato.

Para determinar la existencia de la relación entre las variables: utilización de la estrategia metodológica ABP y el rendimiento académico en matemáticas, se empleó la prueba no paramétrica U de Mann Whitney, la misma que posibilita la comparación de dos medias que no cumplen con las condiciones de normalidad.

Procedimiento

El cuestionario fue validado por cuatro expertos en el área de la enseñanza de la matemática, tras aplicar el instrumento se calculó el grado de fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach, donde se obtuvo un valor de 0,78 considerado como aceptable (Toro, et al., 2022), teniéndose que, al repetir la aplicación del test al mismo grupo vamos a obtener resultados iguales o similares. Tanto con el grupo experimental como con el grupo de control se estudió el capítulo de matemáticas Funciones Exponenciales y Logarítmicas. Mientras que con el grupo experimental se estudió la temática empleando la estrategia metodológica Aprendizaje Basado en Prob-

lemas, al mismo tiempo se trabajó el mismo capítulo con el grupo de control, pero sin

Tabla 1
Escala de calificación

Escala cualitativa	Escala cuantitativa
Domina los aprendizajes requeridos.	9,00 - 10,00
Alcanza los aprendizajes requeridos.	7,00 - 8,99
Está próximo a alcanzar los aprendizajes requeridos.	4,01 - 6,99
No alcanza los aprendizajes requeridos.	≤ 4

Nota: Escala tomada del "Instructivo para la aplicación de la evaluación estudiantil".
(Ministerio de Educación del Ecuador, 2016)

aplicar la misma estrategia, con ellos se trabajó de manera usual en la institución. Tras haber finalizado el estudio del capítulo de matemáticas y con la finalidad de medir el rendimiento académico de los estudiantes para luego comparar los resultados (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), se aplicó el mismo cuestionario al grupo experimental y al grupo de control,

en total a 289 estudiantes del tercer año de bachillerato de una unidad educativa fiscal (Ibarra, Ecuador). Los datos recolectados se tabularon empleando el programa estadístico SPSS versión 25.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, las tablas, figuras, el análisis y la discusión de los resultados

Tabla 2
Calificaciones obtenidas por el grupo de control

MATEMÁTICAS (GC)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	$6 \leq x < 7$	7	3,6	3,6	3,6
	$7 \leq x < 8$	21	10,9	10,9	14,6
	$8 \leq x < 9$	65	33,9	33,9	48,4
	$9 \leq x \leq 10$	99	51,6	51,6	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

sobre la influencia de la estrategia metodológica de aprendizaje activo Aprendizaje Basado en Problemas, en el rendimiento académico de los estudiantes de los terceros años de bachillerato, a partir de la información obtenida de los participantes tanto del grupo de control como del grupo experimental.

Como punto de partida, en la tabla 1 tenemos la escala de calificación establecida por el Ministerio de Educación del Ecuador (2016), en el cual se aprecian las valoraciones cualitativas y cuantitativas, con la finalidad de relacionar los resultados obtenidos por los grupos experimental y de control, considerando los linea-

Tabla 3
Factor motivación

		MATEMÁTICAS (GE)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	$7 \leq x < 8$	2	2,1	2,1	2,1
	$8 \leq x < 9$	24	24,7	24,7	26,8
	$9 \leq x \leq 10$	71	73,2	73,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

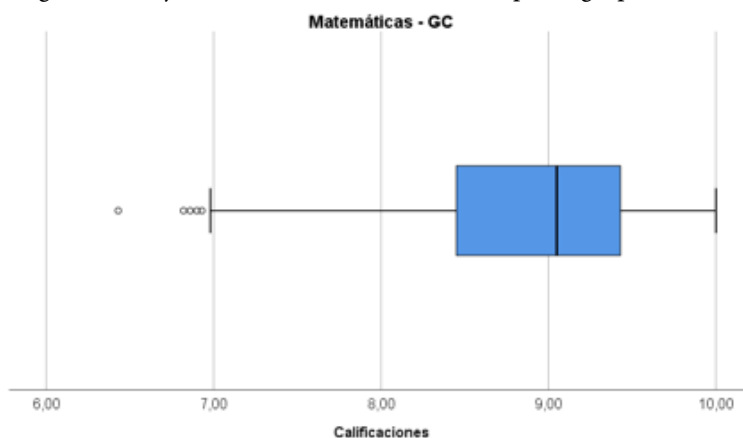
mientos establecidos para la evaluación de los estudiantes en el sistema educativo ecuatoriano.

Considerando la escala de calificación expuesta en la tabla 1, se argumentarán los resultados de las tablas 2 y 3. En la tabla 2 podemos apreciar que, en el grupo de control, no existen estudiantes que no alcancen los aprendizajes requeridos, no tenemos calificaciones menores o iguales que 4, sin embargo, existe alrededor de un 3,6% de estudiantes que están próximos a alcanzar los aprendizajes requeridos cuyas calificaciones son inferiores a 7 sobre 10 puntos, en contraste con

aproximadamente el 44,8% del total de estudiantes que sí alcanzan los aprendizajes requeridos. También tenemos un 51,6% de estudiantes que consiguieron dominar los aprendizajes requeridos, aprendizajes que fueron abordados durante la ejecución del presente estudio.

Las calificaciones obtenidas por el grupo de experimental las podemos encontrar en la tabla 3, allí se observa, al igual que con el grupo de control, la no existencia de estudiantes cuyas calificaciones les ubiquen en la categoría “no alcanza los aprendizajes requeridos”, sin embargo, esto se contrasta con el grupo de control

Figura 1
Diagrama de caja de las calificaciones obtenidas por el grupo de control.



Notal: Calificaciones obtenidas por el grupo de control en la prueba final del capítulo funciones exponenciales y logarítmicas, sobre 10 puntos.

en el cual sí hay estudiantes dentro de la categoría “Está próximo a alcanzar los aprendizajes requeridos” mientras que en el grupo experimental no los hay. En el grupo experimental se tiene que aproximadamente el 26% de los estudiantes sí alcanzan los aprendizajes requeridos y el 74% restante domina los aprendizajes requeridos.

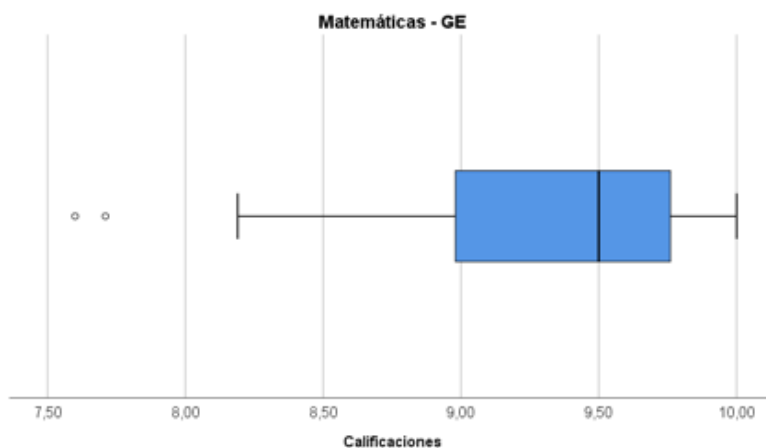
La figura 1 presenta las calificaciones obtenidas por el grupo de control, donde se observó que los puntajes oscilaron entre 6,43 y 10, teniéndose un rango de 3,57 puntos. La media aritmética fue de aproximadamente 8,86 con una desviación típica de 0,8, de donde, empleando la regla empírica de estadística, podemos afirmar que la mayor parte de los estudiantes ob-

tuvieron calificaciones de entre 8,06 a 9,66 puntos (Cabezas, et al., 2018), y según las políticas de evaluación de proyectos del Ministerio de Educación del Ecuador, en el grupo de control se han obtenido en su mayoría estudiantes cuyo rendimiento académico ha sido “satisfactorio” o “muy satisfactorio” (Ministerio de Educación del Ecuador, 2022a).

Existen algunos valores atípicos, cuyas puntuaciones son menores que 7 puntos y una pequeña parte de calificaciones de estudiantes que también son inferiores a 7, presentando un rendimiento académico “poco satisfactorio”. La distribución de las calificaciones es asimétrica, con un sesgo negativo, por lo que, se aprecia una menor dispersión entre el tercer cuartil (9,43) y

Figura 2

Diagrama de caja de las calificaciones obtenidas por el grupo experimental.



Nota: Calificaciones obtenidas por el grupo experimental en la prueba final del capítulo funciones exponenciales y logarítmicas, sobre 10 puntos.

el dato máximo (10). El rango intercuartil es de 0,99 y nos muestra que el 50% de las calificaciones centrales se diferencian en aproximadamente 1 punto.

De forma análoga a lo presentado en los párrafos anteriores, la figura 2 muestra los resultados de la prueba estándar aplicada al grupo experimental, allí se muestra que las calificaciones en general están comprendidas entre 7,6 y 10, con un rango de 2,4 puntos; una media aritmética de aproximadamente 9,33 puntos con una desviación típica de 0,55 puntos, donde podemos apreciar que la mayor cantidad

de estudiantes obtuvieron calificaciones de entre 8,78 y 9,83 correspondientes a rendimientos académicos “satisfactorios” y “muy satisfactorios”. Existen valores atípicos, sin embargo, estos valores son mayores que 7,5 puntos. Es importante resaltar la no existencia de estudiantes cuyo rendimiento académico sea “poco satisfactorio”. La distribución de las calificaciones en el grupo experimental también es asimétrica con sesgo negativo, teniendo una menor dispersión de los datos entre las calificaciones más altas. El primer cuartil y el tercer cuartil son 8,96 y 9,76

respectivamente, desprendiéndose de aquí que el 75% de los estudiantes alcanzaron calificaciones mayores o iguales que 8,96, además, el 25% de las calificaciones más altas poseen puntajes de entre 9,76 y 10. Según la escala de evaluación propuesta por el Ministerio de Educación del Ecuador (Ministerio de Educación del Ecuador, 2022b), aproximadamente el 75% de los estudiantes del grupo experimental alcanzaron el mayor nivel de desempeño correspondiente a “muy satisfactorio”. El rango intercuartil es de 0,8 puntos, es decir, el 50% de las calificaciones centrales se diferencian por menos de un punto (0,8).

Al comparar los resultados del grupo de control (figura 1) y del grupo experimental (figura 2) se ha podido observar ciertas diferencias. Para empezar, en el

grupo de control la calificación mínima fue de 6,43 y en el grupo experimental de 7,60; los rangos fueron de 3,57 y de 2,40 para el grupo de control y el experimental respectivamente, esto nos muestra que la estrategia metodológica ha permitido alcanzar rendimientos académicos más homogéneos.

Respecto a las medias aritméticas y desviaciones típicas, el grupo de control presenta una media de 8,86 y una desviación típica de 0,8 mientras que las mismas medidas en el grupo experimental fueron de 9,33 y 0,55, se ha incrementado el promedio y la desviación ha disminuido; además, se observa también diferencia entre las medianas, para el grupo de control la mediana para el grupo de control es de 9,05 y la del grupo experimental de 9,5,

Tabla 4

Tabla de salida del SPSS para la prueba de Kolmogorov-Smirnov

Prueba de Kolmogorov-Smirnov		Calificación
N		289
Parámetros normales^{a,b}	Media	9,0148
	Desv. Desviación	,75756
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,111
	Positivo	,097
	Negativo	-,111
Estadístico de prueba		,111
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

también, el rango intercuartil del grupo de control es de 0,99 y del grupo experimental de 0,8, es decir, estos valores reafirman la idea de la existencia de diferencias entre en las calificaciones de los dos grupos y la obtención de aprendizajes más homogéneos mediante la aplicación de la estrategia metodológica Aprendizaje Basado en Problemas. Así, los resultados obtenidos son similares a lo encontrado en el trabajo de Marca (2022) donde obtuvieron, mediante la aplicación de un pre y un post test,

mejoras en el rendimiento académico empleando la misma estrategia metodológica.

En cuanto a la distribución de las calificaciones, los dos grupos presentan una distribución con sesgo negativo, los datos tienden a estar más concentrados a la derecha de la distribución, lo cual nos permite comprender que, mientras en el grupo de control se pueden encontrar estudiantes con rendimiento “poco satisfactorio”, “satisfactorio” y “muy satisfactorio”, en el grupo experimental se tiene aproxi-

madamente el 75% del total de estudiantes con rendimiento académico “muy satisfactorio”, lo cual es un indicador de que los estudiantes dominan el tema estudiado respecto a los indicadores de evaluación y el 25% restante sí alcanza los aprendizajes del tema en base a los indicadores de evaluación, en contraste con los estudiantes del grupo de control cuyo rendimiento

académico según la escala del Ministerio de Educación nos dice que están próximos a alcanzar los aprendizajes requeridos.

Con la finalidad de determinar si la forma de distribución de nuestros datos es normal, se aplicó la prueba de bondad de ajuste Kolmogorov-Smirnov la cual es útil para determinar si los datos que he-

Tabla 5

Tabla de salida del SPSS para la prueba U de Mann-Whitney.

Prueba de Mann-Whitney	
Estadísticos de prueba^a	
	Calificació n
U de Mann-Whitney	5951,000
W de Wilcoxon	24479,000
Z	-5,010
Sig. asintótica(bilateral)	,000

mos recolectado siguen o no una distribución normal (Muñoz, Escobar, & Sánchez, 2019). En la tabla 4 tenemos los resultados de la prueba Kolmogorov-Smirnov, observándose un p-valor de 0,000 el cual es menor que 0,05, razón por la cual, con un nivel de significancia del 95% aceptamos que los datos no se distribuyen normalmente.

Considerando los resultados de la prueba de Kolmogorov-Smirnov, que la variable dependiente “rendimiento académico” es de tipo continuo, que la variable independiente “aplicación de la metodología Aprendizaje Basado en Problemas” consiste en dos grupos: experimental y control, que hay independencia de las observaciones de cada grupo debido a que ningún participante estuvo en más de un grupo, y que las dos variables se distribuyen de forma anormal, se decidió aplicar la prueba de hipótesis U de Mann-Whitney (Gamarra, Pujay, & Ventura, 2018) con la finalidad de comprobar si las diferencias observadas en los resultados son estadísticamente significativas.

Tomando en cuenta a la hipótesis nula (H_0): No existe diferencia en el rendimiento académico en la asignatura de matemáticas de los estudiantes del tercer año de bachillerato tras la aplicación de la estrategia metodológica de aprendizaje activo Aprendizaje Basado en Problemas, y los resultados de la prueba de hipótesis (tabla 5), se ha obtenido un p-valor de 0,000 menor que 0,05, con un nivel de confianza del 95% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador (H_1). Por lo tanto, se afirma que existe una diferencia estadísticamente significativa en el rendimiento académico entre el grupo experimental y el grupo de control, y que la aplicación de la estrategia metodológica Aprendizaje Basado en Problemas permite mejorar el rendimiento académico en la asignatura de matemáticas de los estudiantes del tercer año de bachillerato al estudiar el capítulo de funciones exponenciales y logarítmicas, resultado que concuerda con lo obtenido en varias investigaciones (Salas (2019), Colón y Ortiz-Vega (2020), Gordon y Arteaga (2022)) en las

que también encontraron mejoras del rendimiento académico empleando la misma metodología al trabajar un tema de la asignatura de matemáticas.

CONCLUSIONES

La información extraída a partir de los resultados obtenidos en el presente estudio han permitido demostrar la existencia de una diferencia significativa en el rendimiento académico de los estudiantes de los terceros años de bachillerato cuando se trabaja con o sin la metodología de aprendizaje activo Aprendizaje Basado en Problemas al momento de abordar el capítulo “Funciones Exponenciales y Logarítmicas” de la asignatura de Matemáticas, mostrándonos que, una forma de mejorar el desempeño de los estudiantes al momento de estudiar matemáticas es a través del trabajo con la metodología antes mencionada, puesto que, fue posible evidenciar un incremento en el rendimiento académico y una menor dispersión de las calificaciones del grupo, por tanto, aprendizajes más homogéneos y significativos.

Se evidencia que, tras aplicar la estrategia metodológica de aprendizaje activo Aprendizaje Basado en Problemas, ésta incide positivamente en el rendimiento académico de los estudiantes del tercer año de bachillerato en la asignatura de matemáticas, promoviendo en ellos aprendizajes autónomo y colaborativo, permitiéndole comprender los conceptos abordados y mejorar el rendimiento académico en la asignatura de Matemática. Además, permite que los estudiantes se involucren más en el aprendizaje, que generen sus propias estrategias para enfrentarse a situaciones y problemas reales o teóricos, que recuerden con mayor facilidad la información, que alcancen aprendizajes significativos, que mejoren la capacidad de investigación e incrementen los niveles de comprensión mediante la aplicación de su conocimiento para la adquisición de habilidades o competencias.

Durante los últimos años se han real-

izado varios estudios sobre el Aprendizaje Basado en Problemas, sin embargo, luego de haber revisado la literatura existente a la fecha de redacción del presente artículo, de forma específica para nuestro contexto (Ibarra, Ecuador) son muy escasos, lo cual brinda una oportunidad investigativa en este campo, sin embargo, esto también es una limitación para el presente estudio debido a que el análisis se podría enriquecer al poder contrastar con otras fuentes, variables, capítulos de matemáticas o niveles educativos.

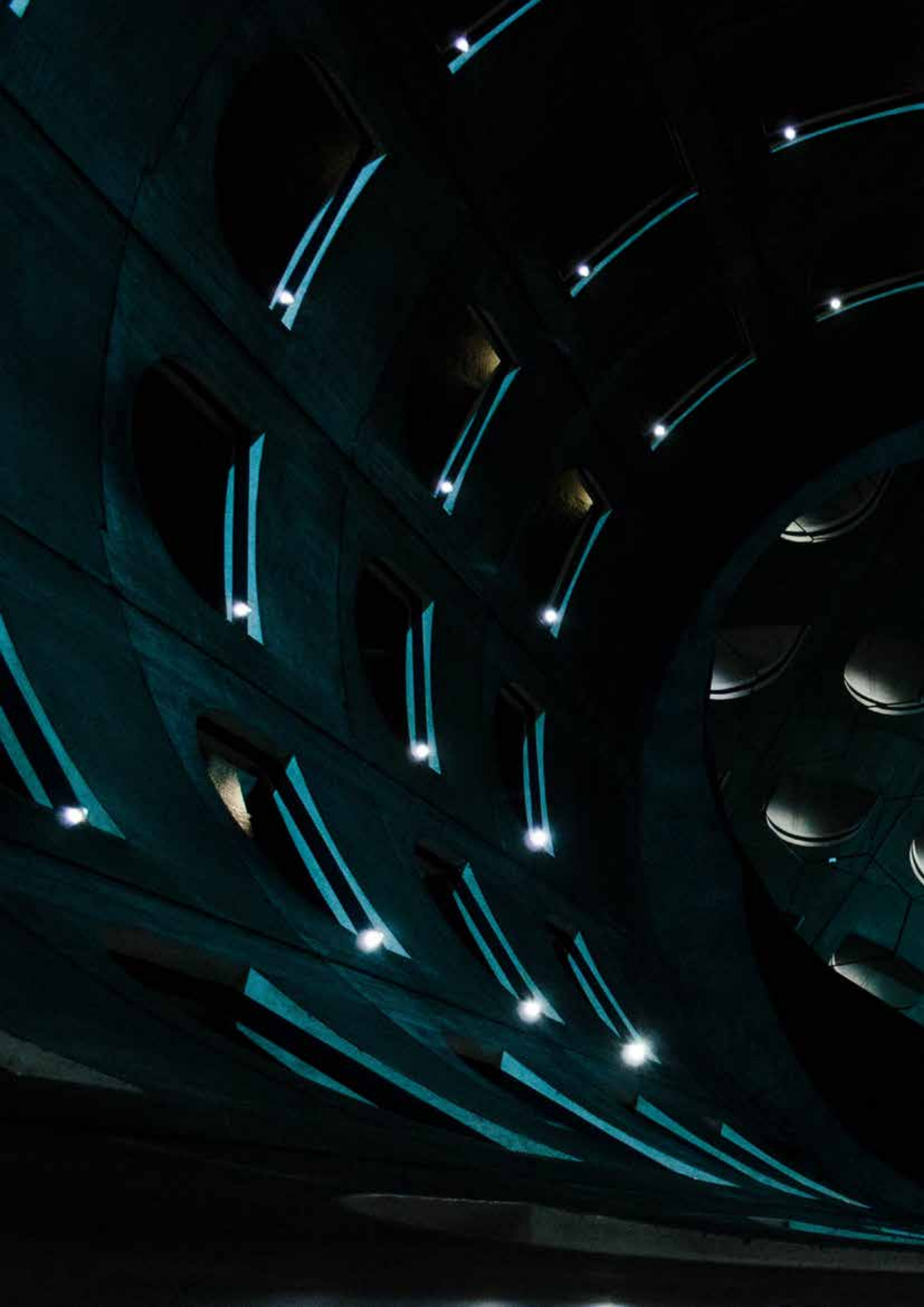
REFERENCIAS

- Barrows, H. S. (1986). A Taxonomy of problembased learning methods, in Medical Education. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1365-2923.1986.tb01386.x>
- Bruner, J. (2005). Desarrollo cognitivo y de educación. En J. Bruner, Desarrollo cognitivo y de educación (págs. 35-48). España: MORATA.
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica. Quito: Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESP.
- Colón, L., & Ortiz-Vega, J. (2020). Efecto del Uso de la Estrategia de Enseñanza Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) en el Desarrollo de las Destrezas de Comprensión y Análisis de la Estadística Descriptiva. Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa, 13(1), 205-223. doi:<https://doi.org/10.15366/riee2020.13.1.009>
- Curay. (2013). Incidencia de la estrategia del aprendizaje basado en problemas en el rendimiento académico en Matemática de los estudiantes de noveno año de Educación Básica del Colegio Nacional Primero de Abril del cantón de Latacunga. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Escribano, A. (1992). Aprendizaje Basado en Problemas una Propuesta Metodológica en Educación Superior.

- España: NARCEA, S.A. de Ediciones.
- Gamarra, G., Pujay, O., & Ventura, M. (2018). Aplicación de las pruebas estadísticas de Wilcoxon y Mann-Whitney con SPSS. *Revista de Investigación Multidisciplinaria*, 2(4).
 - Gordón, R., & Arteaga, M. (2022). Impacto de la aplicación del Aprendizaje Basado en Problemas en el rendimiento académico de los estudiantes de 6to Año de EGB. Tesis de maestría, Universidad Técnica Particular de Loja, Loja.
 - Henao, M. (2018). El ABP (Aprendizaje Basado en Problemas) en el aprendizaje de los números racionales. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
 - Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: Mc Graw Hill Education.
 - Herrera, A., & otros, &. (2018). Aprendizaje basado en problemas y el aula invertida como estrategia de aprendizaje para el fortalecimiento de competencias matemáticas. *Cultura. Educación y Sociedad*, 9(3), 35-42. doi:<http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.9.3.2018.0>
 - Higuera, A. S. (2009). ¿Cómo evaluar una actividad ABP? *Padres y Maestros/Journal of Parents and Teachers*(323), 34-37.
 - Lalinde, J. D., Castro, F. E., Rodríguez, J. E., Rangel, J. G., Sierra, C. A., Torrado, M. K., & Pirela, V. J. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *Archivos venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 37(5), 587-595.
 - Malaspina, U. (2021). Creación de problemas y de juegos para el aprendizaje de las Matemáticas. *Educación Matemática en la Infancia*, 10(1). doi:<https://doi.org/10.24197/ed-main.1.2021.1-17>
 - Marca, E. (2022). El aprendizaje basado en problemas de las matemáticas en la mejora del rendimiento académico en estudiantes del primer semestre del Instituto Superior Tecnológico Jorge Basadre Grohman. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Lima.
 - Matamoros, W. (2018). Propuesta Didáctica de Aprendizaje Basado en Problemas Dirigida al área de matemáticas (8° de Educación General Básica): Caso Unidad Educativa "Sagrada Familia". Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
 - Ministerio de Educación del Ecuador. (Julio de 2016). Ministerio de Educación. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/07/Instructivo-para-la-aplicacion-de-la-evaluacion-estudiantil.pdf>
 - Ministerio de Educación del Ecuador. (2019). Ministerio de Educación. Recuperado el 01 de 10 de 2022, de <https://educacion.gob.ec/plan-educativo-covid-19/>
 - Ministerio de Educación del Ecuador. (12 de 10 de 2022a). Ministerio de Educación. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/evaluacion-educativa-informacion/>
 - Ministerio de Educación del Ecuador. (12 de 10 de 2022b). Ministerio de Educación. Obtenido de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/04/Instructivo-de-Evaluacion-Estudiantil_Costa-Galapagos-2021-2022.pdf
 - Molina, E. (2015). Problemas como metodología para la mejora del proceso de Enseñanza-Aprendizaje de las ciencias en 4° de la ESO. La Rioja: Universidad Internacional de la Rioja.
 - Morales, P., & Victoria, L. (2004). Aprendizaje basado en problemas - Problem - Based Learning. *Theoria*, 13, 145 - 157.
 - Muñoz, J., & Fonseca-Pedrero, E. (2019). Diez pasos para la construc-

- ción de un test. *Psicothema*, 31(1), 7-16. doi:10.7334/psicothema2018.291
- Muñoz, P., Escobar, L., & Sánchez, T. (2019). Estudio de la potencia de pruebas de normalidad usando distribuciones desconocidas con distintos niveles de no normalidad. *Perfiles*, 1(21).
 - Neyra, E. (2019). Aprendizaje Basado en Problemas para el Aprendizaje significativo en Matemática, en estudiantes de tercer año de secundaria, Chao 2019. Trujillo: Universidad César Vallejo.
 - Nieto, R., & otros, &. (2018). El Aprendizaje Basado en Problemas como estrategia didáctica para el desarrollo de los estilos de aprendizaje en la enseñanza de las matemáticas. En I. d. Atlántico, Libro de memorias VIII Congreso Mundial de Estilos de Aprendizaje (págs. 521 - 553). Barranquilla: Universidad del Atlántico Barranquilla.
 - Preciado, M., & Giménez, J. (2018). Operaciones con Fracciones. Aprendizaje Basado en la Resolución de Problemas (ABP). Javier Loyola: Universidad Nacional de Educación.
 - Salas, E. (2019). Aprendizaje basado en problemas en el logro de la competencia matemática en los estudiantes del segundo grado del nivel secundario de la institución educativa “José Olaya” – satipo. Tesis de maestría, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Chimbote.
 - Toro, R., Peña-Sarmiento, M., Avendaño-Prieto, B. L., Mejía-Vélez, S., & Bernal-Torres, A. (2022). Análisis Empírico del Coeficiente Alfa de Cronbach según Opciones de Respuesta, Muestra y Observaciones Atípicas. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación - e Avaliação Psicológica*, 2(63), 17-30. doi:https://doi.org/10.21865/RI-DEP63.2.02
 - Torp, L. y. (2002). Problems as possibilities: Problem-based learning for K-16 education (2nd edition). Virginia: Association for Supervision and Curriculum Development.
 - Velázquez, R. V., García, W. A., Zúñiga, K. M., & Landin, A. L. (2021). Metodología del aprendizaje basado en problemas aplicada en la enseñanza de las Matemáticas. *Serie científica de la universidad de las ciencias informáticas*, 14(3), 142-155.
 - Zambrano, V. C. (2020). Estrategia didáctica en las matemáticas . En V. C. Zambrano, *Estrategia didáctica en las matemáticas* (Vol. 5, págs. 69-77). Pujilí, Ecuador: Digital Publisher.





Líderes Emprendedores y la Esperanza en el lugar de trabajo de los empleados en las Mipymes de Ecuador

David Francisco Mafla Nénger
Universidad Técnica del Norte
dfmafla@utn.edu.ec

Recepción Sep. 05, 2022
Aceptación Nov. 18, 2022

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue analizar la relación que existe entre las acciones de los líderes emprendedores y la esperanza en el lugar de trabajo de los empleados en las Mipymes de Ecuador. La investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo correlacional, con una población constituida por Microempresa, Pequeña empresa y Mediana empresa (Mipymes) del sector de Servicios en las provincias Pichincha, Guayas, Azuay y Manabí de Ecuador, con una muestra extraída de 1066 correspondiente a los empleados de las empresas como unidades de observación. Las escalas de medición seleccionadas certificaron su validez y confiabilidad a través de los estudios. Los resultados sugieren una correlación positiva y significativa entre las acciones de los líderes emprendedores y la esperanza en el lugar de trabajo en los empleados de las Mipymes de Ecuador.

Palabras clave: Emprendimiento, Esperanza, Lideres, Mipymes

Entrepreneurial Leaders and Hope at the Workplace of Employees in SMEs in Ecuador

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the relationship between the actions of entrepreneurial leaders and hope in the workplace of employees in SMEs in Ecuador. The research was carried out with a quantitative approach and a descriptive correlational scope, with a population made up of Small and medium-sized enterprises (SMEs) from the Services sector in the Pichincha, Guayas, Azuay and Manabí provinces of Ecuador, with an extracted of 1066 corresponding to the employees of the companies as observation units. The selected measurement scales certified their validity and reliability through the studies. The results showed a positive and significant evidence between the actions of the entrepreneurial leaders and the hope in the workplace in the employees of the SMEs of Ecuador.

Keywords: Entrepreneurship, Hope, Leaders, SMEs

INTRODUCCIÓN

En un mundo empresarial cada vez más competitivo y que cambia rápidamente, la innovación y la creatividad son factores críticos para obtener una ventaja competitiva y lograr la sustentabilidad organizacional (Cai et al., 2018; Chow, 2018). En ámbito empresarial, el emprendimiento se ha conceptualizado como el descubrimiento de oportunidades y la posterior creación de una nueva actividad económica, a menudo a través de la creación de una nueva organización (Reynolds, 2005). Esto significa que un emprendedor es la persona “capaz de reconocer una oportunidad de negocio y ante ella tomar la decisión de conseguir los recursos necesarios para poder poner en marcha se propio proyecto empresarial” (Moriani et al., 2012, p. 171). En este sentido, los emprendedores son líderes por excelencia que identifican oportunidades y reúnen recursos de varias partes interesadas para crear valor (Leitch y Volery, 2017).

La orientación emprendedora en los líderes promueven los procesos de elaboración de estrategias que proporcionan a las organizaciones una base para decisiones y acciones emprendedoras (Rauch et al., 2009). Los líderes emprendedores promulgan dos tareas clave, los escenarios para identificar oportunidades y, los

escenarios para configurar recursos para aprovechar las oportunidades (Gupta et al., 2004). El liderazgo emprendedor es una manifestación importante de comportamientos centrados en las oportunidades en una multitud de contextos organizacionales (Renko et al., 2015). El liderazgo emprendedor es un estilo estratégico de liderazgo único (Fontana & Musa, 2017). Los líderes emprendedores predicen las perspectivas de futuro de sus negocios e identifican los objetivos de la organización, entre los que se encuentran el reconocimiento y la explotación de oportunidades (Koryak et al., 2015).

Un líder emprendedor, debe proporcionar un estilo de liderazgo necesario para desarrollar a los empleados mientras fomenta la excelencia en la organización (Darling et al., 2007). De hecho, estudios de académicos e investigadores recientes han revelado que el liderazgo emprendedor produce un impacto significativo sobre: una economía en desarrollo (Harrison et al., 2018), el crecimiento de las empresas (Diabate et al., 2019), el desempeño de la empresa (Putniņš y Sauka, 2019); y de nuevas empresas hacia las actividades innovadoras (Huang et al., 2014; Cai et al., 2019). Del mismo modo, los hallazgos empíricos han demostrado que el liderazgo emprendedor produce un efecto positivo sobre: la seguridad psicológica (Miao et al., 2019), el reconocimiento de oportunidades (Bagheri, 2017; Bagheri & Harrison, 2020) y la satisfacción laboral de los empleados (Soomron y Shah, 2019).

Enfoques teóricos de investigadores sostienen que los líderes emprendedores saben que quizás uno de los mejores obsequios que se les puede dar a los empleados es el obsequio de ampliar sus expectativas basadas en la esperanza, el valor personal y las contribuciones de esos empleados a la organización (Darling et al., 2007). En los empleados, la esperanza es un estado de motivación positivo construido a partir de experiencias exitosas pasadas, con la fuerza de voluntad, el camino y el logro de metas (Snyder et al., 1996). Las personas con

grandes esperanzas poseen una enorme capacidad para establecer y perseguir metas, que son realistas y desafiantes (Avey, Luthans y Jensen, 2009). Están motivados y energizados durante todo el proceso y poseen un alto control interno (Snyder, 2002). Los individuos esperanzados son tomadores de riesgos y buscan caminos alternativos cuando los viejos están bloqueados (Luthans & Jensen, 2002). Las organizaciones deberían trabajar en la construcción la esperanza en los empleados por su mejor desempeño y por el desarrollo organizacional, en general (Mukherjee y Sharma, 2020) ya que la esperanza es un elemento humano de naturaleza subjetiva y difiere de persona a persona (O'Hara y Ortiz, 2014).

En el sitio de trabajo, la esperanza es un sentido que crea la determinación para alcanzar las metas y encontrar los medios para lograrlos (Mukherjee y Sharma, 2020), lo que conduce a la sensación de logro y satisfacción laboral en los empleados (Synder et al., 2012). Los investigadores han demostrado que existe una relación positiva entre la esperanza de los empleados y los gerentes (Luthans & Jensen, 2002), que la esperanza está estrechamente asociada con la fuerza de voluntad y la fuerza de los empleados al planificar para cumplir los objetivos de la organización (Hsu y Chen, 2015); y que los líderes emprendedores expresan la esperanza en forma interactiva como un estado motivacional percibido por los empleados (Welsh y Raven, 2011). En este sentido, el objetivo de esta investigación fue analizar la relación que existe entre las acciones de los líderes emprendedores y la esperanza en el lugar de trabajo de los empleados en las Microempresas, Pequeñas empresas y Medianas empresas (Mipymes) en las provincias de Ecuador.

Líderes Emprendedores

Basados en investigaciones previas sobre emprendimiento y liderazgo Gupta et al. (2004) conceptualizaron el constructo liderazgo emprendedor como el lider-

azgo que crea escenarios visionarios para reunir y movilizar un elenco de participantes de apoyo que se comprometen con la visión con el descubrimiento y la explotación de la creación de valor estratégico. En este sentido, los autores desarrollaron un enfoque teórico en el que explicaron que los líderes emprendedores enfrentan dos desafíos interrelacionados en el proceso del desarrollo organizacional. El primer desafío, es la visualización del futuro y la creación de un escenario con posibilidades innovadoras y el segundo desafío, es el ejercicio de la influencia para obtener apoyo e inspirar a un grupo de seguidores competentes y comprometidos capaces de lograr los objetivos del escenario.

Frente a estos desafíos, Gupta et al. (2004) distinguieron cinco roles críticos que los líderes emprendedores deben desempeñar: (i) equilibrar el deseo de una mejora agresiva con una comprensión pragmática de las capacidades de las personas que participarán en la realización de la transformación y combinar metas muy ambiciosas con una comprensión profunda de los límites de lo que se puede lograr, (ii) formular una visión del estado futuro para ser promulgada por los seguidores, absorber los efectos paralizantes de la incertidumbre para los seguidores y generar confianza para negociar en entornos internos y externos, (iii) anticipar y disolver las resistencias potenciales, obtener el apoyo de las partes interesadas clave dentro de la empresa, así como de grupos externos, y eliminar los obstáculos para el logro de las metas deseadas, (iv) utilizar sus habilidades de formación de equipos para inspirar y moldear un equipo que esté altamente comprometido en extender una energía y un esfuerzo extraordinarios para lograr el escenario descrito por el líder; y (v) mantener el compromiso frente a contingencias y limitaciones, especificar límites de manera decisiva y reforzar las percepciones de los individuos sobre sus propias capacidades.

Chen (2007), extendió el enfoque de liderazgo emprendedor para indicar que el

estilo de este liderazgo se produce cuando los líderes o empresarios están comprometidos en una combinación efectiva de asunción de riesgos, proactividad e innovación que se refieren a: (a) asunción de riesgos: es la voluntad de absorber la incertidumbre y asumir la carga de responsabilidad por el futuro; (b) proactividad: es el fomento de iniciativas emprendedoras que impulsen y apoyen la innovación; y (c) Innovación: es alentar a los miembros del equipo a pensar fuera de rutina y mejorar el pensamiento creativo.

De manera similar, Darling et al. (2007) desarrollaron un enfoque denotando que el liderazgo emprendedor es un proceso que crea valor para las partes interesadas de la organización al reunir una innovación y un paquete de recursos únicos para responder a una oportunidad reconocida. Explicaron que para cumplir con este proceso, los emprendedores funcionan dentro de un paradigma de tres dimensiones: innovación, asunción de riesgos y proactividad: (a) la innovación se centra en la búsqueda de soluciones creativas y significativas para los problemas, (b) la toma de riesgos implica la voluntad de dedicar recursos a oportunidades que tienen una posibilidad razonable de fracaso; y (c) la proactividad tiene que ver con la implementación y ayuda para que los eventos sucedan a través de los medios apropiados, que generalmente incluyen los esfuerzos de otros. Un individuo generalmente identifica una oportunidad que debe perseguir y luego, como empresario, debe rodearse de personas para ayudar a que esto suceda y proporcionar el liderazgo necesario para desarrollar a esas personas mientras fomenta la excelencia en la organización (Darling et al., 2007).

Sobre la base de los enfoques teóricos plasmados en líneas anteriores y de otros estudios, Fontana y Musa (2017) indicaron que el liderazgo emprendedor, es un estilo de liderazgo único que se enfoca en hacer que talentos heterogéneos trabajen en una organización de manera más creativa e innovadora en procesos colectivos

de innovación para responder a un entorno empresarial incierto y crear estrategias coherentes y resultados novedosos a través del desempeño de la innovación. Desde una perspectiva de un liderazgo estratégico, los autores argumentaron que un líder emprendedor: (a) trata de influir en otros hacia un objetivo a través de una comunicación eficaz para reconocer la oportunidad y compartir una visión sobre las posibilidades futuras que la organización podría explotar para mantener la competitividad, (b) debe tener la capacidad de motivar a las personas para que reconozcan continuamente las oportunidades y actúen sobre ellas, sean creativas y ágiles para adaptarse al cambio; y (c) también poseer la capacidad de orquestar los recursos de manera eficaz al comprender la asignación de recursos y la disciplina organizacional para vincular el emprendimiento con la gestión estratégica. Fontana y Musa (2017) desarrollaron un enfoque teórico de liderazgo emprendedor en función a la gestión de la innovación fundamentado en cuatro dimensiones: estratégica, comunicativa, motivacional y dimensión personal y/u organizativa.

El estudio de Renko et al. (2015) describe cómo funciona el proceso de liderazgo emprendedor en la práctica con un enfoque en los factores que influyen en el éxito del liderazgo empresarial. Aseveraron que el liderazgo emprendedor implica influir y orientar el desempeño de los miembros del grupo hacia el logro de las metas organizacionales que involucran el reconocimiento y la explotación de oportunidades emprendedoras. En este enfoque teórico, está enmarcado en los atributos, comportamientos y acciones de los líderes emprendedores centrados en el reconocimiento y la explotación de oportunidades: reconocer una oportunidad emprendedora es la posibilidad de introducir bienes y/o servicios innovadores y la explotación se refiere a aquellas actividades e inversiones comprometidas a obtener beneficios de nuevas oportunidades. Por lo tanto, el reconocimiento de

oportunidades tiene que ver con la percepción, la explotación con la acción y los objetivos establecidos por los líderes emprendedores involucran a ambos (Renko et al., 2015). Además, los líderes emprendedores también animan abiertamente a sus seguidores a trabajar en pos de objetivos emprendedores, desafían y estimulan a sus seguidores a pensar y actuar de formas más innovadoras, empoderan y ayudan a los seguidores a interpretar sus identidades en la empresa como agentes responsables de sus futuras innovaciones y éxitos (Renko et al., 2015). Este enfoque teórico permite describir las acciones que identifican los líderes emprendedores en las empresas, pues, en él se infiere que los líderes emprendedores se enfocan en promover el reconocimiento y la explotación de oportunidades a través de sus propias acciones y a través de su influencia en los demás.

Esperanza en el lugar de trabajo

El enfoque teórico sobre la esperanza se inició con Snyder et al. (1991) indicando que los estudios previos han identificado la esperanza como un constructo que implica la percepción general de que las metas pueden alcanzarse. Los autores señalaron que las conceptualizaciones previas de la esperanza han asumido que las personas están dirigidas a objetivos y que tal dirección de objetivos es adaptativa, pero no han detallado los medios por los cuales se persiguen los objetivos. Basados en conceptos de meta para dilucidar el conjunto cognitivo de la esperanza encontraron dos elementos principales e interrelacionados de esperanza:

El primer componente se refiere a un sentido de determinación exitosa en el cumplimiento de metas en el pasado, presente y futuro que los autores denominaron *agencia*. El segundo componente es la disponibilidad percibida de caminos exitosos relacionados con las metas. Sobre estos dos componentes los autores desarrollaron la primera definición de la esperanza como un conjunto cognitivo que

se basa en un sentido de éxito derivado recíprocamente de dos componentes (a) la *agencia* o la energía o voluntad dirigida a obtener metas y (b) los caminos o la planificación de los caminos para alcanzar esas metas (Snyder et al., 1991).

Posteriormente, Snyder (1995) define la esperanza como el proceso de pensar sobre las metas, junto con la motivación y los caminos para alcanzarlas. El autor explicó que esta definición de naturaleza fenomenológica, se basa en la evaluación cognitiva de las capacidades propias relacionadas con las metas y que las fuerzas externas pueden influir en la motivación y en los caminos para alcanzar esas metas. Por lo tanto, la esperanza en este contexto es un concepto disposicional, debido a que puede cambiar con el tiempo.

En avance sobre este enfoque teórico, Snyder (2000) distinguió la esperanza como la capacidad de pensamiento percibido para buscar los caminos hacia las metas deseadas y de automotivación para utilizar esos caminos. El autor identificó en la definición de esperanza tres componentes destacando que el objetivo es el componente cognitivo que ancla la teoría de la esperanza y que las metas se derivan del objetivo como secuencias de acción mental en las actividades humanas. Explicó que los objetivos y las metas son el primer componente de la teoría de la esperanza y que las acciones humanas están dirigidas por objetivos y los objetivos constituyen las metas de las secuencias de acción mental. Los objetivos y las metas en la teoría de esperanza pueden ser positivos y enfocados al logro, o implicar la prevención de un resultado negativo de la meta (Snyder, 2002).

Snyder (2002) distinguió la capacidad de pensamiento percibida para generar la creación de rutas o caminos factibles hacia las metas deseadas como el segundo componente de la teoría de la esperanza. Finalmente, identificó la capacidad de pensamiento percibida de la energía mental para la utilización de esas rutas o caminos, como el tercer componente, un com-

ponente motivacional en la teoría de la esperanza, los pensamientos motivadores que se aprenden desde la infancia. Las personas poseen sus propios pensamientos sobre sus capacidades para producir rutas hacia las metas y sus capacidades para encontrar las motivaciones necesarias para la búsqueda de esas metas (Snyder, 2002).

El autor indicó que las emociones están presentes en los momentos del proceso de esperanza. El primer momento surge cuando se establece el objetivo a alcanzar ya que las experiencias pasadas de éxito y fracaso van a proporcionar un estado emocional positivo o negativo que va a influir en la percepción sobre la propia capacidad para generar caminos y la capacidad para motivarse a usarlos. El segundo momento, ocurre a lo largo del proceso. Si el camino hacia el objetivo transcurre libre de obstáculos es normal que se experimenten emociones positivas. Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, lo normal es que surjan barreras que dificulten el camino hacia los objetivos. Aquí, aparecerán emociones negativas que tendrá que ser capaz de enfrentar y superar para continuar. El tercer momento tiene relación con el hecho de lograr o no la meta. Una situación de éxito generará emociones positivas, mientras que la de fracaso las generará negativas (Snyder, 2002).

El enfoque del modelo de esperanza (Snyder, 2002) explica que en las personas (i) las emociones de los que tienen grandes esperanzas siempre están aromatizadas con amabilidad, felicidad y confianza, pero las personas que carecen de esperanza es porque no se les enseñó a pensar de esta manera, o porque intervinieron fuerzas para destruir esos pensamientos esperanzadores durante su infancia, (ii) las experiencias de éxito o fracaso hacia el logro de objetivos son lecciones aprendidas sobre la capacidad de crear caminos hacia el logro de las metas y del nivel de motivación que se ha utilizado para alcanzarlas, (iii) el estado emocional será de carácter positivo si se obtuvo el éxito, y de carácter negativo en el caso contrario, cuando no se logró. El

comportamiento de las personas se refleja en función de sus esperanzas: (i) la persona con muchas esperanzas está extremadamente atenta, disfruta de las metas y las persigue con un estado emocional positivo (ii) la persona con pocas esperanzas tiene un estado emocional negativo que puede hacerle sentir una oleada incontrolada de emociones negativas y está preocupada por lo que está por venir (Snyder, 2002).

Con este enfoque sobre la esperanza, Luthan, et al. (2007) dentro de la teoría del comportamiento organizacional positivo desarrollaron el capital psicológico conocido como PsyCap en un modelo conceptual para capturar la capacidad psicológica de las personas en el lugar de trabajo. El capital psicológico (CapPsi) es considerado un factor de orden superior que conecta los constructos psicológicos positivos de esperanza, optimismo, resiliencia y autoeficacia (Luthans, 2010). El capital psicológico es el estado de desarrollo psicológico positivo de una persona y se caracteriza por cuatro componentes o dimensiones: autoeficacia, optimismo, resiliencia y esperanza que implica la orientación del comportamiento hacia las metas (Luthan, et al., 2007). Este enfoque destaca la presencia de la esperanza como una dimensión del capital psicológico.

En el lugar de trabajo, la esperanza es un sentido que crea la determinación para alcanzar las metas y encontrar los medios para lograrlos (Mukherjee y Sharma, 2020), lo que conduce a la sensación de logro y satisfacción (Synder, 2002). Estudios empíricos han demostrado que la esperanza contribuye positivamente a los componentes de la satisfacción laboral (Avey et al., 2009; Mukherjee y Sharma, 2020), influye en el compromiso (Adams, 2002), en la creatividad (Rego et al., 2009), en el desarrollo de un clima de apoyo (Luthans, 2008) y en la salud y bienestar (Avey et al., 2006) de los empleados.

Relación entre Liderazgo Emprendedor y Esperanza en el lugar de trabajo

La relación entre el liderazgo em-

prendedor y la esperanza ha sido realmente muy escasa, es por ello que este estudio es realmente novedoso. En la relación entre estilos de liderazgo y la esperanza, Jensen y Luthans (2006) vincularon el liderazgo auténtico con la esperanza junto al optimismo dentro del capital psicológico dentro de un estudio exploratorio demostrando una relación positiva y significativa. El estudio de Rego et al. (2014) demostró que el liderazgo auténtico predice la creatividad de los empleados, tanto directamente como a través del papel mediador de la esperanza de los empleados y que el liderazgo auténtico también predice el afecto positivo de los empleados, que a su vez predice la esperanza de los empleados y, por lo tanto, la creatividad.

Darling et al. (2007) explicaron que los líderes emprendedores saben que quizás uno de los mejores obsequios que se le puede dar a otra persona es el obsequio ampliar sus expectativas basadas en la esperanza y un aprecio interminable por las fortalezas, el valor personal y las contribuciones de esa persona a la organización. En su estudio estos autores demostraron que estos líderes poseen valores de alegría, esperanza, caridad y paz proporcionan el paradigma fundamental para la implementación de estrategias de liderazgo emprendedor exitosas y el logro proporcional de la excelencia por parte de la organización.

Sin embargo, Welsh y Raven (2011) en su investigación sobre los líderes emprend-

edores en franquicias fundamentaron su estudio expresando que la esperanza es un estado motivacional basado en un sentido de éxito derivado de forma interactiva entre la energía dirigida a objetivos y la planificación que describe los caminos para alcanzar los objetivos (Snyder et al., 1991). Esta definición del constructo la esperanza es un rasgo relativamente estable y situacional que se refleja como esperanza futura que puede desarrollarse en individuos (Snyder, 2000; Welsh & Raven, 2011). Sobre este enfoque teórico los hallazgos de la investigación revelaron que la esperanza futura no se relacionó significativamente con el liderazgo emprendedor (Welsh & Raven, 2011).

En términos generales, los investigadores han demostrado que existe una relación positiva entre los niveles de esperanza de los empleados y los gerentes (Luthans & Jensen, 2002). Cuando los empleados sienten esperanza confianza hacia los líderes, también se sienten más libres para exponer las dificultades y bloqueos en la consecución de objetivos y, en consecuencia, las posibilidades de volver a establecer objetivos son mayores y el cambio de objetivos es una de las formas más importantes de desarrollar la esperanza (Luthans & Youssef, 2004). Cuando los seguidores perciben la esperanza como un estado psicológico positivo en el líder, incrementan su propia esperanza, en otras palabras, cuando los líderes expresan altas expectativas positivas y fuerza de voluntad

Tabla 1
Población de Mipymes y Empleados en Ecuador

Mipymes	Empresas	Empleados
Microempresa	800.558	868.453
Pequeña empresa	29.135	377.566
Mediana empresa	12.640	473.399
Total	842.333	1.719.418

para un buen futuro y, lo que es más importante, su plan para llegar allí, es decir, los caminos o lo que Snyder (2000) llama el “poder del camino”, los líderes esperanzados elevan la esperanza de sus seguidores (Norman et al., 2005).

La eficacia de un líder se atribuye a la capacidad del líder para generar esperanza (Luthans & Jensen, 2002). El líder emprendedor tiene la capacidad de motivar a los empleados para que reconozcan continuamente las oportunidades y actúen sobre ellas para alcanzar sus objetivos (Fontana & Musa, 2017); y también es cierto que, en los empleados la esperanza implica tener la fuerza de voluntad y los caminos para alcanzar los objetivos (Luthans & Youssef, 2004). La pasión, la creatividad y la visión del líder emprendedor motivan a los empleados a experimentar y aprender por sí mismos (Renko et al., 2015).

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló con paradigma epistemológico cuantitativo y un alcance descriptivo correlacional, en

el cual se describe y se detallan la manifestación de fenómenos, situaciones, contextos y sucesos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El diseño utilizado fue no experimental con clasificación transeccional correlacional que permite describir relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. En este sentido, se determinó la correlación entre el liderazgo emprendedor y la esperanza en el lugar de trabajo en los empleados como unidades de análisis del estudio.

La población del estudio fue seleccionada a partir de la información actualizada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2021) de Ecuador a través del Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) fundamentado sobre el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). La información suministrada por el instituto mencionado, destaca un registro del número de empresas de acuerdo a su tamaño: Microempresa, Pequeña empresa y Mediana empresa (Mipymes) que corresponden a la población del estudio. Cabe notar que las provincias con mayor

Tabla 1
Población de Mipymes y Empleados en Ecuador

Característica	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Género	Femenino	357	33%
	Masculino	709	67%
Total		1066	100%
Edad	De 18 a 30 años	405	38%
	De 31 a 45 años	422	40%
	Más de 50 años	239	22%
Total		1066	100%
Estado Civil	Soltero	451	42%
	Casado	509	48%
	Viudo	25	3%
	Divorciado	81	7%
Total		1066	100%
Nivel Educativo	Primaria	235	22%
	Secundaria	531	50%
	Superior	300	28%
Total		1066	100%

concentración de Mipymes en Ecuador son Pichincha, Guayas, Azuay y Manabí; y que a nivel nacional, el sector económico de Servicios fue el sector con el mayor registro de empleo de 1.573.590 empleados que representa el 56,41% (INEC, 2021). Del mismo modo, es importante mencionar que en todo el territorio de Ecuador, el registro de las plazas de empleo fue de

2.789.584 de los cuales el 60,44% fue generado por las Mipymes. La Tabla 1 contiene la población de Mipymes y de empleados en Ecuador

De esta manera, el estudio contempló esta población de empleados de las Mipymes calculando el tamaño de la muestra representativa con la ecuación de

Tabla 3
Correlaciones entre los Ítems de las Variables

	M	DE	LE_1	LE_2	LE_3	LE_4	LE_5	LE_6	LE_7	LE_8	ELT_1	ELT_2	ELT_3	ELT_4
LE_1	3,55	,987	1											
LE_2	3,57	,951	,465**	1										
LE_3	2,89	1,263	,591**	,460**	1									
LE_4	2,27	1,149	,304**	,279**	,202**	1								
LE_5	3,14	1,295	,597**	,348**	,534**	,127**	1							
LE_6	2,15	1,448	,172**	,087**	,035	,128**	,215**	1						
LE_7	2,74	1,096	,417**	,306**	,420**	,076*	,513**	,144**	1					
LE_8	3,01	1,495	,473**	,530**	,454**	,133**	,626**	,452**	,552**	1				
ELT_1	2,86	1,350	,503**	,327**	,718**	,106**	,664**	,341**	,553**	,783**	1			
ELT_2	3,38	1,235	,366**	,305**	,514**	,214**	,273**	,144**	,299**	,323**	,478**	1		
ELT_3	3,13	1,354	,394**	,330**	,552**	,308**	,380**	,051	,292**	,307**	,468**	,589**	1	
ELT_4	2,64	1,165	,322**	,287**	,455**	,234**	,245**	,099**	,211**	,297**	,411**	,505**	,504**	1

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Sierra (2000) sobre las provincias con mayor concentración de Mipymes quedando constituida por 1066 empleados de ambos sexos, diferentes edades, estado civil y niveles académicos seleccionados a través del método aleatorio simple.

Medidas

Para la medición de la variable liderazgo emprendedor, se utilizó la escala de Renko et al. (2015) o el Entrepreneurial Leadership-Entrelead Scale. Según los autores, permite aprovechar las percepciones

Tabla 3
Correlaciones entre las acciones de los líderes emprendedores y esperanza en el lugar de trabajo

		LE	ELT
LE	Correlación de Pearson	1	,688**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	1066	1066
ELT	Correlación de Pearson	,688**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	1066	1066

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

de los empleados sobre las características de liderazgo emprendedor de sus líderes en las empresas. El cuestionario fue traducido al español por expertos y consta de 8 ítems, por ejemplo «A mi gerente, a menudo se le ocurren ideas de mejora radical para los productos/servicios que vendemos». Para la medición de la variable esperanza en el lugar de trabajo se utilizó de la escala de CapPsi de Omar et al. (2014) los cuatro ítems correspondientes a la esperanza en el sitio de trabajo, por ejemplo «Tengo metas y propósitos en mi trabajo que espero alcanzar».

Para medir los comportamientos de las variables los cuestionarios utilizaron una escala de frecuencia de Likert del 1 al 5: 1 («Totalmente en desacuerdo»), 2 («En desacuerdo»), 3 («Ni de acuerdo, ni en desacuerdo»), 4 («De acuerdo »); y 5 («Totalmente de acuerdo»). Entre los bloques de los instrumentos de recolección de datos se incluirán los datos que corresponden a la descripción de la muestra como las Variables de Control Socio Biográficas: Género, Edad, Estado Civil y Nivel Educativo. Las respuestas de los instrumentos fueron codificadas y tabuladas con la ayuda del software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para determinar las correlaciones entre las variables.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el análisis descriptivo, los resultados de las variables de control socio biográfico que describen las características de los empleados de las Mipymes correspondientes a la muestra evidencian en la Tabla 1 que la mayoría de los empleados son hombres, son casados, y con un nivel educativo de secundaria. Asimismo, el 40% de los empleados encuestados se encuentra desde los 31 a 45 años de edad.

La Tabla 3 muestra el resultado la media y la desviación estándar como estadísticos descriptivos del estudio y los resultados del análisis de correlaciones de la percepción sobre las características del liderazgo emprendedor (LE) en los ger-

entes y la esperanza en el lugar de trabajo (ELT) de los empleados de las empresas. Estos hallazgos demostraron en su mayoría correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre los indicadores de los constructos. Se evidencia por ejemplo, que la relación entre las acciones de los líderes emprendedores sobre la toma de riesgo y la esperanza sobre las metas y propósitos de los empleados es de 0,718** demostrando que existe una relación directamente proporcional indicando que, mientras más riesgo asume un líder emprendedor, se incrementan las metas y los propósitos que los empleados esperan alcanzar en su puesto de trabajo.

En la correlación de Pearson los resultados sobre la relación entre las acciones de los líderes emprendedores y la esperanza en el lugar de trabajo de los empleados demostrados en la Tabla 4 indican que existe una correlación positiva y estadísticamente significativa de 0,688** entre las variables, que denota que en la medida en que las acciones de los líderes emprendedores en los gerentes de las empresas se incrementan, del mismo modo se incrementa, la esperanza en el lugar de trabajo de los empleados.

Estos hallazgos respaldan los resultados empíricos que demostraron dentro de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) que el desarrollo del comportamiento innovador de los empleados se basa en las actitudes del liderazgo emprendedor (Li et al, 2020), que el liderazgo emprendedor produce un impacto significativo y positivo en el comportamiento laboral innovador de los empleados de ese tipo de empresas (Akbari et al., 2021); y que del mismo modo, en empresas sociales el liderazgo emprendedor se relaciona positivamente con el comportamiento innovador de los seguidores (Newman et al., 2017).

Los hallazgos revelados en el estudio permiten evidenciar su similitud con otros estudios que demostraron una relación positiva entre los gerentes y la esperanza de

los empleados (Luthans & Jensen, 2002). De igual manera, así como estudios demostraron que el liderazgo auténtico es un predictor de la esperanza en los empleados (Rego et al., 2014) y la relación positiva entre estos dos constructos (Jensen y Luthans, 2006), este estudio argumenta que las acciones de los líderes emprendedores predicen positivamente la esperanza en el lugar de trabajo de los empleados en estas empresas. No obstante, estos resultados difieren de los que revelaron que la esperanza hacia el futuro de los empleados no se relacionó significativamente con el liderazgo emprendedor (Welsh & Raven, 2011).

CONCLUSIONES.

El objetivo de este estudio fue analizar la relación que existe entre las acciones de los líderes emprendedores y la esperanza en el lugar de trabajo de los empleados en las Microempresas, Pequeñas empresas y Medianas empresas (Mipymes) en las provincias de Ecuador. Los hallazgos de esta investigación permiten inferir que los líderes de estas organizaciones actúan con orientación emprendedora, sus acciones humanas motivan a los empleados (Fontana y Musa, 2017), crean un ambiente con una cultura organizacional amigable, solidaria y optimista que alimenta la esperanza del empleado en la organización (Darling et al., 2007); y poseen una visión del futuro (Renco et al., 2015) que permite a los empleados la esperanza en proyectos creativos para su trabajo (Omar et al., 2014).

La evidencia presentada en este estudio permite ampliar la escasa literatura existente entre los líderes emprendedores y la esperanza de los empleados en el sitio de trabajo al demostrar con sus hallazgos una correlación positiva y estadísticamente significativa entre los constructos investigados. Es estudio sugiere que en la medida en que las acciones del líder emprendedor estén dirigidas a mejorar los productos y/o los servicios, a la asunción de riesgos, a

la solución creativa de los problemas, a la demostración de la pasión emprendedora y a la visión de futuro; en esa misma medida, los empleados tendrán esperanzas para alcanzar sus objetivos, mejorar sus asuntos laborales y desarrollar sus proyectos para crear cosas diferentes en su puesto de trabajo.

REFERENCIAS

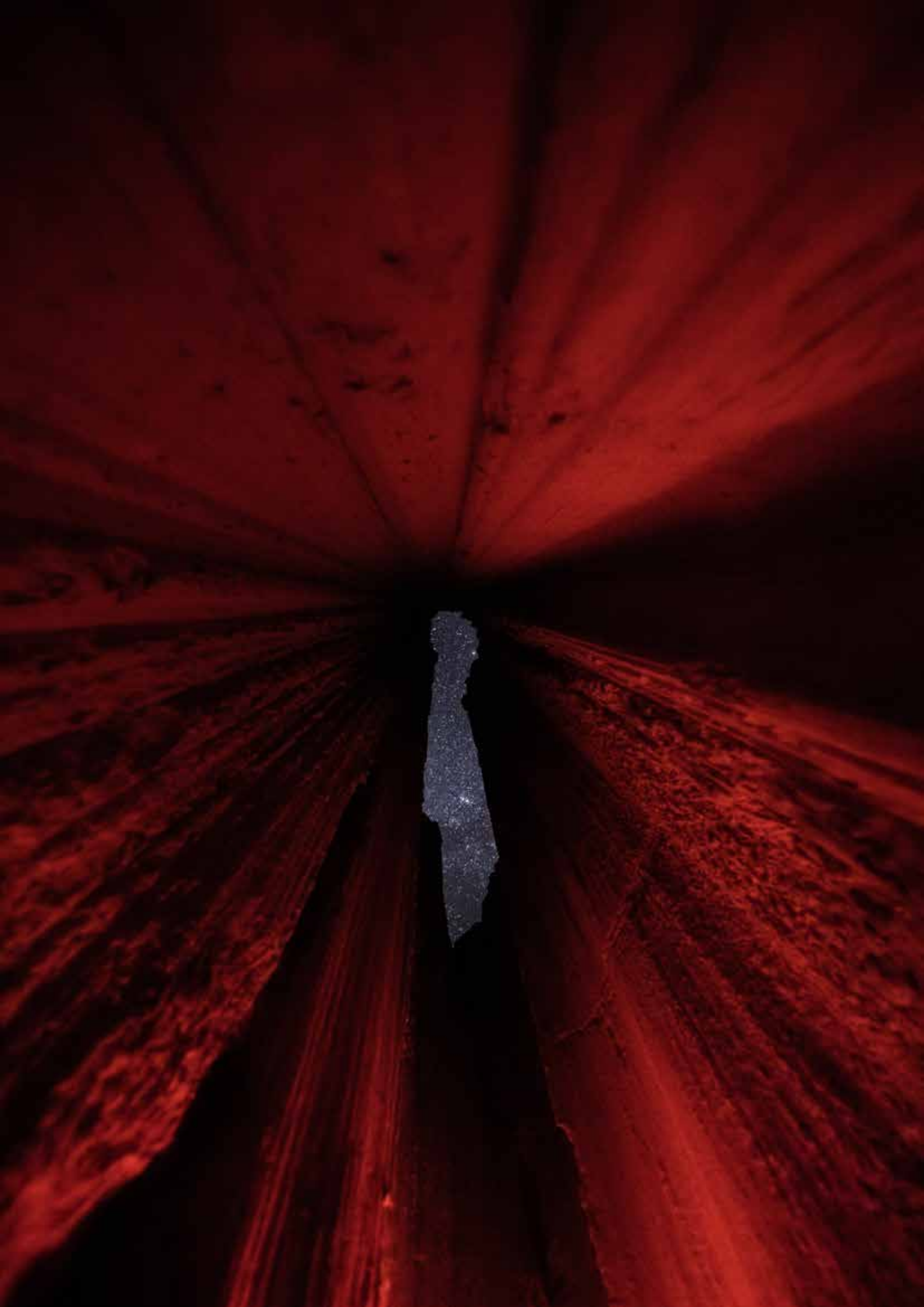
- Adams, V.H., Snyder, C.R., Rand, K.L., King, E.A., Sigmon, D.R., & Pulvers, K.M. (2002). Hope in the workplace. In R. Giacalone & C. Jurkiewicz (Eds.), *Handbook of workplace spirituality and organizational performance* : 367-377.
- Avey, J. B., Patera, J. L., & West, B. J. (2006). The implications of positive psychological capital on employee absenteeism. *Journal of Leadership and Organization Studies*, 13, 42–60.
- Avey, J. M., Luthans, F. & Jensen, S. M. (2009). Psychological capital: a positive resource for combating employee stress and turnover. *Human Resource Management*, 48(5), 677–693. <https://doi.org/10.1002/hrm.20294>
- Bagheri, A. & Harrison, C. (2020). Entrepreneurial leadership measurement: a multi-dimensional construct. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(4), 659-679. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2019-0027>
- Bagheri, A. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on innovation work behavior and opportunity recognition in high-technology SMEs. *Journal of High Technology Management Research*, 28(2), 159-166. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2017.10.003>
- Cai, W., Lysova, E. I., Khapova, S. N. & Bossink, B. A. (2019). Does entrepreneurial leadership foster creativity among employees and teams? The mediating role of creative efficacy beliefs. *Journal of Business and*

- Psychology, 34(2), 203-217. <https://doi.org/10.1007/s10869-018-9536-y>
- Cai, W., Lysova, E. I., Khapova, S. N., & Bossink, B. A. G. (2018). Servant leadership and innovative work behavior in chinese high-tech firms: A moderated mediation model of meaningful work and job autonomy. *Frontiers in Psychology*, 9, 1-38. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01767>
 - Chen, M.-H. (2007). Entrepreneurial leadership and new ventures: Creativity in entrepreneurial teams. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 239-249. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2007.00439.x>
 - Chow, I. H. S. (2018). The mechanism underlying the empowering leadership-creativity relationship. *Leadership and Organization Development Journal*, 39(2), 202-217. <https://doi.org/10.1108/lodj-03-2016-0060>
 - Darling, J., Keefe, M. & Ross, J. (2007). Entrepreneurial leadership strategies and values: Keys to operational excellence. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 20(1), 41-54. <https://doi.org/10.1080/08276331.2007.10593385>
 - Diabate, A., Allate, B.M. Wei, D. & Yu, L. (2019). Assessing SMEs' Sustainable Growth through Entrepreneurs' Ability and Entrepreneurial Orientation: An Insight into SMEs in Côte d'Ivoire. *Sustainability*, 11(24), 7149, 1-26. <https://doi.org/10.3390/su11247149>
 - Fontana, A. & Musa, S. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on innovation management and its measurement validation. *International Journal of Innovation Science*, 9(1), 2-19. <https://doi.org/10.1108/ijis-05-2016-0004>
 - Gupta, V., MacMillan, I.C. & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 241-260. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(03\)00040-5](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(03)00040-5)
 - Harrison, C., Burnard, K. & Paul, S. (2018). Entrepreneurial leadership in a developing economy: a skill-based analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 521-548. <https://doi.org/10.1108/jsbed-05-2017-0160>
 - Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición ed.). McGraw-Hill.
 - Hsu, M. L. A., & Chen, F. H. (2015). The cross-level mediating effect of psychological capital on the organizational innovation climate-employee innovative behavior relationship. *The Journal of Creative Behavior*, 51(2), 128-139. <https://doi.org/10.1002/jocb.90>
 - Huang, S., Ding, D. and Chen, Z. (2014). Entrepreneurial leadership and performance in Chinese new ventures: a moderated mediation model of exploratory innovation, exploitative innovation and environmental dynamism. *Creativity and Innovation Management*, 23(4), 453-471. <https://doi.org/10.1111/caim.12085>
 - Instituto Nacional de Estadística y Censos (2021). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2020*. Dirección de Estadísticas Económicas de Ecuador.
 - Jensen, S. M. & Luthans, F. (2006). Entrepreneurs as authentic leaders: impact on employees' attitudes. *Leadership & Organization Development Journal*, 27(8), 646-666. <https://doi.org/10.1108/01437730610709273>
 - Koryak, O., Mole, K.F., Lockett, A., Hayton, J.C., Ucbasaran, D. & Hodgkinson, G.P. (2015). Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth. *International Small Business Journal*, 33(1), 89-105. <https://doi.org/10.1177/0266242614558315>
 - Koryak, O., Mole, K.F., Lockett, A., Hayton, J.C., Ucbasaran, D. & Hodgkinson, G.P. (2015). Entrepreneur-

- rial leadership, capabilities and firm growth. *International Small Business Journal*, 33(1), 89-105. <https://doi.org/10.1177/0266242614558315>
- Leitch, C.M. & Volery, T. (2017). Entrepreneurial leadership: insights and directions. *International Small Business Journal*, 35(2), 147-156. <https://doi.org/10.1177/0266242616681397>
 - Luthans, F. & Youssef, C. M. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management. *Organizational Dynamics*, 33, 143-160. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2004.01.003>
 - Luthans, F. (2010). *Organizational behavior: An evidence-based approach*. New York: McGraw-Hill.
 - Luthans, F., & Jensen, S. M. (2002). Hope: A new positive strength for human resource development. *Human Resource Development Review*, 1(3), 304-322. <https://doi.org/10.1177/1534484302013003>
 - Luthans, F., Avey, J. B. & Patera, J. L. (2008). Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital. *Academy of Management Learning and Education*, 7(2), 209-221. <https://doi.org/10.5465/AMLE.2008.32712618>
 - Luthans, F., Youssef, C. M. & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford, UK: Oxford University Press.
 - Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. & Lévy-Mangin, J-P. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Anales de Psicología*, 28(1), 171-179. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/140642>
 - Mukherjee, U. & Sharma, P. (2020). Hope at Workplace: A Review of the Literature. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(06), 5557-5568.
 - Norman, D. A., Ortony, A. & Revelle, W. (2005). *The Role of Affect and Proto-affect in Effective Functioning*. Oxford University Press
 - O'Hara, D. & Ortiz, L. (2014). *Phoenix Rising from Contemporary Global Society*.
 - Omar, A., Salessi, S. & Urteaga, F. (2014). Diseño y validación de la escala CapPsi para medir capital psicológico. *Liberabit. Revista de Psicología*, 20(2), 315-323.
 - Putnins, T. J. & Sauka, A. (2019). Why Does Entrepreneurial Orientation Affect Company Performance?. *SSRN Electronic Journal*, 14(4), 711-735. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3394367>
 - Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T. & Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 761-787. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
 - Rego, A., Machado, F., Leal, S., & Cunha, M. P. E. (2009). Are hopeful employees more creative? An empirical study. *Creativity Research Journal*, 21, 223-231.
 - Rego, A., Sousa, F., Marques, C. & e Cunha, M. P. (2014). Hope and positive affect mediating the authentic leadership and creativity relationship. *Journal of Business Research*, 67(2), 200-210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.10.003>
 - Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54-74. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12086>
 - Reynolds, P. D. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 24(4), 359-364. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-0692-x>

- Sierra, R. (2000). *Técnicas de Investigación Social*. 5ta Edición. Paraninfo.
- Snyder, C. R. (1995). Conceptualizing, measuring, and nurturing hope. *Journal of Counseling & Development*, 73(3), 355–360. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6676.1995.tb01764.x>
- Snyder, C. R. (2000). *Handbook of hope: Theory, measures, and applications*. San Diego, CA: Academic Press.
- Snyder, C. R. (2002). Hope: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13, 249–275.
- Snyder, C. R., Anderson, J. R., Holleran, S. A. & Irving, L. M. (1991) Development and validation of an individual-differences measure of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 570-585. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.4.570>
- Snyder, C. R., López, J. L. & Pedrotti, J. (2012). *Positive psychology: the scientific and practical explorations of human strengths*. Thousand: Sage Publications.
- Snyder, C., Sympson, S., Ybasco, F., & Borders, T. (1996). Development and validation of the state hope scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 321–335. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.2.321>
- Soomro, B. A. & Shah, N. (2019). Determining the impact of entrepreneurial orientation and organizational culture on job satisfaction, organizational commitment, and employee's performance. *South Asian Journal of Business Studies*, 8(3), 266–282. <https://doi.org/10.1108/sa-jbs-12-2018-0142>
- Welsh, D.H.B., & Raven, P.V. (2011). Hope among franchise leaders: Why hope has practical relevance to franchising-An exploratory study. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28(2), 134-142. <https://doi.org/10.1002/cjas.204>





Millennials imbabureños y sus preferencias de uso de redes sociales durante la pandemia Covid-19 en el 2020

Fernando David Valenzuela Arroyo
 Universidad Técnica del Norte, Ecuador
 fdvalenzuela@utn.edu.ec

Recepción Sep. 01, 2022
Aceptación Nov. 18, 2022

RESUMEN

La pandemia de Covid-19 puso en relevancia el uso de las redes sociales por parte de toda la población, en Imbabura la generación denominada millennial es el grupo económicamente más activo y precisamente de ahí se plantea el objetivo de la presente investigación: determinar las preferencias de uso de las redes sociales de la generación Y estableciendo las categorías de poco, moderado y mucho uso de las principales redes como por ejemplo Facebook, Youtube, Instagram, Whatsapp, Tik Tok, Vimeo, Twitter entre otros. La presente es una investigación enmarcada en el enfoque cuantitativo no experimental, con un alcance correlacional, de corte transversal; la muestra estudiada fue de 1408 personas comprendidas en las edades entre 20 y 40 años a la fecha de estudio, residentes de la provincia de Imbabura, a este grupo se aplicó una encuesta y se analizó los datos obtenidos utilizando métodos cuantitativos para análisis de escalas tipo likert, lo cual da como resultado un uso moderado de las redes sociales en la mayoría de los encuestados. Utilizando tablas cruzadas se evidenció el comportamiento del género con respecto a las categorías de uso y utilizando la prueba de hipótesis de Chi Cuadrado se encontró que hay relación entre el uso de redes sociales con el género de la persona. Usando la categorización de uso de redes sociales se dividió los casos en cuartiles y se usó el primer cuartil mucho uso de redes sociales para concluir que el grupo generacional millennial de Imbabura usa solo cierto tipo de redes con mucha frecuencia.

Palabras clave: Millennials, Redes Sociales, Preferencias De Uso, Imbabura

Millennials from Imbabura Province and their Preferences Regarding the Use of Social Networks during the Covid-19 Pandemic in 2020

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic highlighted the use of social networks by the entire population, in Imbabura the so-called millennial generation is the most economically active group and precisely from there the objective of the present investigation arises: to determine the preferences of use of the social networks of Y generation, establishing the categories of little, moderate and a lot of use of the main networks such as Facebook, YouTube, Instagram, Whatsapp, Tik Tok, Vimeo, Twitter among others. This is an investigation framed in the non-experimental quantitative approach, with a correlational, cross-sectional scope; The sample studied was 1,408 people between the ages of 20 and 40 at the date of the study, residents of the province of Imbabura. A survey was applied to this group and the data obtained was analyzed using quantitative methods for analysis of type scales Likert, which results in a moderate use of social networks in the majority of respondents. Using cross tables, the behavior of gender was evidenced with respect to the categories of use and using the Chi Square hypothesis test, it was found that there is a relationship between the use of social networks with the gender of the person. Using the categorization of use of social networks, the cases were divided into quartiles and the first quartile was used a lot of use of social networks to conclude that the millennial generation group of Imbabura uses only certain types of networks very frequently.

Keywords: Millenials, Social Networks, Use Preferences, Imbabura.

INTRODUCCIÓN

En los resultados de su investigación Díaz-Sarmiento et al. (2017) mencionan las visiones que el término generación puede adquirir pudiendo abordarlo desde la visión positivista o la visión histórico romántica. Desde el positivismo se define a una generación como el grupo humano que comparte un tiempo cronológico, es decir personas que nacieron en un lapso de tiempo determinado y a este grupo se lo denomina generación la cual cambia a medida que el grupo más joven empieza a mostrar actitudes que lo diferencian de sus padres o abuelos. Desde la visión histórica el grupo denominado generación comparte el mismo tiempo vivencial, en un entorno parecido, con prácticas y modos de vivir similares, sus semejanzas se crean desde la convivencia ya que terminarán recibiendo por igual las costumbres y elementos culturales de sus contemporáneos, puede existir por ejemplo personas que naciendo en un mismo año, pero viviendo en lugares distintos, expuestos a culturas distintas, resulten en individuos con marcadas diferencias.

Resulta interesante el estudio de las generaciones que coexisten en un tiempo determinado, cuántas veces, por ejemplo, se ha escuchado a un abuelo criticar el modo de vida de los adolescentes en

general, dicho fenómeno parece repetirse cada vez que una persona alcanza la vejez, sin importar lo actualizado que trate de mantenerse. En sus estudios Ortega y Gasset (2012) nos habla sobre la pugna de poder que existe entre una generación y otra, existiendo: la generación que busca el poder, la que ejerce el poder y una tercera que está en camino de perder dicho poder. Según Vivero Marin (2021) en la actualidad conviven seis generaciones que comparten el tiempo vivencial pero que dentro de cada grupo tienen intereses en común entre individuos y que buscan distanciarse de las otras generaciones imponiendo sus particulares puntos de vista en temas como la economía, política, arte, modo de divertirse, modo de vestir, música que escuchan, contenido que consumen, tecnología que usan, entre muchos otros aspectos. De acuerdo a este estudio, existen a día de hoy generaciones con marcadas diferencias y se las ha nombrado en base a ciertas características propias de sus integrantes, los nombres quedan establecidos de la siguiente manera: Silenciosa o swinger, Baby boomers, Generación X, Millennials o Generación Y, Centennials o Generación Z y la Generación Alpha.

Varias investigaciones se han realizado acerca de las generaciones, uno de los principales aspectos a tomar en cuenta es el período temporal al cual cada grupo pertenece, Agustín et al. (2016) en su artículo nos menciona una clasificación propuesta dividiendo a los grupos en: la generación silenciosa con las personas nacidas entre 1922 y 1945 quienes toman este nombre debido a su modo de enfrentar la vida de una manera silenciosa frente al sistema, trabajando sumisamente para generar sus ingresos; los baby boomers son las personas nacidas entre 1946 y mediados de los 60's son personas caracterizadas por vivir el auge económico de la postguerra lo que dio lugar a un aumento en los nacimientos a nivel mundial; la generación X son las personas nacidas entre 1965 y 1980 sus integrantes son caracterizados por la tenacidad para estos individ-

uos el conseguir trabajo fue una cuestión difícil y se caracterizan por su gusto por mirar la televisión; la generación Y con las personas nacidas entre 1981 y 1993 también llamados millenials se caracterizan por ser los primeros en tener acceso a la tecnología digital sin complicaciones, son personas que buscan un trabajo por superación personal más que económica y empiezan a tomar conciencia del cuidado de la naturaleza; luego tenemos a la generación Z pero a día de hoy no se define el rango exacto donde termina dicha generación, lo que si tenemos como referencia es el inicio que comprendería el año 1994, es una generación que se denomina nativa digital ya que sus integrantes nacen dentro de una sociedad digitalizada; también se empieza a hablar sobre la generación Alfa que sucedrá a la generación Z y que entre otras cosas se espera sea un grupo humano con capacidades digitales vinculadas a los recursos tecnológicos (Pablo et al., 2018).

El presente estudio tomará como grupo de investigación a la Generación Y denominada también Millennial. Para Martínez-Sala et al. (2018) las principales características de los individuos que pertenecen a esta generación están relacionadas con su consumo de contenidos en plataformas digitales y el uso activo de redes sociales. La interconexión ha hecho que los individuos pertenecientes a este grupo se consideren parte de una cultura global. Esta generación despierta gran interés en los investigadores de mercados, investigadores culturales, sociólogos, economistas dado que están en edad productiva y suponen retos para empresas de todo tipo que tratan de descifrar sus comportamientos para encausar los esfuerzos mercadológicos de mejor manera. Según Agustín et al. (2016) los individuos de esta generación en su mayoría cuentan con un dispositivo móvil o computadora desde donde interactúan, socializan y comparten información usando principalmente las redes sociales. Existen muchos casos de personas de esta generación que han establecido relaciones sentimentales a través

de internet usando plataformas y redes y luego han terminado casados. Con relación a su mirada del trabajo los millenials buscan crecer personalmente más allá de la estabilidad económica.

La era contemporánea de la mano del avance tecnológico nos ha traído algunos cambios en la manera como las personas interactúan, uno de esos cambios se dio con el apareamiento de las redes sociales con base en plataformas digitales. En su libro Aspectos legales de las redes sociales Agustinoy Guilayn y Monclus Ruiz (2021) definen a las redes sociales como las plataformas en internet que brindan a los usuarios la capacidad de construir una conexión entre personas para compartir información, crear perfiles, compartir historias de su vida, novedades y una serie de contenidos relacionados a su diario convivir con el resto. Las redes sociales como ventana de exposición han ido tomando protagonismo en la vida de todas las personas, estar lejos de la familia por ejemplo hoy en día supone una ausencia física pero con posibilidades de comunicación instantánea, a nivel tecnológico incluso han solapado a medios tradicionales como la televisión haciendo su consumo la principal fuente de exposición publicitaria de las empresas, los más jóvenes tienen por costumbre un consumo muy reducido de televisión como medio de comunicación y sus preferencias van encaminadas a las redes sociales. En su artículo Saavedra-Llamas et al. (2020) nos habla sobre las capacidades de las redes enfrentadas a la televisión y nos dice que la audiencia social presenta una conversión del acto de ver con el acto social de interactuar. Los usuarios de redes sociales comparten contenido que puede ir en la línea de la información, el entretenimiento o la exposición social y la audiencia puede reaccionar a dichas publicaciones y emitir un mensaje de regreso. Es precisamente esta posibilidad lo que marca la diferencia entre lo tradicional y lo digital, la cultura del like a revolucionado a las generaciones apegadas al consumo de contenidos en medios digitales y las redes

sociales marcan tendencias basados en la medición de dichas reacciones e interacciones entre usuarios de las plataformas dejando de lado a la televisión tradicional (Cortés Quesada et al., 2022). Esta tendencia marca una revolución en las compañías dedicadas a la comunicación, al entretenimiento y a la publicidad, debiendo establecer nuevas estrategias para llegar a la audiencia de manera efectiva, el uso de las plataformas está presente en la planificación de medios contemporánea.

El uso que las personas hacen de las redes sociales es cada vez más recurrente y la Pandemia Covid 19 puso en evidencia las capacidades en comunicación interpersonal de las mismas. En su estudio Sanchez Sainz-Trapaga (2021) nos menciona que las redes sociales han crecido en alcance y uso para el año 2020 por ejemplo facebook a alcanzado los 1,95 billones de personas registradas, instagram alcanza los 928,5 millones de personas usándolo, los usuarios activos en redes sociales superan los 3,8 billones con un crecimiento anual del 9,2%. Cifras que nos indican la importancia de las redes digitales para la comunicación del ser humano en la era digital, El presente estudio busca determinar el comportamiento de uso de las redes por parte del grupo humano denominado millennials imbabureños ubicados en la zona geográfica de la provincia de Imbabura. La pandemia de Covid-19 puso en relevancia las redes sociales ya que al estar restringido el contacto interpersonal directo se necesitó formas de comunicación modernas que nos hagan sentir un contacto virtual pero necesario. Los millennials de imbabura estuvieron expuestos a esta realidad en el año 2020 hecho que nos puede brindar información valiosa para investigadores de diversas áreas.

Conocer el comportamiento de los individuos puede ayudarnos para tomar acciones específicas dentro de la publicidad. Los denominados Social Ads hacen referencia a la publicidad ubicada en redes sociales dentro de plataformas corporativas como las de Meta con Facebook e Ins-

tagram o Google con todas sus plataformas conexas como Youtube, las personas dedicadas al marketing digital contemporáneo las llaman Facebook Ads, Instagram Ads, Youtube Ads (Moreno, 2021) y son la base para el desarrollo de campañas digitales. En la denominada Zona 1 del Ecuador la actividad publicitaria ha evolucionado según Córdova et al. (2017) de la mano del avance tecnológico que nos permite usar nuevos medios digitales para transmitir el mensaje publicitario haciendo posible el acceso a pequeños negocios al mundo publicitario, hecho que hace algunos años no era posible ya que los presupuestos de medios tradicionales como la televisión los volvían restrictivos para grandes empresas con presupuestos altos. Estudiar las tendencias de las generaciones en cuanto a consumo de contenido en redes sociales puede ayudar a direccionar de mejor manera los esfuerzos dentro de la comunicación publicitaria que estos negocios locales pueden usar en su beneficio.

En el año 2020 el mundo entero estaba sumido en la pandemia Covid-19 con el confinamiento obligatorio que las autoridades sanitarias de cada país establecieron. Según Ortega Vivanco (2020) en su investigación nos mencionan que Ecuador adoptó dichas medidas en marzo del 2020, lo cual llevó a las personas a cambiar sus modos de vida desarrollando actividades dentro de sus casas. En este contexto las redes sociales fueron más allá de ser una distracción casual y pasaron a convertirse en ventanas de exhibición de productos para su venta, medios de comunicación masiva, espacios de entretenimiento entre muchos otros roles a los cuales la población ecuatoriana estuvo expuesta y aprendió a vivir con ella (Bote-López, 2021). La crisis sanitaria trajo consigo consecuencias a nivel poblacional que se ven reflejadas en los datos referentes a defunciones reportadas. A nivel económico según nos menciona López-Altamirano et al. (2020) las principales maneras en que la economía puede verse afectada es: directamente la producción, trastornos en

la cadena de suministros en el mercado y por su impacto financiero en las empresas y mercados.

El objetivo de la presente investigación se centra en determinar las preferencias de uso de redes sociales de un grupo de la población imbabureña denominado millennials, también observaremos si existe una diferencia entre el género del grupo y sus preferencias. En su libro Moreno (2021) hace hincapié en el poder de democratización de la publicidad moderna, ya que las tarifas de los medios digitales frente a los tradicionales: televisión, prensa, radio, son una ventaja para pequeños negocios, Pymes y emprendimientos. Conocer el comportamiento de un sector de la población puede llevar a la creación de estrategias de marketing y publicidad (López et al., 2018)

METODOLOGÍA

El problema planteado se abordó a través del enfoque cuantitativo de investigación no experimental que según Hernández Sampieri et al. (2010) puede tener un alcance correlacional que busca interpretar la relación entre dos variables, por un lado el rango generacional de las personas denominadas millenials y por otro lado sus preferencias de uso de redes sociales en un corte transversal ya que se analizará al grupo en un punto temporal determinado.

Como método para recopilar la información se utilizó una encuesta con base en la herramienta de formularios de Microsoft, la cual se aplicó a la población en edades comprendidas entre los 20 y 40 años a la fecha de la recolección de datos: año 2020, rango de edades que comprenden la generación denominada Millennial (Díaz-Sarmiento et al., 2017). En la primera fase de recolección de la información se obtuvo 1408 respuestas de una población total de 476257 habitantes que tiene la provincia de Imbabura de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC para el 2020. De acuerdo a del Castillo & Ol-

ivares Orozco (2014) la población puede analizarse desde un subconjunto llamado muestra, para el presente estudio, se aplicó una fórmula para calcular el tamaño de la muestra con un nivel de confianza del 97,4%.

El instrumento general aplicado hace parte de los esfuerzos de la Carrera de Publicidad de la Universidad Técnica del Norte e incluye varios ítems para el mismo grupo poblacional. Para este estudio se tomó la pregunta número 13 que aborda el tema del uso de redes sociales y que utilizó una escala para medir su comportamiento teniendo las categorías de: mucho, medianamente y nada. Las redes sociales a evaluar fueron: Facebook, Youtube, Instagram, Whatsapp, Tinder, Snapchat, Tik Tok, Vimeo, Twitter, LinkedIn, Google +, Spotify, Amazon, Mercado Libre, OLX y Pinterest. Con los resultados obtenidos se utilizó el software SPSS de IBM para analizar las frecuencias y establecer relaciones entre variables utilizando tablas cruzadas que muestran los comportamientos de la población frente al uso de redes sociales.

El presente trabajo de investigación busca responder a las siguientes preguntas de investigación: ¿cuáles son las características generales del grupo denominado Millennials imbabureños frente a sus preferencias de uso de redes sociales en el año 2020? ¿Las personas de género femenino, masculino u otras tienen un comportamiento marcadamente distinto en cuanto al uso de redes sociales?

RESULTADOS

Los Millennials que nos sirvieron para determinar las características de esta generación en Imbabura nos aportaron datos muy interesantes en cuanto al uso que hacen de las redes sociales. Para tabular las respuestas se utilizaron técnicas cuantitativas para análisis de escalas tipo likert (Blanco, 2005) que buscan estudiar las actitudes de los grupos humanos. Dichas actitudes para este trabajo de investigación están medidas de manera favorable

o positiva cuando mencionan mucho uso de una red, desfavorable o negativa cuando mencionan poco uso de una red y neutral cuando mencionan un uso moderado. Para poder realizar el análisis cuantitativo de las variables se codificó dándoles un valor de 1= Poco uso, 2= Uso moderado y 3= Mucho uso. Tomando esto como base se procedió a categorizar las respuestas (Tabla1), tomando en cuenta el conjunto de redes sociales y tenemos una respuesta por cada una de ellas, como variable calculada se sumó las respuestas. En el supuesto que una persona mencionara que usa muy

poco las redes sociales el valor mínimo de la suma sería 16 y si otro individuo mencionara que usa mucho todas las redes el valor máximo de la suma sería de 48, para los que usan moderadamente las redes sociales y si su respuesta fuera igual para todos los campos tendría una suma de 32, como tuvimos casos de sumas que como resultado dan números que están comprendidos entre esos rangos se definió una distribución para categorizar a los casos de estudio teniendo la siguiente tabla de distribuciones:

Tabla 1
Distribución de categorías

Rango	Categoría
16 - 26	Poco Uso
27 - 37	Uso Moderado
38 - 48	Mucho Uso

El siguiente paso fue contabilizar la frecuencia general de la muestra frente al uso de redes sociales y una vez realizado en análisis observamos que aún cuando el grupo estuvo inmerso en la pandemia con las características propias del encierro, de manera general (Tabla 2), el grupo no demuestra un uso excesivo de las redes sociales, únicamente el 6,5% de la muestra

usa la mayoría de las redes mencionadas en la encuesta, la mayoría de individuos mencionan un uso moderado de las mismas lo cual es un dato que puede aportar a las personas que trabajan desarrollando estrategias de comunicación, de marketing, de publicidad con este grupo objetivo en la mira de sus acciones (Blanco Ruiz Autora et al., 2021).

Tabla 2
Tabla de frecuencias de Uso de Redes Sociales

	Frecuencia	%	% Acumulado
Poco uso	649	46,1%	46,1%
Uso moderado	667	47,4%	93,5%
Mucho uso	92	6,5%	100,0%
Total	1408	100,0%	

Ahora veamos qué pasó con la categoría de uso enfrentada a la variable género, como se puede observar en la Tabla 3, para este estudio se utilizó el análisis descriptivo tablas cruzadas. Con un total de 1408 casos válidos, 664 casos mencionan ser de género femenino, 733 masculinos y 11 de otros géneros. En la tabla 3 podemos ver los porcentajes dentro de género de

la sumatoria de respuestas de cada grupo, notamos que los resultados de las sumas generales se mantienen, es así que el dato más pequeño sigue siendo en todos los casos la categoría mucho uso, pero advertimos que los datos de las categorías poco y moderado uso entre hombres y mujeres se separan y diferencian.

Tabla 3

Tabla cruzada Género:*Categoría de uso

		Clasificación uso			
		Poco	Moderado	Mucho	Total
Género: Femenino	Recuento	334	298	32	664
	% dentro de Género:	50,3%	44,9%	4,8%	100,0%
Masculino	Recuento	312	362	59	733
	% dentro de Género:	42,6%	49,4%	8,0%	100,0%
Otro	Recuento	3	7	1	11
	% dentro de Género:	27,3%	63,6%	9,1%	100,0%
Total	Recuento	649	667	92	1408
	% dentro de Género:	46,1%	47,4%	6,5%	100,0%

La prueba de hipótesis Chi Cuadrado nos sirve para determinar si existe una relación entre dos variables (Diaz Rodriguez, 2022). Estadísticamente queremos demostrar si las variables son independientes o tienen relación entre ellas (Tabla 4), en este caso queremos saber si el género femenino, masculino u otro usa más las redes sociales con respecto a los otros; en la tabla 3 podemos ver que en la categoría mucho uso, el género otro, tiene un porcentaje más alto que masculino y que femenino. Para decidir si aceptamos este postulado

como verdadero deberemos acudir al valor de la significación asintótica bilateral o también llamada p-valor y en los datos de la tabla 4 vemos que es menor que 0.05 por lo cual deducimos que si existe una relación entre el género y el uso que cada uno de ellos hacen de las redes sociales. Diremos entonces que las personas de género femenino usan menos las redes sociales y que los que más usan las redes sociales son las personas del género otros, seguidos por el género masculino.

Tabla 4

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,162 ^a	0,011
Razón de verosimilitud	13,345	0,010
Asociación lineal por lineal	12,612	0,000
N de casos válidos	1408	

Si bien las escalas tipo likert sirven para darnos un análisis general de las actitudes de un grupo determinado también podemos realizar una observación para emitir juicios de valor basados en los resultados en este caso de cada red social (Tabla 5). Si observamos una tabla que desglose las frecuencias de las categorías de uso por

cada red social nos encontramos con una marcada diferencia entre los que se mencionan como de mucho uso frente a los que se mencionan como de poco uso, es así que la red más utilizada es Whatsapp con 1109 respuestas positivas y la menos utilizada es Tinder con 1109 respuestas negativas.

Tabla 5
Tabla de frecuencia de Redes Sociales y su Uso

Red Social	Preferencia de uso						Total	%
	Poco	%	Moderado	%	Mucho	%		
Facebook	80	6%	524	37%	804	57%	1408	100%
Youtube	73	5%	608	43%	727	52%	1408	100%
Instagram	290	21%	495	35%	623	44%	1408	100%
Whatsapp	62	4%	237	17%	1109	79%	1408	100%
Tinder	1109	79%	184	13%	115	8%	1408	100%
Snapchat	932	66%	367	26%	109	8%	1408	100%
Tik Tok	1044	74%	217	15%	147	10%	1408	100%
Vimeo	1109	79%	217	15%	82	6%	1408	100%
Twitter	821	58%	404	29%	183	13%	1408	100%
LinkeDln	1038	74%	280	20%	90	6%	1408	100%
Google +	515	37%	471	33%	422	30%	1408	100%
Spotify	725	51%	399	28%	284	20%	1408	100%
Amazon	968	69%	307	22%	133	9%	1408	100%
Mercado Libre	793	56%	487	35%	128	9%	1408	100%
OLX	809	57%	433	31%	166	12%	1408	100%
Pinterest	750	53%	410	29%	248	18%	1408	100%

En este estudio nos interesa tener información de las redes más utilizadas para utilizarlas como instrumentos de planificación (Tabla 6), estrategia, mercadeo, medios publicitarios entre otros, las tendencias en su uso nos ofrecen las pautas para que empresas especializadas y la academia pueda desarrollar estrategias que lleguen efectivamente a este segmento de la población, los millenials imbabureños son un grupo que necesita ser investigado. Debido a ello se generó una tabla que ordena las redes sociales desde las más utilizadas

hasta las menos utilizadas y con base en esta distribución se definió los cuartiles de esa distribución, se observa que las redes más utilizadas son: Whatsapp, Facebook, Youtube e Instagram en ese orden.

Tabla 6
Tabla de frecuencia de Red Social utilizada mucho

Cuartil	Red Social	N	%	% Acumulado
Q1	Whatsapp	1108	21%	21%
	Facebook	803	15%	36%
	Youtube	726	14%	49%
	Instagram	622	12%	61%
	Google +	421	8%	69%
	Spotify	284	5%	74%
	Pinterest	247	5%	79%
Q2	Twitter	183	3%	82%
	OLX	166	3%	85%
	Tik Tok	147	3%	88%
Q3	Amazon	133	2%	90%
	Mercado Libre	128	2%	93%
	Tinder	115	2%	95%
	Snapchat	109	2%	97%
	LinkedIn	90	2%	98%
	Vimeo	82	2%	100%
Total		5364	100%	

Siguiendo con el análisis de las redes que aparecen como las más usadas por los millennials imbabureños se realizó una tabla cruzada (Tabla 7) que incluya solamente a dichas redes y se la enfrentó a la variable género para saber el comportamiento en este cuartil. Como se observa en la Tabla 7 en cuanto a las redes más usadas el comportamiento es mucho más

homogéneo sobre todo entre hombres y mujeres con variaciones de mucho uso que van del 63,1% al 65,5% podríamos decir que hombres y mujeres usan de forma similar redes como Whatsapp, Facebook, Youtube e Instagram, las personas que declaran otro género muestran en su mayoría un uso moderado de estas redes.

Tabla 7
Tabla cruzada Género* Categoría de uso

Género	Femenino	Recuento	Categoría de uso			Total
			Poco	Moderado	Mucho	
		19	226	419	664	
		% dentro de Género	2,9%	34,0%	63,1%	100,0%
	Masculino	20	233	480	733	
		% dentro de Género	2,7%	31,8%	65,5%	100,0%
	Otro	1	6	4	11	
		% dentro de Género	9,1%	54,5%	36,4%	100,0%
Total		Recuento	40	465	903	1408
		% dentro de Género	2,8%	33,0%	64,1%	100,0%

CONCLUSIONES

El grupo denominado millennials imbabureños hace uso moderado de las redes sociales en su mayoría, este comportamiento nos indica que en este grupo de personas con diversos géneros comprendidas entre los 20 y 40 años aproximadamente, el confinamiento de la pandemia no fue un factor que desencadenó en un uso excesivo de las redes sociales, solamente el 6,5% del total declara usar demasiado las redes sociales. Con respecto al género y sus comportamientos, notamos que las mujeres son las que menos se exceden en el uso de las redes sociales de forma masiva.

Las redes más utilizadas por los millennials imbabureños son Whatsapp, Facebook, Youtube e Instagram. El comportamiento de géneros en este subgrupo de redes es similar entre hombres y mujeres quienes mencionan usarlas mucho, las personas de otros géneros dicen usar estas redes moderadamente. En contraste a estas redes tenemos las menos utilizadas en el año 2020 que son Tinder, Vimeo, Tik Tok y LinkedIn. En 2022 a solo dos años del estudio la red social Tik Tok muestra una penetración muy fuerte en el mercado (Hernandez, 2022) aunque por sus características llame más la atención de las personas de la generación Z.

REFERENCIAS

- Agustín, S., Granados, O., Janoé, & González, A., Olivares, R. S., & González, J. (2016). La generación Z y los

retos del docente. *Los Retos de La Docencia Ante Las Nuevas Características de Los Estudiantes Universitarios*, 11, 114–124.

- Agustinoy Guilayn, A., & Monclus Ruiz, J. (2021). Aspectos legales de las redes sociales (3a. ed.). Wolters Kluwer Espana. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/182917>
- Blanco, N. (2005). Escala de actitud hacia el proceso de investigacion científico social. *Revista de Ciencias Sociales Vol. 11 (3)*, 2005. Red Universidad del Zulia. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/17195>
- Blanco Ruiz Autora, A., Iglesias Ruiz Tutor, J., & Javier Cabeza Ramírez, L. (2021). El Marketing a través de las redes sociales. 5, 315–331.
- Bote-López, S. (2021). Redes sociales y el desarrollo empresarial, en el contexto del COVID-19. *Revista Científica Arbitrada de Investigación En Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 4(7 Edicion especial), 8–20. <https://doi.org/10.46296/rc.v4i7.edespjun.0027>
- Córdova, D., Guzmán, C., & Ortíz, D. (2017). Artículoecos-n061. *ECOS DE LA ACADEMIA*, 6, 29–42.
- Cortés Quesada, J. A., Barceló Ugarte, T., & Fuentes Cortina, G. (2022). Study on the Audiovisual Consumption of Generation Z in Spain. *Fonseca Journal of Communication*, 24, 19–32. <https://doi.org/10.14201/fjc.28216>
- del Castillo, C. C., & Olivares Orozco, S. (2014). Metodología de la investigación. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/39410>
- Diaz Rodriguez, M. (2022). Estadística inferencial aplicada (2a. ed.). Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/221614>
- Díaz-Sarmiento, C., López-Lambraño, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los Baby Boomers, X Y Millennials.

- Clío América, 11(22). <https://doi.org/10.21676/23897848.2440>
- Hernández, P. (2022). EL GRAN ÉXITO DE TIK TOK FRENTE A SU RIVAL INSTAGRAM: UN ANÁLISIS COMPARATIVO [Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/52727>
 - Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). Metodología de la investigación (J. Mares, Ed.; Quinta edición). Mc Graw Hill Education.
 - López, O., Beltrán, C., Morales, R., & Caverro, O. (2018). estrategias MK rrss ecuador. *CienciaAmérica: Revista de Divulgación Científica de La Universidad Tecnológica Indoamérica*, 7(2), 39–56.
 - López-Altamirano, D., Solórzano-Solórzano, S., Burgos-Salazar, S., & Mejía-Condolo, M. (2020). *EconomíaDeLasEmpresas. Polo Del Conocimiento*, 5(1), 285–304. <https://doi.org/10.23857/pc.v5il.1898>
 - Martínez-Sala, A. M., Segarra-Saavedra, J., & Monserrat-Gauchi, J. (2018). Millennials as prosumers and adprosumers in corporate social networks. In *Cuadernos.info* (Issue 43, pp. 137–158). Pontificia Universidad Católica de Chile. <https://doi.org/10.7764/cdi.43.1335>
 - Moreno, R. (2021). *Publicidad en Redes Sociales [Curso practico]. Aprende como anunciar tu marca con Facebook, Instagram, YouTube y Pinterest Ads*. RA-MA Editorial. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/222643>
 - Ortega y Gasset, J. (2012). *En torno a Galileo* (D. Hernández, Ed.). tecnos.
 - Ortega-Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *Retos*, 10(20), 233–247. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.03>
 - Pablo, J., Quezada, A., Angélica, C., & Macfarland, G. (2018). La formación cívica de la generación alfa. *Pluridad y Consenso*, 8(37), 46–55.
 - Saavedra-Llamas, M., Papí-Gálvez, N., & Perlado-Lamo-de-espinosa, M. (2020). Television and social media: Social audiences in the advertising strategy. *Profesional de La Información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.06>
 - Sanchez Sainz-Trapaga, C. (2021). *Cosmovision de la comunicacion en redes sociales en la era postdigital*. 1239. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/212578>
 - Vivero Marin, C. E. (2021). *Narradoras millennials*. Ediciones y Graficos Eon. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/184277>



Bienestar psicológico y COVID 19 en estudiantes universitarios

Jefferson Stalin Portilla Villarreal
Adiz, Ecuador
portillavillarreal@gmail.com

Karina Pabón
mkpabon@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Paola Casa-Vera
pmcasav@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Gabriela Narváz Olmedo
sgnarvaez@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Verónica León Ron
mvleon@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Recepción Sep. 02, 2022
Aceptación Nov. 28, 2022

RESUMEN

El estudio busca identificar los efectos que tuvo la pandemia por COVID 19 en el bienestar psicológico de la población universitaria. Se tomó un enfoque cuantitativo de diseño descriptivo, de tipo transversal, participaron 2083 estudiantes de la Universidad Técnica del Norte de los cuales 722 pertenecen al género masculino y 1361 al femenino, fueron evaluados con la Escala de Bienestar Psicológico de Ryff, que consta de 39 ítems distribuidos en 6 dimensiones. Los datos obtenidos se analizaron con el Software SPSS. Se encontró que el mayor número de estudiantes poseen un bienestar psicológico alto, siendo los hombres quienes mostraron una media de 123,40 a diferencia de una media de 119,36 en las mujeres dentro de una puntuación máxima de 174. En las dimensiones, la autonomía se ubicó como la mejor puntuada por los estudiantes y la autoaceptación la menor puntuada. Los resultados señalan que un gran porcentaje de estudiantes no presentan efectos profundos en la salud mental debido al confinamiento por la pandemia, pero, del grupo afectado, el género femenino evidenció mayor vulnerabilidad.

Palabras clave: Bienestar Psicológico, Pandemia, Covid 19, Confinamiento, Estudiantes Universitarios.

Psychological Well-being and COVID 19 in College Students

ABSTRACT

The study seeks to identify the effects that the COVID 19 pandemic had on the psychological well-being of the university population. A quantitative approach of descriptive design was taken, of a cross-sectional type, 2083 students at the Technical University of the North participated, of which 722 belong to the male gender and 1361 to the female, were evaluated with the Ryff Psychological Well-being Scale, which consists of 39 items distributed in 6 dimensions. The data obtained were analyzed with the SPSS Software. It was found that the largest number of students have a high psychological well-being, with men showing an average of 123.40 as opposed to an average of 119.36 in women with a maximum score of 174. In the dimensions, autonomy was ranked as the best scored by students and self-acceptance the lowest scored. The results indicate that a large percentage of students did not have profound effects on mental health due to the confinement owing to the pandemic, but the female gender showed greater affectation and the two genders-maintained strengths mainly related to autonomy.

Keywords: Psychological Well-Being, Pandemic, Covid 19, Confinement, University Students.

INTRODUCCIÓN

En enero del 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020a) publicó información técnica sobre nuevos brotes de una epidemia por el virus SARS-CoV-2. El 11 de marzo del mismo año la OMS declara que la COVID-19 se caracteriza como una pandemia. En los meses posteriores se dieron a conocer las vías de transmisión del virus, siendo las principales por contacto directo, a través de secreciones, por vía aérea y mediante superficies contaminadas (OMS, 2020b). Al conocer las formas de contagio del virus, se dieron orientaciones de contención ante el COVID-19; para controlar la expansión la OMS (2020c) señaló que interrumpir las cadenas de transmisión es esencial; por esta razón, la mayoría de países decretaron como medida preventiva el distanciamiento social. Las instituciones educativas y lugares de concentración multitudinaria se acogieron a estos decretos y, en el Ecuador, la medida entró en vigencia desde el 12 de marzo de 2020 (Ministerio de Educación,

2020).

Medidas como el distanciamiento, cierre de instituciones educativas, el estrés económico por desempleo o subempleo, los índices de infectados y de defunciones, entre otros factores asociados a los impactos de la pandemia, han afectado el estado de bienestar psicológico en la población mundial desencadenando alteraciones como ansiedad, depresión, enfermedades psicosomáticas, desesperanza, etc. (Brooks et al, 2020; Ramírez-Ortiz et al, 2020; Schwartz et al, 2021).

A nivel universitario, varios estudios señalan que la pandemia y las medidas tomadas para su contención, se han relacionado con distrés, dificultades emocionales, bajo rendimiento académico, poca motivación y compromiso académico, la misma edad en la que se encuentran los estudiantes supone ya un mayor riesgo de desarrollar dificultades de salud emocional y psicológica (Al-Kumaim et al, 2021; Lopes & Nihei, 2021).

Estas dificultades se ven reforzadas por algunas variables como el género, algunos estudios han mencionado que las mujeres mostraron más síntomas de estrés, depresión y ansiedad que los hombres debido a factores como: más carga doméstica, que, independientemente del país, al parecer es una realidad que se repite a nivel mundial; diferencias en los ingresos económicos y acceso a la tecnología, brechas que aún no se han logrado reducir y que establecen una diferencia injusta en las condiciones de vida y los recursos que se les otorga a las mujeres, aún a las que están insertas en el

mundo académico o profesionalmente no solo laboral (Etheridge & Spantig, 2020; Gestsdottir et al, 2021; Giurge et al, 2021); otra variable es la condición económica, las personas con menos ingresos económicos mostraron mayor vulnerabilidad a desarrollar alteraciones emocionales y psicológicas, esto porque se relaciona con condiciones de vida iniciales que favorecen el apareamiento de dificultades como la violencia, la malnutrición, las condiciones de insalubridad y el poco acceso a un monitoreo de salud física y mental adecuados que preparan y precipitan las enfermedades, patologías raramente tratadas por la misma dificultad para costear los procedimientos e intervenciones profesionales (Araque-Castellanos, 2020; Myhr et al, 2021); variables como la percepción de bajo apoyo institucional, docente y social se relacionaron con mayor probabilidad de distrés debido a que no existe seguridad de poder contar con la ayuda necesaria para enfrentar las demandas del entorno (Marler et al, 2021; Cucho & Luján, 2023).

Se entiende por bienestar psicológico a la percepción que poseen las personas sobre su vida y que se relaciona con las vivencias positivas y negativas y con varios elementos como: la salud mental, salud física, relaciones interpersonales, necesidades educativas y las habilidades blandas (Araque-Castellanos et al., 2020; Mendoza, 2021; Sandoval-Barrientos et al., 2017). Según Mendoza (2021).

Desde aproximaciones filosóficas, el bienestar puede ser entendido desde dos orientaciones. La primera es el hedonismo, que refiere el bienestar como la ausencia

de afectos negativos y presencia de afectos positivos que generen satisfacción; es decir, una presencia mayoritaria de experiencias placenteras, positivas y agradables y escasa manifestación de experiencias displacenteras, negativas o desagradables. La segunda, hace referencia a la eudaimonia, término complejo que define el bienestar como una vida plena en donde se permita la realización de las potencialidades del ser humano, mucho más allá de la presencia de experiencias positivas o negativas. Como una posición complementaria aparece el bienestar eudaimónico que menciona que el bienestar viene de la realización de actividades que van estrechamente relacionadas a valores nucleares, profundos que los lleva a comprometerse y a sentirse plenos (Waterman, 1993; Vásquez et al, 2009).

Uno de los modelos teóricos en marcados en el bienestar eudaimónico vigentes, es el modelo del bienestar psicológico de Ryff (1989a) quien establece seis dimensiones del bienestar que suponen retos en los que las personas se esfuerzan por funcionar positivamente.

Ryff (2014), hace mención a lo que se refiere cada dimensión:

- La autoaceptación hace referencia a una actitud positiva en referencia a sí mismo, donde reconoce y acepta los aspectos buenos y malos de su persona, acepta su pasado y sus diversas situaciones; una autoaceptación en niveles bajos representa insatisfacción consigo mismo y decepción por los eventos del pasado, duda de sus cualidades y, por lo tanto, desearía ser otra persona.

- Las relaciones positivas con otras personas significan mantener relaciones amables, cálidas, relaciones basadas en la confianza, un fuerte sentido de empatía, afecto e intimidad. Niveles bajos en esta dimensión significa que tiene dificultades con el compromiso en sus relaciones, le costará confiar y por esa razón habrá una tendencia a aislarse y a frustrarse con las relaciones interpersonales; le será difícil abrirse, mantener empatía y amabilidad en la interacción.

- La autonomía no es sino la capacidad de autodeterminación e independencia, la autorregulación de su comportamiento y la capacidad para resistir a la presión social. Bajos niveles en esta dimensión suponen un alto grado de preocupación por la evaluación externa y por lo que los demás puedan esperar, las decisiones se apoyan en los juicios externos y puede ceder relativamente fácil a la presión social para poder encajar.

- El dominio del entorno hace referencia a un alto sentido de dominio del entorno y uso adecuado y eficaz de las oportunidades que se presentan en la vida, a la capacidad de escoger o crear situaciones que se ajusten a sus necesidades y valores; niveles disminuidos en esta dimensión suponen una sensación de vulnerabilidad intensa pues no siente ser capaz de dominar las circunstancias externas, se percibe incapaz de cambiar o mejorar sus circunstancias y tiene dificultades para manejar los desafíos

de la vida diaria.

- El propósito en la vida tiene que ver con tener metas y un sentido de dirección de los días, una sensación de significado de las experiencias pasadas y futuras relacionadas a creencias fuertes que le dan significado a la vida; bajos niveles en esta dimensión acarrearían sentimientos de poco sentido de vida, desesperanza, un vivir sin rumbo o dirección, lo vivido no tiene propósito y tampoco el futuro.

- El crecimiento personal hace referencia a la sensación de estar en constante desarrollo y expansión, por esta razón se mantiene la apertura a nuevas experiencias y a una actitud flexible cognitiva y comportamentalmente, se enfoca en el autoconocimiento, en ser mejor, en el desarrollo de sus habilidades para alcanzar su máximo potencial. Niveles disminuidos significan para el individuo aburrimiento e insatisfacción con la vida, poca motivación que no le permite involucrarse en actividades nuevas, diferentes, su curiosidad por la vida es baja, se siente incapaz de aprender nuevas habilidades y está inseguro de sus potencialidades y habilidades, desarrolla una sensación de estancamiento que se traduce en apatía.

Estas dimensiones constituyen un modelo multidimensional que, tras décadas de estudio han mostrado que, quienes poseen un alto nivel de bienestar psi-

cológico muestran menos padecimientos crónicos y mayor funcionalidad en el ambiente; mientras que, bajos niveles de bienestar psicológico se han relacionado con mayores dificultades incapacitantes, enfermedades e incluso mayor mortalidad (Matud et al., 2019).

En Latinoamérica, diversos estudios reflejan realidades diferentes en cuanto al bienestar psicológico, algunos estudios ubican el bienestar psicológico en un nivel alto o medio, entendiendo esto como un estado de satisfacción y adaptación pese al aislamiento esto porque quizás, la pandemia afianzó valores personales que permitieron enfrentar con resiliencia la adversidad, muchos se desafiaron a sí mismos para salir adelante y apoyar a sus familias, muchos vieron el esfuerzo de padres y familiares y esto los motivó a aprender cosas nuevas, a mirarse diferente y a disfrutar cada instante con la gente que quieren y cada cosa que les interesa o les gusta (Araque-Castellanos et al. 2020; Narváez et al., 2021; Ruiz Domínguez et al. 2020; Cuba et al, 2023), otros mencionan que existe deterioro del bienestar como consecuencia de la COVID-19, pues las condiciones sociales, económicas y el apoyo emocional en el hogar son factores desproporcionados en Latinoamérica y pasan a ser decisivos para salud mental en una crisis de nivel global, esto debido a que complicaciones económicas se relacionan positivamente con el aumento del estrés, la violencia, la desesperación, sentimientos de fracaso y desesperanza; quizás, para muchos estudiantes significó poner en perspectiva lo que vivían y lo significaron de tal manera

que poco tenía sentido, el futuro se miraba poco prometedor y atemorizante, sin muchos recursos seguros desde donde apoyarse (Bello-Castillo et al, 2021; Campos et al, 2020).

Tomando en cuenta estos antecedentes, conocer cómo se encuentran los estudiantes universitarios ecuatorianos en cuanto a bienestar psicológico luego del distanciamiento social y retorno a las actividades, permitiría desarrollar y fortalecer estrategias que protejan la salud mental y el desempeño de los estudiantes. Por tal motivo, el objetivo de la investigación se centra en determinar los niveles de bienestar psicológico percibido por los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte.

METODOLOGÍA

Diseño

Se consideró un enfoque cuantitativo de diseño descriptivo, de tipo transversal. Descriptivo porque se buscó caracterizar a la población respecto a una variable en específico, indagando la incidencia de los valores en los que se manifiesta; es transversal porque se tomaron los datos en un momento específico y único (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Participantes

Se tomó como participantes una muestra no probabilística debido a la conveniencia y el acceso a la misma. Fueron 2083 estudiantes universitarios, de los cuales 722 corresponden al género mascu-

lino y 1361 al femenino, que se encontraban cursando sus estudios en la Universidad Técnica del Norte, Ibarra – Ecuador, a inicios del año 2022.

Instrumentos

La evaluación del bienestar psicológico se hizo mediante la Escala de Bienestar Psicológico de Ryff en su adaptación española realizada por Díaz et al. (2006). La versión adaptada cuenta con 39 reactivos distribuidos para las seis dimensiones propuestas por Ryff (1989b; 1995). El formato de la escala es de tipo Likert con respuestas en seis alternativas siendo 1 totalmente en desacuerdo y 6 totalmente de acuerdo. Esta escala muestra una buena consistencia interna con valores de α de Cronbach en cada una de sus dimensiones con valores de 0,94 para autoaceptación; 0,98 en relaciones positivas; 0,96 en autonomía; 0,98 en dominio del entorno; 0,92 en crecimiento personal y 0,98 en propósito de vida, por esto resulta ideal para el estudio del bienestar psicológico.

Procedimiento

Para la realización de la investigación se seleccionó el instrumento basándose en la vigencia actual del mismo. Se inició con una validación de contenidos utilizando una entrevista de tipo cognitiva y, en función de los resultados, se realizaron las modificaciones de los ítems correspondientes; estas modificaciones consistieron en la sustitución de palabras que permitan, según el contexto cultural, una mayor y eficaz comprensión del sentido de cada una de las frases contenidas en los ítems.

Para la recolección de datos el instrumento fue subido a Google Forms y difundido a través de la plataforma estudiantil de la Universidad Técnica del Norte. En caso de que los estudiantes hubiesen aceptado el consentimiento informado, se accedía a los ítems. El instrumento se mantuvo activo desde finales del mes de enero hasta mediados del mes de febrero del año 2022; una vez cerrado el periodo de invitación, se descargaron las respuestas en la plantilla Excel para limpiar la base de cualquier error u omisión que haya podido existir y, posteriormente, realizar el análisis de datos.

Consideraciones éticas

Respecto a los derechos de los participantes, se estableció un consentimiento informado dentro de la investigación, para referir el anonimato de los individuos, la libre participación, fines no lucrativos, así como libres de riesgos y el derecho a la solicitud de los resultados. Este consentimiento se desarrolló en concordancia con los principios del Código de Ética dispuesto por la Asociación Americana de Investigación Educativa (American Educational Research Association, 2011).

Análisis de datos

Se realizaron análisis descriptivos de los datos con el programa SPSS versión 25.

Resultados y discusión

Los resultados parten de una visión del bienestar psicológico global de los estudiantes universitarios. En la tabla 1 se muestran los datos generales, según niveles de bienestar psicológico, por género.

Tabla 1
Bienestar Global por género

Género	Bienestar Moderado	Bienestar Alto	Bienestar Elevado	N	Media	Mínimo	Máximo
	(N)	(N)	(N)				
Masculino	36	414	272	722	123,40	52	174
Femenino	103	836	422	1361	119,36	49	174
Total	139	1250	694	2083	120,76	49	174

Con relación al bienestar psicológico global, en su mayoría los sujetos se ubican en un bienestar alto, seguido por un bienestar elevado y en menor medida un bienestar moderado, cabe señalar que ningún estudiante mostró bienestar psicológico bajo. Estos resultados concuerdan con los niveles obtenidos por Araque-Castellanos et al. (2020) que mencionan un 71% de estudiantes con puntajes de bienestar psicológico alto, dando a percibir que se hallan complacidos con la realización de su vida. Por otro lado, Narváez et al. (2021) determinaron que los alumnos universitarios poseen una inclinación a puntajes medios-altos en cuanto a bienestar psicológico general, los autores señalan que, a lo mejor, ante una situación estresante como lo fue la pandemia por COVID-19 los estudiantes pudieron tomar la iniciativa para enfrentarse a este problema manifestando herramientas personales para afrontar requerimientos específicos y así mitigar las secuelas del aislamiento; sin embargo, Ozamiz-Etxebarria et al. (2020) se opone a realizar conclusiones apresuradas, pues en lo que respecta a problemas psicológicos que puedan afectar aspectos de la vida de los individuos, aún se re-

quiere más tiempo para que las personas acepten y procesen los cambios e impactos que ha representado la pandemia.

En cuanto al bienestar global basado en el género, los hombres obtuvieron una media de 123,40 frente a 119,36 en las mujeres, así pues, los hombres poseen una media levemente mayor. Contrapuesto a los resultados obtenidos Araque-Castellanos et al. (2020) y Campos et al. (2020) reflejan niveles de bienestar psicológico más altos en el género femenino. Si bien existe una diferencia respecto al género entre los puntajes promedio, esta no llega a marcar un contraste significativo estadísticamente, según Del Valle et al. (2015), en la actualidad las distinciones de roles de género dentro del bienestar psicológico en la población de estudiantes universitarios han ido desapareciendo debido a patrones de crianza más imparciales y recursos personales distintos y variados.

Tabla 2
Bienestar Global por género

Autoaceptación	17,94	17,12	17,41
Relaciones positivas	18,99	18,44	18,63
Autonomía	25,21	23,52	24,11
Dominio del entorno	20,48	19,89	20,09
Propósito en la vida	18,39	18,37	18,38
Crecimiento personal	22,39	22,03	22,15
Bienestar Psicológico Global	123,40	119,36	120,76
N	722	1361	2083

En las dimensiones de bienestar psicológico, la autonomía predominó sobre las demás, seguida del crecimiento personal, el dominio del entorno, las relaciones positivas, el propósito en la vida y la dimensión con la media más baja fue la autoaceptación, estos resultados son opuestos a Campos et al. (2020) en donde la autoaceptación es una de las dimensiones con mayor prevalencia y la autonomía es una de las que presentan valores más bajos. Para Campos et al. (2020) una puntuación baja en la autoaceptación es un indicador de anhelo por vivir de manera diferente, es decir una disconformidad con el curso que ha tomado la vida del sujeto. Por otro lado la autonomía, dimensión mejor puntuada tanto en hombres como en mujeres, determina la resistencia hacia la presión que ejerce el entorno social, manteniendo principios firmes que en conjunto permiten regular el propio comportamiento (Vielma Rangel & Alonso, 2010); en este sentido para Campos et al. (2020) la autonomía es un buen indicador de madurez, pues los universitarios atraviesan la etapa de la adultez y con esto crece la independencia a favor de su crecimiento personal

que se ubica como la segunda dimensión mejor puntuada. Es así como al igual que los resultados de Araque-Castellanos et al. (2020), la autonomía u oposición a la influencia de otras personas, no se ha visto afectada pese al aislamiento preventivo. En cuanto al dominio del entorno, como la tercera dimensión con la media más alta, muestra cómo a pesar del confinamiento, los universitarios aún se perciben capaces de influir y controlar su alrededor (Vielma Rangel & Alonso, 2010).

Con respecto a las relaciones positivas esta se ubica con una media en un punto intermedio con respecto a las puntuaciones de las otras dimensiones, lo cual concuerda con los resultados de Araque-Castellanos et al. (2020) que dan a entender que, si bien aún se mantienen relaciones estables y significativas, estas no satisfacen completamente a los individuos, estos resultados resultan preocupantes debido a que el aislamiento social llega a afectar de manera perjudicial el bienestar físico y el tiempo de vida (Vielma Rangel & Alonso, 2010). En relación con el propósito en la vida, se ubica como una de las medias más bajas antes de la autoaceptación,

contrario a los resultados obtenidos por Araque-Castellanos et al. (2020), podría ser que, como producto del confinamiento por la pandemia, se hayan abandonado los proyectos personales y objetivos que marcan el curso de la vida.

En lo que respecta al género de los estudiantes, hubo diferencias en todas las dimensiones, siendo los hombres quienes mostraron sutilmente mayores puntajes en cada dimensión del bienestar psicológico que las mujeres, pero sin ser esta una diferencia significativa, esto se corresponde a lo encontrado por Ruiz Domínguez et al. (2020) quienes mencionan que los efectos de la pandemia en el bienestar psicológico son similares en hombres y mujeres; además, los efectos psicológicos dejados por la crisis global no se limitan a la variable de género, estos están sujetos a la forma en la que cada persona gestiona los recursos y estrategias de afrontamiento ante esta situación, en tanto si no se dispone de circunstancias propicias para sobrellevar todo esto, existe una mayor probabilidad de que se generen estragos en la salud psicológica de los estudiantes universitarios (Campos et al., 2020).

Este estudio surge en un momento oportuno, en el cual es necesario conocer las condiciones psicológicas de los estudiantes universitarios, pero existen limitaciones en el mismo. Inicialmente se debe tomar en cuenta factores predisponentes en los estudiantes, que puedan afectar la salud mental además de la pandemia como tal. También un seguimiento al bienestar psicológico de los estudiantes podría arrojar información sobre la severidad de

las consecuencias psicológicas de la pandemia, además se debe comparar estos resultados con datos previos a la pandemia.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos indican que el 60% de los estudiantes poseen un nivel de bienestar alto y el 33.38% se encuentran en un bienestar elevado, lo que indica que la mayoría de estudiantes no se vieron afectados drásticamente por la situación de confinamiento debido a la pandemia por COVID 19.

Por otra parte, si bien los hombres obtuvieron una mayor puntuación en comparación con las mujeres, no hay una diferencia significativa entre el bienestar psicológico entre ambos géneros; a pesar de esto, es necesario mantener en consideración el hecho de que existe una mayor vulnerabilidad en las mujeres en cada una de las dimensiones que componen la escala de bienestar psicológico de Ryff.

En lo que se refiere a las dimensiones, el área mejor puntuada es autonomía y crecimiento personal, esto implica que las fortalezas que mantuvieron los estudiantes frente a la pandemia fueron tales como la capacidad de conservar la independencia frente a la presión social, la autodeterminación, el desarrollo de la persona y la autoaceptación se vio mayormente debilitada.

RECOMENDACIONES

Aunque en el bienestar psicológico global no se percibe niveles bajos en los estudiantes, es oportuno que la institución de educación superior fomente programas para fortalecer el desarrollo de las capaci-

dades y recursos psicológicos de bienestar y prevenir algún tipo de dificultad en el funcionamiento psicológico de los alumnos universitarios.

Los procesos, actividades y talleres dirigidos a apoyar y reforzar el bienestar estudiantil podrían enfocarse en fortalecer a la población femenina ya que tienen más susceptibilidad, dadas las desigualdades presentes en la sociedad. Según la Organización Panamericana de la Salud (2021), el distanciamiento social debido a la pandemia, escasos recursos y ser mujer son varios factores que afectaron de manera importante a la sintomatología de ansiedad y depresión en mujeres.

REFERENCIAS

- Al-Kumaim, N., Alhazmi, A., Mohammed, F., Gazem, N., Shabbir, M., & Fazea, Y. (2021). Exploring the Impact of the COVID-19 Pandemic on University Students' Learning Life: An Integrated Conceptual Motivational Model for Sustainable and Healthy Online Learning. *Sustainability*, 13(5). doi:<https://doi.org/10.3390/su13052546>
- American Educational Research Association. (2011). AERA Code of Ethics. *Educational Researcher*, 40(3), 145-156. doi:[10.3102/0013189X11410403](https://doi.org/10.3102/0013189X11410403)
- Araque-Castellanos, F., González-Gutiérrez, O., López-Jaimes, R. J., Nuván-Hurtado, I. L., & Medina-Ortiz, O. (2020). Bienestar psicológico y características sociodemográficas en estudiantes universitarios durante la cuarentena por SARS-CoV-2 (Covid-19). *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 39(8), 998-1004. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.4544052>
- Bello-Castillo, I., Martínez Camilo, A., Peterson Elías, P. M., & Sánchez-Vincitore, L. V. (2021). Estrategias de Afrontamiento: efectos en el bienestar psicológico de universitarios durante la pandemia del COVID-19. *Ciencia y Sociedad*, 46(4), 31-48. doi:[10.22206/cys.2021.v46i4.pp31-48](https://doi.org/10.22206/cys.2021.v46i4.pp31-48)
- Brooks, S., Webster, R., Smith, L., Woodland, L., Wessely, S., & Greenberg, N. & (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The Lancet*, 395(10227), 912-920. doi:[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30460-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30460-8)
- Campos, L., Campos, M., Guardia, M., & Rivera, E. (2020). Bienestar y afrontamiento psicológico de estudiantes universitarios en estado de confinamiento por COVID-19. *Revista Inclusiones*, 7, 377-398.
- Cuba, J., Huamán-Salazar, N., Vivas, T., & Nancy, C. (2023). Bienestar psicológico en estudiantes de una universidad pública de Lima, Perú. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(26). doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v13i26.1380>
- Cucho, Y., & Luján, G. (2023). Gestión operativa del servicio de salud mental para el desarrollo del bienestar psicológico en universitarios pospandemia. *Ciencia Latina*. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4481
- Del Valle, M. V., Hormaechea, F., & Urquijo, S. (2015). El Bienestar Psicológico: Diferencias según sexo en estudiantes universitarios y diferencias con población general. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 7(3), 6-13.
- Díaz, D., Rodríguez-Carvajal, R., Blanco, A., Moreno-Jiménez, B., Gallardo, I., Valle, C., & Van Dierendonck, D. (2006). Adaptación española de las escalas de bienestar psicológico de Ryff. *Psicothema*, 18(3), 572-577.
- Etheridge, B., & Spantig, L. (2020). The

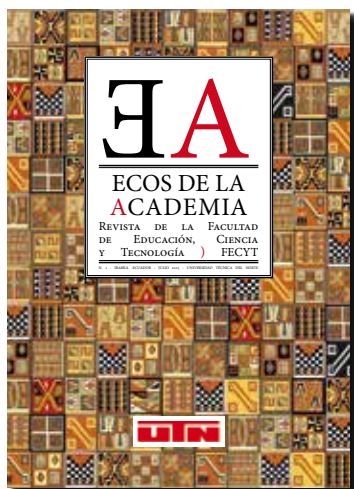
- gender gap in mental well-being during the Covid-19 outbreak: Evidence from the UK. *Euroean Economic Review*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2022.104114>
- Gestsdottir, S., Gísladóttir, T., Stefánsdóttir, R., Johannsson, E., Jakobsdóttir, G., & Rognvaldsdóttir, V. (2021). Health and well-being of university students before and during COVID-19 pandemic: A gender comparison. *Plos One*. doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261346>
 - Giurge, L., Whillans, A., & Yemisci-gil, A. (2021). A multicountry perspective on gender differences in time use during COVID-19. *PSYCHOLOGICAL AND COGNITIVE SCIENCES*. doi:<https://doi.org/10.1073/pnas.2018494118>
 - Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. México: Mc Graw Hill.
 - Li, H., Hafeez, H., & Zaheer, M. (2021). COVID-19 and Pretentious Psychological Well-Being of Students: A Threat to Educational Sustainability. *Frontiers in Psychology*, 12. doi:[10.3389/fpsyg.2020.628003](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.628003)
 - Lopes, A., & Nihei, O. (2021). Depression, anxiety and stress symptoms in Brazilian university students during the COVID-19 pandemic: Predictors and association with life satisfaction, psychological well-being and coping strategies. *Plos One*. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0258493>
 - Marler, E., Bruce, M., Abaoud, A., Henrichsen, C., Suksatan, W., Homvisetvongsa, S., & Matsuo, H. (2021). The Impact of COVID-19 on University Students' Academic Motivation, Social Connection, and Psychological Well-Being. *Scholarship of Teaching and Learning in Psychology*. doi:<https://doi.org/10.1037/stl0000294>
 - Matud, M. P., López-Curbelo, M., & Fortes, D. (2019). Gender and Psychological Well-Being. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(3531).
 - Mendoza, J. M. (2021). Estimaciones de Respuesta al Ítem de los Parámetros de una Medida Breve de Bienestar Psicológico Estudiantil en el Contexto Universitario. *Revista de Investigación en Psicología*, 24(2), 39-62. doi:<https://doi.org/10.15381/rinvp.v24i2.20513>
 - Ministerio de Educación de Ecuador. (2020). ACUERDO Nro. MINEDUC-MINEDUC-2020-00014-A. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/04/MINEDUC-MINEDUC-2020-00014-A.pdf>
 - Myhr, A., Naper, L., Samarawickrema, I., & Vesterbekkmo, R. (2021). Impact of COVID-19 Pandemic on Mental Well-Being of Norwegian Adolescents During the First Wave - Socioeconomic Position and Gender Differences. *Frontiers*, 9. doi:<https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.717747>
 - Narváez, J. H., Obando-Guerrero, L. M., Hernández-Ordoñez, K. M., & Cruz-Gordon, E. K. (2021). Bienestar psicológico y estrategias de afrontamiento frente a la COVID-19 en universitarios. *Universidad y Salud*, 23(3), 207-216. doi:<https://doi.org/10.22267/rus.212303.234>
 - Organización Mundial de la Salud. (11 de Marzo de 2020). Alocución de apertura del Director General de la OMS en la rueda de prensa sobre la COVID-19 celebrada el 11 de marzo de 2020. Obtenido de <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
 - Organización Mundial de la Salud. (2020). Consideraciones relativas a las medidas de salud pública y sociales en el lugar de trabajo en el contexto de la COVID-19: anexo a las consideraciones relativas a los ajustes de las medidas de salud pública y sociales en

- el contexto de la COVID-19.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). Transmisión del SARS-CoV-2: repercusiones sobre las precauciones en materia de prevención de infecciones. Reseña científica. Obtenido de https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333390/WHO-2019-nCoV-Sci_Brief-Transmission_modes-2020.3-spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 - Organización Panamericana de la Salud. (2021). Análisis de género y salud: COVID-19 en las Américas. Obtenido de https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/55557/OPSEGCCOVID-19210006_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 - Ozamiz-Etxebarria, N., Dosil-Santamaría, M., Picaza-Gorrochategui, M., & Idioaga-Mondragón, N. (2020). Niveles de estrés, ansiedad y depresión en la primera fase del brote del COVID-19 en una muestra recogida en el norte de España. *Cadernos de Saúde Pública*, 36(4). doi:<https://doi.org/10.1590/0102-311X00054020>
 - Qizi, K. N. (2020). Soft Skills Development in Higher Education. *Universal Journal of Educational Research*, 8(5), 1916-1925. doi:10.13189/ujer.2020.080528
 - Ramírez-Ortiz, J., Castro-Quintero, D., Lerma-Córdoba, C., Yela-Ceballos, F., & Escobar-Córdoba, F. (2020). Mental health consequences of the COVID-19 pandemic associated with social isolation. *Colombian Journal of Anesthesiology*, 48(4), e930. doi:<https://doi.org/10.5554/22562087.e930>
 - Ruiz Domínguez, L. C., Blanco-González, L., Araque-Castellanos, F., Mendoza-Rincón, B. M., & Arenas-Villamizar, V. V. (2020). Características del bienestar psicológico en jóvenes universitarios en el marco aislamiento preventivo por COVID-19. *Gaceta médica de Caracas*, 128(2S), S359-S364. doi:10.47307/GMC.2020.128.s2.22
 - Ryff, C. (2014). Psychological Well-Being Revisited: Advances in the Science and Practice of Eudaimonia. *Psychotherapy and Psychosomatics*(83), 10-28. doi:<https://doi.org/10.1159/000353263>
 - Ryff, C. D. (1989). Beyond Ponce de Leon and Life Satisfaction: New Directions in Quest of Successful Ageing. *12(1)*, 35-55. doi:<https://doi.org/10.1177/016502548901200102>
 - Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081. doi:<https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
 - Ryff, C. D. (1995). Psychological Well-Being in Adult Life. *Current Directions in Psychological Science*, 4(4), 99-104. doi:<https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10772395>
 - Sandoval Barrientos, S., Dorner París, A., & Véliz Burgos, A. (2017). Bienestar psicológico en estudiantes de carreras de la salud. *Investigación en educación médica*, 6(24), 260-266. doi:<https://doi.org/10.1016/j.riem.2017.01.004>
 - Schwartz, K., Exner-Cortens, D., McMorris, C., Makarenko, E., Arnold, P., Van Bavel, M., . . . Canfield, R. (2021). COVID-19 and Student Well-Being: Stress and Mental Health during Return-to-School. *Canadian Journal of School Psychology*, 36(2). doi:<https://doi.org/10.1177/0829573521100165>
 - Tan, Y., Huang, C., Geng, Y., Cheung, S., & Zhang, S. (2021). Psychological Well-Being in Chinese College Students During the COVID-19 Pandemic: Roles of Resilience and Environmental Stress. *Frontiers in Psychology*, 12. doi:10.3389/fpsyg.2021.671553
 - Vásquez, C., Hervás, G., Rahona, J. J., & Gómez, D. (2009). Bienestar psicológico y salud: Aportaciones desde la Psicología Positiva. *Anuario de Psico-*

logía Clínica y de la Salud, 15-28.

- Vera-Millalén, F. (2016). Infusión de habilidades blandas en el currículo de la educación superior: clave para el desarrollo de capital humano avanzado. *Revista Akadèmeia*, 7(1), 53-73.
- Vielma Rangel, J. &. (2010). El estudio del bienestar psicológico subjetivo. Una breve revisión teórica. *Educere*, 14(49), 265-275.
- Waterman, A. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 678-691.

Nº 1



Nº 2



Nº 3



Nº 4



Nº 5



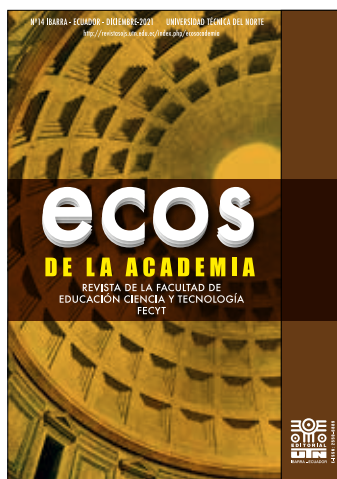
Nº 6



Nº 13



Nº 14



Nº 15



Nº 7



Nº 8



Nº 9



Nº 10



Nº 11



Nº 12





Normas, políticas y directrices de la revista *ECOS de la Academia*,

ECOS de la Academia

ECOS de la academia, Revista de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología es una publicación científica de la Universidad Técnica del Norte, con revisión por pares a doble ciego que publica artículos en idioma español, quichua, portugués e inglés. Se edita con una frecuencia semestral con dos números por año. En ella se divulgan trabajos originales e inéditos generados por los investigadores, docentes y estudiantes de la FECYT, y contribuciones de profesionales de instituciones docentes e investigativas dentro y fuera del país, con calidad, originalidad y relevancia en las áreas de ciencias sociales y tecnología aplicada.

Tipos de artículos que publica la revista

Los artículos podrán enmarcarse dentro de las siguientes categorías: Artículos de investigación, de Revisión, Ensayos, Notas Técnicas, Reseñas bibliográficas y Notas del editor.

Artículos de investigación

Presentan resultados originales producto de un proceso de investigación científica. El texto deberá tener preferentemente las siguientes partes: Título y autores con su filiación y correo electrónico institucional, Resumen, Palabras Clave, Abstract, Keywords, Introducción, Materiales y Métodos, Resultados y Discusiones, Conclusiones, Agradecimientos, Referencias Bibliográficas, Cuadros y Figuras. El número de palabras del artículo será de máximo nueve mil.

Artículos de revisión

El ensayo debe ser de un tema científico espe-

cífico y discutirse con opinión crítica, los resultados de los trabajos citados que deben ser no menos de 20 artículos. Las revisiones tendrán una Introducción con la fundamentación y un Desarrollo con los criterios de los autores sobre el tema, una Discusión con los autores citados, las Conclusiones y las Referencias bibliográficas. El número máximo de palabras de este tipo de artículo será diez mil

Ensayos

Investigación de carácter científico que presenta las ideas del autor y su opinión sustentada con argumentos y revisión bibliográfica. Ha de entregar conclusiones fuertes que permitan a otros autores continuar realizando estudios sobre el tema.

Notas técnicas

Se describe el estado de un problema técnico o se informa sobre una investigación en curso. Es aconsejable que tengan las siguientes partes: Introducción, Desarrollo, Conclusiones y Referencias Bibliográficas.

Reseñas bibliográficas

Análisis de una o varias obras científicas y su relevancia en la investigación de un tema en determinado momento.

Notas del editor

Normalmente las escribe el Editor cuando quiere aclarar algún tema que quedó abierto o anunciar algo importante del número editado; tienen por objetivo establecer una comunicación entre los lectores y el Consejo Editorial.

FORMATO DEL MANUSCRITO

Los manuscritos deben ser presentados en formato Pages o MS Word 2013 o superior, en idioma español, inglés, quichua o portugués, en formato DIN A4, a una columna, con los cuatro márgenes de 2.5 cm, tipo de letra Times New Roman 12 puntos, espaciados a 1.5, justificado y con las páginas numeradas, con un breve resumen curricular del autor/res.

Como parte del proceso de envío, los autores deben verificar que el manuscrito cumpla con todas las indicaciones orientadas, caso contrario serán devueltos.

ORIGINALIDAD

Para ser publicados en la Revista científica tecnológica de la FECYT, los artículos deben ser inéditos, no pueden haber sido publicados en otras revistas. Los autores deben indicar en su primer envío del artículo que cumplen con esta norma a través de una carta de originalidad.

Los derechos de publicación de los artículos que sean recibidos y publicados serán de propiedad de la revista y para su eventual publicación en otras fuentes u otros medios, se citará la fuente original.

ESTRUCTURA DE LOS ARTÍCULOS

Los artículos científicos deben ser presentados en formato Pages o MS Word 2013 o superior, en idioma español, inglés, quichua o portugués, en formato DIN A4, a una columna, con los cuatro márgenes de 2.5 cm, tipo de letra Times New Roman 12 puntos, espaciados a 1.5, justificado y con las páginas numeradas, con un breve resumen curricular del autor/res. Los autores deberán enviar el artículo en el FORMATO (plantilla preestablecida). Los demás tipos de escritos son libres en su esquema de redacción.

Como parte del proceso de envío, los autores deben verificar que el manuscrito cumpla con todas las indicaciones orientadas, caso contrario serán devueltos.

2. Resumen, Palabras Clave (Abstract, keywords)

La extensión del resumen no debe ser mayor de 200 palabras. El estilo debe ser conciso y no contener referencias. La estructura incluirá preferentemente:

- Fundamentación del estudio.
- Objetivos.
- Descripción breve de materiales y métodos señalando el área geográfica donde fue realizado.

- Presentación de los resultados más relevantes y las conclusiones.

Se redactará en un solo párrafo, separado por coma, punto y coma y punto seguido.

Todos los artículos escritos en español deben incluir un resumen en inglés (abstract). Los artículos que se presenten en el idioma inglés, quichua o portugués, deben incluirlo en español.

Palabras clave: Al final del resumen se deben citar hasta seis palabras clave que describan el contenido de la investigación.

3. Introducción

Debe informar sobre la importancia del tema, respaldada por una revisión bibliográfica actualizada que refleje el contexto con otras investigaciones, incluyendo las citas bibliográficas, para finalizar con una o dos frases que definan los objetivos y la esencia del artículo.

4. Materiales y métodos

Debe proporcionar la información suficiente para permitir la réplica de los estudios, subdividiéndolos en secciones según los materiales, los métodos de recolección y análisis de datos. Se explicará el tipo de investigación, y los métodos, técnicas e instrumentos utilizados; de ser necesario la población y muestra.

5. Resultados

Deben ser expuestos de manera clara, en función de los objetivos planteados en la investigación.

6. Discusión

Se deben resaltar los logros relacionándolos con los resultados de otros autores, tratar de explicar el porqué de los resultados obtenidos. De ser necesario se puede unificar en un solo ítem los resultados y discusión.

7. Conclusiones

Deben ser sintéticas y consistentes con los resultados y la discusión. Las conclusiones deben ser presentadas claramente como respuesta a los interrogantes que originaron el estudio y a los objetivos planteados, por lo tanto es recomendable que haya tantas conclusiones como objetivos. Es conveniente dejar en claro las limitaciones que el estudio presentó y la forma como pudieron afectar a las conclusiones.

8. Recomendaciones

Son opcionales y deben ser breves.

9. Referencias bibliográficas

Utilizar la norma APA vigente. El total por artículo deberá ser de al menos 20, todas citadas en el texto. Se podrá también incluir una Bibliografía re-

comendada, aunque no haya sido citada en el texto.

g) Citas en el texto

Las citas textuales o parafraseadas serán en la norma APA vigente a la fecha de publicación. Debe usar el autor y el año de la publicación entre paréntesis.

10. Figuras y cuadros

Para numerar, poner títulos y notas se utilizará la norma APA vigente. Enumerarlos con números arábigos, pero usar secuencia separada para cada una. El título debe estar incorporado en el texto y no en las figuras. Los datos pueden presentarse en figuras o cuadros, pero no la misma información en las dos formas. Las figuras o gráficos se recomiendan para mostrar tendencias, comportamientos y relaciones entre los datos presentados. Las leyendas en los ejes deben indicar la variable, las unidades de medida y todos los símbolos empleados. Las figuras y cuadros deben explicarse por sí solos, esto significa que el lector debe entenderlos totalmente sin tener que buscar información adicional en el texto, auxiliados por un título claro y conciso. Las figuras presentadas deben ser de alta resolución mínima de 300 dpi y aparecer citadas en el texto siguiendo el orden numérico.

11. Representación de numeración y simbología de datos

Se deberá usar el Sistema Internacional de Medidas (SIU) y sus abreviaciones. Use números arábigos para todos los números con dos o más dígitos y para todas las medidas de tiempo, peso, largo, área, cantidad, concentración, grados de temperatura, entre otras, excepto cuando el número es la primera palabra de una o si es menos de 10 y no corresponde a una medida, excepto cuando en una serie un número tiene dos o más dígitos.

12. Ecuaciones

Debe utilizarse el editor de fórmulas de MS Word y no insertarlas como imagen, centrar las ecuaciones en una línea separada y numerarlas empezando con 1 y colocar este número entre paréntesis angulares en el margen derecho.

13. Mayúsculas

Evitar su uso excesivo según las normas generales.

14. Abreviaturas o símbolos

Evitar el uso de abreviaturas, excepto las unidades de medida. Evitar el uso de abreviaciones en el título y en el resumen. El nombre completo al que sustituye la abreviación debe preceder el empleo de ésta, a menos que sea una unidad de medi-

da estándar. Las unidades de medida se expresarán preferentemente en Unidades del Sistema Internacional.

15. Acortador de URL

Todas las direcciones de Internet citadas en los artículos, deberán pasarse por el "Google URL Shortener", en la dirección <https://goo.gl/>, a fin de obtener una Url reducida.

16. De los autores

Los autores de un artículo podrán aparecer una sola vez por número. Los autores son los responsables del contenido de cada artículo, la revista bajo ningún concepto tiene responsabilidad en la redacción (texto, datos, citas, resultados, discusión, referencias, etc) de los artículos

PROCESO DE REVISIÓN DE LOS ARTÍCULOS

PROCESO DE ARBITRAJE

El envío de artículos debe ser en versión electrónica y enviada a la plataforma Open Journal System (OJS) de la revista.

Todos los artículos recibidos, que cumplan con los requisitos formales serán sometidos a revisión por pares ciegos (doble), en línea donde podrán interactuar los autores y los árbitros. Su aprobación estará sujeta al contenido científico, respaldado por los criterios de los dos árbitros y el Consejo Editorial.

En caso de que exista informes opuestos de los pares revisores, la revista solicitará un tercer criterio a un revisor diferente.

Una vez que el artículo haya sido aprobado, los autores deberán enviar la versión final incluyendo los nombres y filiación respectiva, esta acción se realizará no como un nuevo envío sino a manera de respuesta en la notificación respectiva.

DECLARACIÓN DE PRIVACIDAD EDITAR EDITAR DECLARACIÓN DE PRIVACIDAD

Los nombres y las direcciones de correo electrónico introducidos en esta revista se usarán exclusivamente para los fines establecidos en ella y no se proporcionarán a terceros o para su uso con otros fines.

Autoridades académicas



) RECTOR

PhD. Miguel Naranjo Toro

) VICERRECTOR ACADÉMICO

PhD. Alexandra Mina

) VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

PhD. Hernan Cadena

) VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN

PhD. Nora Benitez

) DECANO FECYT

Mgs. José Revelo

) SUBDECANA FECYT

Mgs. Ramiro Carrascal

Créditos revista *Ecos de la Academia*



) EDITA

Editorial Universidad Técnica del Norte
y Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología
de la Universidad Técnica del Norte.

Av. 17 de Julio 5-21

IBARRA, ECUADOR

Tel: +593 6 2997800 Ext. 7503 / Fax: 7500

ecos@utn.edu.ec / www.utn.edu.ec/ecos

) DIRECCIÓN GENERAL

Mgs. José Revelo

) DIRECCIÓN EDITORIAL

PhD. Miguel Posso

) DIRECCIÓN DE ARTE

Mgs. Wilman López

Mgs. Gandhi Godoy

) COMITÉ EDITORIAL

PhD. Andrea Basantes (UTN)

PhD. Lorena Toro (UTN)

PhD. Henry Cadena Povea (UTN)

PhD. Marcos Cabezas González (Universidad de Salamanca - España)

PhD. Narcisa Fuertes (Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador)

PhD. Carmen Sarceda (Universidad de Santiago de Compostela - España)

) COMITÉ CIENTÍFICO INTERNO

PhD. Paúl Andrade

PhD. Ernesto Osejos

PhD. Elmer Meneses

PhD. Juan Carlos López

PhD. Yenny Ricardo

PhD. Claudia Ruiz

Mgs. Verónica León

Mgs. Milton Mora

Mgs. Nelly Acosta



) COMITÉ CIENTÍFICO EXTERNO

PhD. Ana María Hernández Carretero. Universidad de Extremadura - España

PhD. Diana María Cruz Hernández. Universidad de Oriente - Cuba

PhD. Marcos Cabezas González. Universidad de Salamanca - España

PhD. Isidro Marín. Universidad Técnica Particular de Loja - Ecuador

PhD. Sara Esperanza Lucero Revelo. Universidad Mariana - Colombia

PhD. Anna Pi i Murugó. Centro de Investigación y Docencia Económica - México

PhD. Sonia Casillas Martín. Universidad de Salamanca - España

PhD. Mari Carmen Caldeiro Pedreira. Universidad de Santiago de Compostela - España

PhD. Carmen Sarceda (Universidad de Santiago de Compostela - España)

PhD. Anays Mas. Humboldt International University, Estados Unidos

Dr. Xosé Rúas. Universidad de Vigo - España

Dr. Antonio Gonzalez Molina. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España

Dra. Lucía Camarero Cano. Universidad Nacional de Educación a Distancia - España

Dr. Javier Gil Quintana. Universidad Nacional de Educación a Distancia - España

Dra. Jennifer Rodríguez López. Universidad de Huelva - España

Dra. Luisa González Rodríguez. Universidad de Salamanca - España

Dr. Miquel Fernàndez. Universitat Autònoma de Barcelona - Catalunya

Dra. Mariana Coolican. Universidad de Kobe - Japón

PhD. Narcisa Fuertes. Universidad Nacional de Chimborazo -Ecuador

Dra. Isabel Escudero. Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador

Dra. Martha Lara Freire. Universidad Nacional del Educación - Ecuador

) COMITÉ DE ARBITRAJE

Mgs. Nubia González Martínez. Universidad Mariano de Pasto - Colombia

Mgs. Lidia Esperanza Miranda. Universidad Mariana de Pasto - Colombia

Abg. Klever Torres

) SECRETARIA EDITORIAL Y CORRECCIÓN LINGÜÍSTICA

PhD. Sandra Guevara Betancourt

) FOTOGRAFÍAS

<https://unsplash.com/es>

) DIAGRAMACIÓN

Mgs. Wilman López

Mgs. Gandhi Godoy

) ISSN

Edición impresa: 1390-969X

Edición en línea: 2550-6889

Ecos de la Academia es una publicación científica, de frecuencia semestral orientada a la investigación y dirigida a investigadores, estudiantes, profesores y comunidad



16

DICIEMBRE) 2022

www.utn.edu.ec/ecos

