



*Ediciones*  
**Uleam**

Congresos, talleres  
y eventos científicos

# LA INVESTIGACIÓN EN LA BÚSQUEDA DE CONOCIMIENTOS

## V JORNADA CIENTÍFICA ESTUDIANTIL

**Compiladores:**

Eduardo Antonio Caicedo Coello  
José Víctor Nevárez Barberán  
Vladimir Álvarez Ojeda  
José Ricardo Macías Barberán  
Mirna Delgado Baird

# **LA INVESTIGACIÓN EN LA BÚSQUEDA DE CONOCIMIENTOS**

**V JORNADA CIENTÍFICA ESTUDIANTIL**

## **Compiladores**

Eduardo Antonio Caicedo Coello

José Victor Nevárez Barberán

Vladimir Álvarez Ojeda

José Ricardo Macías Barberán

Mirna Delgado Baird

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta)  
[www.uleam.edu.ec](http://www.uleam.edu.ec)

Dr. Marcos Zambrano Zambrano, PhD  
Rector  
Dra. Jackeline Terranova Ruiz, PhD  
Vicerrectora de Investigación, Vinculación y Postgrado  
Dr. Pedro Quijije Anchundia, PhD  
Vicerrector Académico  
Dr. Fidel Chiriboga Mendoza, PhD  
Director de Editorial Universitaria

**La investigación en la búsqueda de conocimientos**  
**V Jornada Científica Estudiantil**

Compiladores:

© Eduardo Antonio Caicedo Coello  
© José Víctor Nevárez Barberán  
© Vladimir Alvarez Ojeda  
© José Ricardo Macías Barberán  
© Mirna Delgado Baird

ISBN:78-9942-827-49-4

Edición: Primera. Diciembre 2021. Publicación digital

Dr. Fidel Chiriboga Mendoza. PhD  
Director de la Editorial Universitaria  
Mg. Alexis Cuzme Espinales  
Editor General  
Mg. José Márquez Rodríguez  
Gestor de Diseño Editorial  
Mg. Rossana Cedeño García  
Gestora de Redacción y trámites documentales del editorial con los autores.  
Lic. Anyela Rivas Cevallos  
Secretaria General de la Editorial

Una producción de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, registrada en la Cámara Ecuatoriana del Libro.

Sitio Web: [www.munayi.uleam.edu.ec](http://www.munayi.uleam.edu.ec)

Correo institucional: [editorial@uleam.edu.ec](mailto:editorial@uleam.edu.ec)

Facebook @ Ediciones Uleam

Twitter @EdicionesUleam

Teléfonos: 2 623 026 Ext. 255

Toda la información relacionada al contenido del texto es responsabilidad de los autores

## **COMITÉ CIENTÍFICO**

### **REVISORES- CORRECTORES**

Bélgica Isabel Cuzme Briones, Mg.  
José Leonardo Centeno Martínez, Mg.  
Jessica Mariela Zambrano Cedeño, Ph.D.  
Mayra Yasmina Espinoza Arauz, Mg.  
Arturo Santiago de la Rosa Villao, Ph.D.  
Eduardo Antonio Caicedo Coello, Dr.C.  
William Renán Meneses Pantoja, Mg.  
José Ricardo Macías Barberán, Mg.  
Jairo Enrique Intriago Torres, Mg.  
Lilia Moncerrate Villacís Zambrano, Ph.D.  
Estrella Gloria Ferrín Delgado, Mg.  
Carlos Enrique Chica Medranda, Mg.  
Lida Cumandá Paladines Poma, Mg.  
Frank Ángel Lemoine Quintero, Mg.  
Mariela Fernanda Navas Moscoso, Mg.  
Gema Viviana Carvajal Zambrano, MBA-MKT  
Vladimir Álvarez Ojeda, Mg.  
Luis Daniel Zambrano molina, Mg.  
José Víctor Nevárez Barberán, Mg.  
Ricardo Chica Cepeda, Mg.  
César Arturo Carbache Mora, Mg.  
Allan Ramiro Sisalema Naranjo, Ph.D.

*Este legado investigativo está dedicado a toda la Comunidad Universitaria de la Extensión Sucre, Bahía de Caráquez, como un aporte significativo, invaluable de gran trascendencia y relevancia*

*XXVI-Nov.2020  
Comisión de Investigación  
Sucre-Bahía de Caráquez*

## **Agradecimiento**

### **A todos los estudiantes participantes**

Por los excelentes trabajos investigativos presentados en el evento.

### **Al sr. Decano de la Extensión Sucre**

Un líder no trabaja solo para sus éxitos, sino al servicio de sus colaboradores. Solo así se logran grandes objetivos que llenan de satisfacciones a todos y para todos. Gracias por liderar bien nuestro trabajo.

### **Al Presidente y miembros de la Comisión de Investigación**

Por la inestimable colaboración, que hicieron posible la realización y el éxito alcanzado del evento.

### **Al personal docente, administrativo, de servicios**

Por el apoyo, sabiduría y calidad humana, han sido la clave para el éxito logrado.

### **Al equipo de tribunales: Presidentes, Vicepresidentes, Estudiantes, Moderadores, Responsables de Salas**

Por el admirable trabajo realizado con capacidad y profesionalismo.

### **A los distinguidos conferencistas**

Por la capacidad de presentación de los temas de una forma tan interesante, produciendo un realce memorable al evento.

## Tabla de contenido

<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>EJE TEMÁTICO I .....</b>	<b>12</b>
<b>LA FORMACIÓN INVESTIGATIVA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y DESARROLLO DE LOS RECURSOS</b>	
<b>SUSTENTABLES Y SOSTENIBLES .....</b>	<b>12</b>
La bioseguridad como valor agregado en las estrategias de ventas .....	13
Mantener una alimentación sana, a través del consumo de alimentos nutritivos .....	15
Aplicación de estrategias para el desarrollo del producto y comercialización del almíbar de “Averrhoa” .....	17
Una buena salud a partir del consumo de nutrientes sanos.....	19
La experiencia de una buena salud a través de la alimentación sana.....	21
<b>EJE TEMÁTICO 2.....</b>	<b>24</b>
<b>LOS PROCESOS SUSTANTIVOS COMO APOORTE AL EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO SOSTENIBLE .....</b>	<b>24</b>
Las redes sociales influyen en la formación de los jóvenes .....	25
Evaluación de dosis y tipos de enmiendas en suelos de carga permanente en la zona de Eloy Alfaro – Pedernales .....	27
Las redes sociales llegan poco a las personas de bajos recursos .....	30
Estructuras organizacionales en los procesos de venta restaurante H Bar Sport Café del cantón Sucre .....	32
Diagnóstico en la seguridad alimentaria de comerciantes formales y ambulantes de comidas caso: Bahía de Caráquez.....	35
La innovación como estrategia empresarial para enfrentar y adaptarse a la emergencia sanitaria ...	37
Diseño de una estructura organizacional: impacto en la productividad y la estabilidad empresarial en el contexto del covid 19 .....	39
Gestión de los procesos para mejorar la calidad de los servicios turísticos en tiempos de pandemia covid 19.....	41
<b>EJE TEMÁTICO 3.....</b>	<b>44</b>
<b>LOS EFECTOS DE LA EMERGENCIA SANITARIA COVID 19 DESDE LAS PERSPECTIVA DE LAS CIENCIAS</b>	
<b>EMPRESARIALES .....</b>	<b>44</b>
Efecto de la medicina natural para contrarrestar los síntomas del covid-19.....	45
Cuidado de limpieza hotelera en tiempos de pandemia y sus beneficios en los huéspedes.....	47
Medidas sanitarias y de protección en los huéspedes y personal hotelero ante la pandemia covid-19 .....	49
Estudio de la gestión de procesos en los servicios turísticos con enfoque económico, social y sanitario tras el covid 19 .....	51
Análisis de una gastronomía tradicional a través de la bioseguridad e higiene.....	54

Diagnóstico situacional y diseño organizacional para la gestión empresarial tras el covid 19 caso Pizzas Claudia .....	57
Mantenimiento preventivo y aplicación de normas de bioseguridad anti Covid-19 en un establecimiento hotelero.....	60
El impacto del covid 19 en la economía del sector camaronero del cantón pedenales en el año 2020 .....	62
<b>EJE TEMÁTICO 4.....</b>	<b>64</b>
<b>NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS .....</b>	<b>64</b>
Identidad visual como estrategia de posicionamiento para el restaurante “la casita del encebollado” .....	65
Gestión de la calidad en el proceso de recepción de las mercancías en los restaurantes del litoral ecuatoriano .....	67
Ciclo de mejora continua para la selección de proveedores en el proceso de compras del producto restauración .....	69
Proceso de almacenamiento una oportunidad para el fortalecimiento de la seguridad alimentaria en instalaciones gastronómicas .....	72
Inocuidad gastronómica y sus efectos en la atención al turista balneario Briceño cantón San Vicente .....	74
Gastronomía tradicional, elaborada con productos ancestrales .....	76
La calidad del servicio para gestionar la atención de los clientes en los restaurantes de Briceño .....	78
Utilización de la gastronomía manabita con productos tradicionales para potenciar lo autóctono ...	80
Propuesta de una manual de procedimientos administrativos con enfoque de bioseguridad tras el Covid- 19 .....	82
<b>EJE TEMÁTICO 5.....</b>	<b>84</b>
<b>MARKETING, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ADMINISTRACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE LOS NEGOCIOS POST OPANDEMIA .....</b>	<b>84</b>
Gerencia de venta para gestionar la eficiencia en los restaurantes del balneario Briceño cantón San Vicente .....	85
Análisis sobre objeciones de acuerdo al comportamiento del consumidor en soda bar Sol: El Matal - Jama .....	87
Estrategias aplicadas en el e-commerce en supermercado Tía en la ciudad de Bahía de Caráquez durante la pandemia Covid-19.....	89
Diagnóstico de mercado de Bahía de Caráquez para el fortalecimiento estratégico comercial de los negocios en tiempos de Covid-19 .....	91
Modelo de negocios basados en marketing digital en las redes sociales: un factor atenuante en la economía de Leonidas Plaza ante la pandemia Covid 19.....	93



Implementación de estrategias de marketing para mejorar la distribución y comercialización de la marca "Mixmate" .....	95
La marca personal como recurso para las microempresas .....	97
Manual de marca para el posicionamiento de Catanga como bien tangible ecológico y artístico .....	99
Norma internacional de contabilidad de inventarios no. 2 y los tipos de compañías en la ciudad de Bahía de Caráquez.....	101

## PRESENTACIÓN

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí tiene entre sus funciones principales la investigación, cuyo eje central es la creación y transferencia de conocimientos, con la finalidad de mejorar la preparación y el bienestar de los estudiantes, esto implica iniciar investigaciones que analicen la evolución de los múltiples escenarios, donde todo cambia a ritmo vertiginoso, y establece vías de comunicación con el mundo laboral, organizacional y público para lograr transferir estos conocimientos.

A tal efecto, se presenta las Memorias de la V Jornada Científica Estudiantil, con trabajos de investigación de diversa naturaleza, que recogen esa mirada investigadora de los jóvenes estudiantes, en todo este proceso de la era del conocimiento, que conducen a nuevos descubrimientos.

La mayoría de los estudiantes son capaces de aprender los sistemas de conocimientos y habilidades de las maravillas de las ciencias, con base en el interés que presentan, para las necesidades de su propia vida y de su futura profesión, ellos y ellas pueden lograr un buen nivel de desarrollo de sus capacidades investigativas-creativas y el crecimiento de su pensamiento crítico y productivo, logrando objetivos claros, promoviendo la investigación y la producción científica estudiantil, promocionando a nivel nacional e internacional el talento humano científico estudiantil en las diversas carreras con que cuenta la Extensión Sucre, Bahía de Caráquez.

El libro de las Memorias está dividido en cinco ejes temáticos, donde se encuentra todo un engranaje de trabajos científicos, siendo un recurso invaluable para optimizar los procesos de formación e innovación educativa.

- La formación investigativa en la Educación Superior y desarrollo de los recursos sustentables y sostenibles.
- Los procesos sustantivos como aporte al emprendimiento y desarrollo sostenible.
- Los efectos de la emergencia sanitaria Covid 19 desde las perspectivas de las ciencias empresariales.
- Nuevas tecnologías de la información y comunicación en la gestión comercial de los emprendimientos turísticos y hoteleros.
- Marketing, Investigación de mercados y Administración para el posicionamiento de los negocios post pandemia.
- Administración organizacional, emprendimiento, marketing, vinculación con la colectividad
- Nuevas tendencias en la gestión del capital humano en la actividad hotelera y su impacto en la gestión comercial

**EJE TEMÁTICO I**

**LA FORMACIÓN INVESTIGATIVA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y  
DESARROLLO DE LOS RECURSOS SUSTENTABLES Y SOSTENIBLES**

## **La bioseguridad como valor agregado en las estrategias de ventas**

Biosecurity as a value added in sales strategies

### **AUTORES**

Jiménez Lucas María Jessenia  
e1313118216@live.uleam.edu.ec

Arteaga Delgado Narcisa María  
e1315971075@live.uleam.edu.ec

Palma Villamar Rosa María  
e1314073592@live.uleam.edu.ec

Esmeraldas Satizabal Jacqueline Yulissa  
e1313941955@live.uleam.edu.ec

### **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, Ph.D.

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

El trabajo de investigación de la bioseguridad como un conjunto de normas, medidas y protocolarias que son aplicados en múltiples procedimientos realizados en investigaciones científicas y trabajos docentes tuvo como objetivo contribuir a la prevención de riesgos. Las distintas estrategias para evitar los accidentes ocupacionales incluyen la implementación de las precauciones universales. El estudio sobre medidas de bioseguridad que aplican los ciudadanos de la ciudad de Bahía de Caráquez cuyo objetivo general es conocer las normas de bioseguridad como estrategia de valor agregado en el área de ventas, así como identificar las estrategias de ventas que tienen los centros comerciales. La investigación realizada fue mediante el método cuantitativo, cualitativos observacional. Se aplicó la técnica de la encuesta en la cual se hicieron preguntas sobre la importancia de la aplicación de la bioseguridad y los datos fueron obtenidos de forma virtual, ya que es un medio

digital de mucha utilización en estos tiempos debido a que se está en una situación en la que se debe precautelar y proteger la salud propia y en general por la razón que se está viviendo una pandemia a nivel mundial, se tabuló por el programa SPSS 21. De la cual se evidenció la importancia que vive la gente en aplicar las normas de bioseguridad como medida de supervivencia necesarias, la misma que ayudó a tomar conciencia la defensa de la vida, además los resultados fueron muy satisfactorios y ayudaron como investigadores a conocer qué tanto están informados los microempresarios y de la aplicación de los protocolos de bioseguridad en la protección del personal y usuario.

Palabras Claves: Vida, Bioseguridad, ventas, Normativas.

### **SUMMARY**

The biosafety research work as a set of norms, measures and protocols that are applied in multiple procedures carried out in scientific research and teaching work aimed to contribute to the prevention of risks. Different strategies to avoid occupational accidents include the implementation of universal precautions. The study on biosafety measures applied by the citizens of the city of Bahía de Caráquez whose general objective is to know the biosafety regulations as a value-added strategy in the sales area, as well as to identify the sales strategies that shopping centers have. The research carried out was through the quantitative, qualitative observational method. The survey technique was applied in which questions were asked about the importance of the application of biosafety and the data was obtained in a virtual way, since it is a digital medium that is widely used in these times because we are in a situation of the one that must be safeguarded and protect one's own health and in general for the reason that we are experiencing a pandemic worldwide, was tabulated by the SPSS 21 program. From which the great vital importance that people live in applying the norms was evidenced of biosafety as a necessary survival measure, the same that helped to raise awareness of the defense of life, in addition the results were very satisfactory and they helped us as researchers to know that both microentrepreneurs are informed and that if they apply the biosafety protocols in the protection of personnel and user.

Keywords: Life, Biosecurity, sales, Regulations

## **Mantener una alimentación sana, a través del consumo de alimentos nutritivos**

Maintain a healthy eat, through the consumption of nutritive foods

### **AUTORES**

Gilces Gilces Belén Carolina  
e1314751684@live.ulead.edu.ec

### **Estudiante**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, Ph.D.  
lilia.villacis@ulead.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

El trabajo investigativo que a continuación se describe analiza cómo las familias fomentan el hábito de mantener una alimentación sana a través del consumo de alimentos nutritivos que promuevan una vida saludable. De esta manera incorporar hábitos de una buena alimentación. Clasificar los alimentos según su origen. Afianzando normas de higiene. La metodología utilizada para incidir en la creación de hábitos alimenticios adecuados, ya que los mismos están pautados y dependen en gran medida de la valoración que tengan las familias de lo que es saludable, dado que las influencias publicitarias son muchas veces engañosas en cuanto a lo que deben consumir las personas.

El bienestar nutricional se logra consumiendo alimentos que son parte de una dieta equilibrada que contiene la cantidad adecuada de nutrientes según los requerimientos del organismo, junto con la realización de ejercicio físico mínimo dos o tres veces a la semana.

La propuesta es ofrecer oportunidades efectivas, eficaces e igualitarias, para promover una salud y alimentación saludables, ya que precisamente cuando se consolidan los estilos de vida y los hábitos alimenticios en las familias.

La alimentación es fuente de placer y de descubrimiento de nuevas experiencias, a la vez que es parte del proceso de socialización y de construcción de hábitos de vida. Por su enorme importancia en todos los planos de la vida de las familias, promover una alimentación saludable es uno de los pilares para la construcción de una buena salud individual y colectiva.

Palabras Claves: consumo, alimentos nutritivos, alimentación.

### **SUMMARY**

The investigative work described below analyzes how families promote the habit of maintaining a healthy diet through the consumption of nutritious foods that promote a healthy life. In this way, incorporate good eating habits. Classify foods according to their origin. Strengthening hygiene standards. The methodology used to influence the creation of adequate eating habits, since they are regulated and depend to a great extent on the assessment that families have of what is healthy, given that advertising influences are often misleading in terms of what is healthy. that people should consume.

Nutritional well-being is achieved by consuming foods that are part of a balanced diet that contains the appropriate amount of nutrients according to the body's requirements, along with performing physical exercise at least two or three times a week.

The proposal is to offer effective, efficient and egalitarian opportunities to promote healthy health and nutrition, since precisely when the lifestyles and eating habits in families are consolidated.

Food is a source of pleasure and the discovery of new experiences, as well as being part of the process of socialization and the construction of life habits. Due to its enormous importance in all levels of family life, promoting healthy eating is one of the pillars for the construction of good individual and collective health.

Keywords: consumption, nutritious food, feeding.



# **Aplicación de estrategias para el desarrollo del producto y comercialización del almíbar de “Averrhoa”**

Application of strategies for the development of the product and commercialization of the almíbar de “averrhoa”

## **AUTORES**

Piloso Garcés Dayana Leonor  
e1313110965@live.ulead.edu.ec

Samaniego Champan Rosa Irene  
e1313287136@live.ulead.edu.ec

Mera Chica Jesenia Monserrat  
e1314091867@live.ulead.edu.ec

Campoverde Aguas María José  
e0930836515@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Carvajal Zambrano Gema Viviana, MBA-MKT  
gema.carvajal@ulead.edu.ec

Almeida Lino Ericka Vanessa, Mg.  
ericka.almeida@ulead.edu.ec

## **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

El proyecto tuvo como objetivo el desarrollo de estrategias de marketing mix para un nuevo producto alimenticio a base de una fruta tropical, su nombre científico es Averrhoa y es conocida popularmente en la zona como “Fruta China”, esta fruta posee múltiples vitaminas y gracias a los componentes naturales libre de azúcares y perseverantes del almíbar contribuyen a mejoras de enfermedades como la diabetes, hipertensión y problemas digestivos. Las estrategias que se aplicaron para el desarrollo del producto fueron las siguientes: estrategia de precios; permitió comercializar el producto a un precio accesible dentro del mercado. Estrategias de

merchandising; contribuyeron a la creación de estrategias para el lanzamiento del producto. Estrategias de plan de medios; permitieron dar a conocer el producto al público objetivo. Para desarrollar el servicio se creó una página web que permite facturar de manera instantánea además de interactuar con los consumidores en tiempo real. También se implementó el servicio de entrega a domicilio a fin de precautelar la integridad de los consumidores ante la pandemia. Eventualmente para la comercialización de el Almíbar de “Averrhoa” se aplicaron estrategias de logística y distribución las cuales permiten que el producto esté presente en sus puntos de ventas de la manera más rápida, esto evita desabastecimientos y genera procesos ágiles y eficientes que permiten generar las rentabilidades previstas, obteniendo como resultado una respuesta positiva por parte del público objetivo.

Palabras claves: Averrhoa, Plan de Marketing, Logística, Estrategias, Tangibilidad, Pandemia.

#### **SUMMARY**

The project aimed at developing marketing mix strategies for a new food product based on a tropical fruit, its scientific name is Averrhoa and it is popularly known in the area as "Chinese Fruit", this fruit has multiple vitamins and thanks to The sugar-free and persistent natural components of the syrup contribute to improvements in diseases such as diabetes, hypertension and digestive problems. The strategies that were applied for the development of the product were the following: pricing strategy; allowed the product to be marketed at an accessible price within the market. Merchandising strategies; contributed to the creation of strategies for the product launch. Media plan strategies; made it possible to make the product known to the target audience. To develop the service, a web page was created that allows instant billing as well as interacting with consumers in real time. The home delivery service was also implemented in order to protect the integrity of consumers in the face of the pandemic. Eventually, for the commercialization of the “Averrhoa” Syrup, logistics and distribution strategies were applied which allow the product to be present at its points of sale in the fastest way, this avoids shortages and generates agile and efficient processes that allow generating profitability. expected, resulting in a positive response from the target audience.

Keywords: Averrhoa, Marketing Plan, Logistics, Strategies, Tangibility, pandemic

## **Una buena salud a partir del consumo de nutrientes sanos**

Good health from the consumption of healthy nutrients

### **AUTORES**

Vera Mera Solange Stefania  
e1314142215@live.ulead.edu.ec

Ortiz Ordoñez Ruddy Madeleyne  
e1314086222@live.ulead.edu.ec

Mañay Palacios Jean Carlos  
e1311490823@live.ulead.edu.ec

Muñoz López Rubén Modesto  
e1315062909@live.ulead.edu.ec

Santos López Sabrina Liseth  
e1312501735@live.ulead.edu.ec

Camacho Álvarez Katherine Elizabeth  
e0804325744@live.ulead.edu.ec

### **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, Ph.D.  
lilia.villacis@ulead.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

La investigación que a continuación se describe tuvo la finalidad de analizar la identidad gastronómica manabita mediante la utilización de producto tradicional para potenciar lo autóctono. Para indagar cuáles son los principales productos más representativo de la gastronomía manabita e implementar variedad de producto tradicionales para la elaboración de gastronomía manabita, la metodología utilizada fue la fundamentación teórica, científica, con datos cuantitativos y cualitativos y método Delphi, además se utilizó el instrumento de encuesta virtual debido a la situación actual del Covid 19 para conocer la problemática existente de la cual se extrajo una muestra de 45 personas que habitan en la provincia de Manabí, se les

aplicó una encuesta a través de formularios de Google, a partir de los datos obtenidos fueron interpretados por expertos de la Uleam para su análisis. Los resultados obtenidos evidencian que las perspectivas analizadas dan un panorama relevante de la gastronomía manabita para el turismo en Ecuador, teniendo en cuenta deficiencias existentes aun en la capacidad de respuesta favorable en relación con la gastronomía manabita para el desarrollo del turismo en Ecuador debido a que las mismas se pueden mejorar gestionando los procesos mediante las autoridades pertinente contribuyendo al turismo en relación con la gastronomía de la provincia de Manabí para potenciar el turismo del lugar.

Palabra Claves. Alimentación, salud, nutrientes, consumo.

### **SUMMARY**

The research that is described below had the purpose of analyzing Manabi's gastronomic identity through the use of traditional products to enhance the autochthonous. To investigate which are the main products that are most representative of Manabi gastronomy and implement a variety of traditional products for the elaboration of Manabi gastronomy, the methodology used was the theoretical and scientific foundation, with quantitative and qualitative data and the Delphi method, in addition the instrument was used of virtual survey due to the current situation of Covid 19 to know the existing problem from which a sample of 45 people living in the province of Manabí was extracted, a survey was applied to them through Google forms, from the Data obtained were interpreted by experts from Uleam for analysis. The results obtained show that the analyzed perspectives give a relevant panorama of Manabi gastronomy for tourism in Ecuador, taking into account existing deficiencies even in the favorable response capacity in relation to Manabi gastronomy for the development of tourism in Ecuador because They can be improved by managing the processes through the pertinent authorities contributing to tourism in relation to the gastronomy of the Manabí province to promote tourism in the place.

Keywords. Food, health, nutrients, consumption

## **La experiencia de una buena salud a través de la alimentación sana**

The experience of good health through healthy eating

### **AUTORES**

Cedeño Saldarriaga María Lisseth  
e0850204728@live.uleam.edu.ec

Panta Chanalata Yuliza Yohanna  
e1315666689@live.uleam.edu.ec

Pisco Cagua Genesis Yamilex  
e1206785600@live.uleam.edu.ec

Reyna Sánchez Josselyn Nicolle  
e1351116981@live.uleam.edu.ec

Zambrano Mendoza Anthony Josué  
e1351306038@live.uleam.edu.ec

### **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, Ph.D.  
lilia.villacis@uleam.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

El trabajo investigativo ayudó a consolidar la importancia de consumir alimentos nutritivos para mantener una buena salud, asimismo el equilibrio del consumo de los mismos, por tanto, las personas en su mayoría buscan llevar una mejor alimentación, por su bienestar y el de los suyos. El objetivo permitió indagar si la salud se mantiene cuando se consume alimentos ricos en proteínas. Los métodos aplicados fueron del experto Delphi, cualitativo, cuantitativo, observacional, y la técnica de la encuesta, la misma que ayudó a conocer el criterio de los ciudadanos, además se utilizó el software SPS 21, para tabular la información; fue muy

interesante profundizar el tema porque impactó a la población encuestada, del cómo actualmente los estudiantes, personas particulares no se preocupan por llevar una buena alimentación, donde en su mayoría se consume comida chatarra que por supuesto no beneficia a su salud, por esta razón llevar una dieta saludable no es moda, es salud, por ello es imprescindible adaptarla a los niños desde pequeños. Se vive en una sociedad donde los niños no quieren consumir verduras, por lo tanto, está en cada familia corregir aquello, para así llevar consigo una alimentación sana.

Palabras Claves: Alimentación saludable, dieta, salud, responsabilidad.

### **SUMMARY**

The research work helped to consolidate the importance of consuming nutritious foods to maintain good health, as well as the balance of their consumption, therefore, most people seek to eat a better diet, for their well-being and that of their loved ones. The objective allowed to investigate if health is maintained when eating foods rich in protein. The applied methods were from the Delphi expert, qualitative, quantitative, observational, and the survey technique, the same that helped to know the criteria of the citizens, in addition, the SPS 21 software was used to tabulate the information; It was very interesting to delve into the subject because it impacted the surveyed population, how currently students, private individuals do not care about eating a good diet, where most of them consume junk food that of course does not benefit their health, for this reason Eating a healthy diet is not fashion, it is health, so it is essential to adapt it to children from an early age. We live in a society where children do not want to consume vegetables, therefore, it is in each family to correct that, in order to take a healthy diet with them.

KeyWords: Healthy eating, diet, health, responsibility.



## **EJE TEMÁTICO 2**

### **LOS PROCESOS SUSTANTIVOS COMO APORTE AL EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO SOSTENIBLE**



# **Las redes sociales influyen en la formación de los jóvenes**

Social media influences the training of young people

## **AUTORES**

Macías Caicedo Carlos Josué  
e2350975237@live.ulead.edu.ec

Lor Dueñas Nikole Monserrat  
e0803404581@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Villacis Zambrano Lilia Moncerrate, Ph.D.  
lilia.villacis@uleam.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La investigación que a continuación se describe tuvo como objetivo analizar si las redes sociales influyen en la formación de los estudiantes, los métodos utilizados fueron el cuantitativo y cualitativo, la metodología utilizada fueron los métodos cualitativo cuantitativo, además se utilizó la técnica de la encuesta, luego se tabuló con el programa spss21, el mismo que sirvió para tabular diagnóstico realizado. De esta manera se pudo constatar que las redes sociales influyen de manera negativa a los jóvenes hasta el punto que los adolescentes pueden olvidarse por un momento de sus actividades diarias y construir un mundo totalmente distinto a su realidad, mostrando conceptos ideales de sí mismos con los demás, teniendo en cuenta que la comunicación por este tipo de redes suele darse mayormente diversas actitudes negativas. Los jóvenes en su mayoría seleccionan con facilidad los contactos de acuerdo a sus gustos y rechazan aquellos que les incomoda su conversación o no sienten ningún tipo de interés, ignorándolo o simplemente eliminándolo de su lista

de contactos. De esta manera no se centran en la formación anteponiendo intereses no formativos.

Palabra claves. Rede sociales, formación, juventud, sociedad.

### **SUMMARY**

The research that is described below had the objective of analyzing whether social networks influence the training of students, the methods used were quantitative and qualitative, the methodology used was quantitative qualitative methods, and the survey technique was also used, then it was tabulated with the spss21 program, the same one that served to tabulate the diagnosis made. In this way, it was found that social networks negatively influence young people to the point that adolescents can forget their daily activities for a moment and build a world totally different from their reality, showing ideal concepts of themselves with Furthermore, taking into account that communication through this type of network tends to occur mostly with various negative attitudes. The majority of young people easily select contacts according to their tastes and reject those who are uncomfortable with their conversation or do not feel any type of interest, ignoring it or simply removing it from their contact list. In this way, they do not focus on training, putting non-training interests first.

Keywords: Social networks, training, youth, society,

## **Evaluación de dosis y tipos de enmiendas en suelos de carga permanente en la zona de Eloy Alfaro – Pedernales**

Evaluation of dose and types of amendments in permanent cargo soils in the Eloy Alfaro zone - Pedernales

### **AUTORES**

García Angulo Jessica Jacqueline  
e1315920551@live.ulead.edu.ec

Gutiérrez Anchundia Leonela Shamanta  
e1315653996@live.ulead.edu.ec

### **Estudiantes**

Zambrano Barcia Tyrone Antonio  
tyrone.zambrano@uleam.edu.ec

Intriago Mendoza Henry Otón  
henry.intriago@uleam.edu.ec

### **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Pedernales  
Pedernales, Ecuador**

### **RESUMEN**

Con el propósito de evaluar el efecto de varias enmiendas en un suelo ácido de Mache Chindul (10 de Agosto), se estableció un experimento cuyos objetivos fueron: Determinar la mejor enmienda, dosis de aplicación, relación de la CICE (Capacidad de intercambio catiónico efectiva), pH, en el cultivo de maíz *Zea mays* como planta indicadora para controlar la acidez en suelos con un pH 5,32 con niveles de Al +H de 6,60 cmol / 100g de suelo, para medir el crecimiento de la raíces, y variables cuantitativas, como altura de planta, grosor del tronco, números de hojas que se midieron en esta investigación cada 8 días, la enmiendas utilizadas en este trabajo fueron: Magnesita 50% CO<sub>3</sub> Ca, 50% CO<sub>3</sub> Mg, Stadilis 109%: 25% CO<sub>3</sub>Ca 20% CO<sub>3</sub>Mg 4% Si O<sub>2</sub>, Oxido de Mg 90%, Dolomita enlaza, Silicato de K, Oxido de Mg al 40% enlaza. Las dosis aplicadas fueron de 1, 2, 3, 4, 5 t/ha<sup>-1</sup>, de cada una de las

enmiendas en 900 g de suelo seco. Los datos fueron sometidos a un diseño completamente al azar y las medias se analizaron mediante tukey del 0,05 % donde se comprueba que la dolomita enlaza con 4 toneladas no es recomendable ya que los resultados son altamente significativos frente a la Magnesita 50% CO<sub>3</sub> Ca, 50% CO<sub>3</sub> Mg. La dosis de 3 toneladas de silicato de K ya representada en los datos de la tabla 2. de la enmienda presentó los valores más altos a los 16, 24, y 32 días con promedios de 14,50, 20, y 21,50 cm en altura de la planta con diferencias altas significativas respecto al resto de tratamientos. El promedio más alto lo presenta en la última evaluación el tratamiento de Carbonato de magnesio en dosis de 3 t /ha<sup>-1</sup>, los valores más bajos lo presentaron el tratamiento testigo en todas las evaluaciones.

Palabras claves: suelos, enmiendas, acidez.

### SUMMARY

With the purpose of evaluating the effect of various amendments in acidic soils of Mache Chindul (August 10), an experiment was established whose objectives were: Determine the best amendment, application dose, CICE ratio (Effective cation exchange capacity, pH, in the cultivation of Zea mays maize as an indicator plant to control acidity in soils with a pH of 5.32 with Al + H levels of 6.60 cmol / 100g of soil, to measure root growth, and variables quantitative, such as plant height, trunk thickness, numbers of leaves that were measured in this research every 8 days, the amendments used in this test were: Magnesite 50% CO<sub>3</sub> Ca, 50% CO<sub>3</sub> Mg, Stadilis 109%: 25% CO<sub>3</sub>Ca 20% CO<sub>3</sub>Mg 4% Si O<sub>2</sub>, Oxide of Mg 90%, Dolomite bonds, Silicate of K, Oxide of Mg at 40% bonds. The doses applied were 1, 2, 3, 4, 5 t / ha<sup>-1</sup>, of each of the amendments in 900 g of dry soil. The data were submitted to a completely random design and the means where They analyzed by means of a 0.05% tukey where it is found that dolomite links with 4 tons is not recommended since the results are not significant compared to Magnesite 50% CO<sub>3</sub> Ca, 50% CO<sub>3</sub> Mg. The dose of 3 tons of K silicate already represented in the data in table 2 of the amendment presented the highest values at 16, 24, and 32 days with averages of 14.50, 20, and 21.50 cm in height of the plant with significant differences with respect to the rest of the treatments. The highest average was presented in the last

evaluation by the magnesium carbonate treatment at a dose of 3 t / ha<sup>-1</sup>, the lowest values were presented by the control treatment in all evaluations.

Keywords: soils, amendments, acidity

## **Las redes sociales llegan poco a las personas de bajos recursos**

"Social media reaches little people with low resources"

### **AUTORES**

Moreira Hidalgo Gema Elizabeth  
e1350704084@live.ulead.edu.ec

Andrade Díaz Rosa Yaneli  
e1316170834@live.ulead.edu.ec

Castillo Condoy María Mercedes  
e1317973798@live.ulead.edu.ec

Intriago Estacio María Begonia  
e1316472636@live.ulead.edu.ec

Zambrano Zambrano Moisés David  
e1315058170@live.ulead.edu.ec

### **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Monserrate, PhD  
lilia.villacis@ulead.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

La investigación tuvo como finalidad analizar como las redes sociales llegan poco a las personas de bajos recursos, y la consecuencia que conllevan a una falta de comunicación mediante las redes sociales afectando toda la realidad en que se convive en la sociedad. los métodos utilizados fueron el método Delphi, el cuantitativo, cualitativo, la técnica de la encuesta que permitió conocer la realidad existente. Luego se utilizó el Swofter sps21 posibilitando manejar la información requerida. Las mismas que ayudó a conocer como las redes sociales no están al alcance de las personas con bajos recursos y por su ubicación geográfica, verificando las consecuencias negativas de dicha carencia que sí afecta tanto a nivel formativo como a nivel social, porque es una gran limitante para los jóvenes que desean

estudiar el nivel superior, es importante tener presente este gran desafío para las nuevas generaciones de bajo recursos.

Palabras claves: Redes sociales, baja economía, recursos económicos, jóvenes, formación.

### **SUMMARY**

The purpose of the research was to analyze how social networks reach low-income people little, and the consequence that they lead to a lack of communication through social networks affecting the whole reality in which they live in society. The methods used were the Delphi method, the quantitative, qualitative, the survey technique that allowed us to know the existing reality. Then the Swofter sps21 was used, making it possible to handle the required information. The same ones that I help to know how social networks are not available to people with low resources and due to their geographical location, verifying the negative consequences of said lack that does affect both at a training level and at a social level, because it is a great limitation For young people who want to study at the higher level, it is important to bear in mind this great challenge for the new low-income generations.

Keywords: Social networks, low economy, economic resources, youth, training

## **Estructuras organizacionales en los procesos de venta restaurante H Bar Sport Café del cantón Sucre**

Organizational structures in the sales processes restaurant H Bar Sport Café of the cantón Sucre

### **AUTORES**

Cruz Moreira Jonathan

Manuel

e1350746457@live.ulead.edu.ec

Gómez Valencia Nataly Guillermina

e1316396538@live.ulead.edu.ec

Jama Panta

Maitee

e1350202980@live.ulead.edu.ec

Regalado Macías Joselyn Carolina

e1311742157@live.ulead.edu.ec

### **Estudiantes**

Espinoza Arauz Mayra Yasmina

mayra.espinoza@ulead.edu.ec

Villacís Zambrano Lilia Monserrate

lilia.villacis@ulead.edu.ec

### **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

La presente investigación fue elaborada con la finalidad de mejorar la estructura organizacional y de procesos de venta del Restaurante H Bar Sports Café en el cantón Sucre, provincia de Manabí – Ecuador tras el Covid-19, mediante la realización de un diseño funcional, lo que implica la facilidad de conocer la organización y relacionar los colaboradores, asumiendo el rol operativo por cada uno dado que se redujo la demanda el contexto de la pandemia por el Covid - 19. Tiene por **objetivo** establecer técnicas de estructuras organizacionales y de procesos de ventas



mediante métodos de sostenibilidad. De igual forma, el trabajo elaborado, es una investigación descriptiva con un enfoque cualitativo y cuantitativo para conocer las características del establecimiento y su estructura organizacional. Los datos fueron tabulados en un software de cálculo Excel para la elaboración de las gráficas estadísticas y presentación de información cuantitativa, misma que sirvió para la analizar y socializar la información recabada mediante la aplicación de entrevista a uno de los socios y encuesta realizadas a los clientes del establecimiento. Como resultado, se considera que este es un establecimiento reconocido por sus consumidores, debido a que se sienten satisfechos por su calidad de servicio y por los precios establecidos de sus alimentos y bebidas que ofrecen. En conclusión, la estructura del restaurante no está plasmada en un diseño organizacional, motivo por el cual se presentaba dificultad al identificar la responsabilidad y capacidad de cada operario en sus respectivas áreas.

Palabras claves: Diseño organizacional, manual de funciones, bioseguridad y Covid-19.

### **SUMMARY**

Research was developed with the purpose of improving the organizational structure and sales processes of the H Bar Sports Café Restaurant in Sucre canton, Manabí province - Ecuador after the Covid-19, by carrying out a functional design, which implies the ease of knowing the organization and relating the collaborators, assuming the operational role for each one. Its goal is to establish techniques of organizational structures and sales processes through sustainability methods. In the same way, work prepared is a descriptive research with a qualitative and quantitative approach to know the characteristics of the establishment and its organizational structure, which served to analyze and socialize the information collected through the application of an interview to one of the owner and a surveys of the establishment's customers. As a result, it is considered that this is an establishment recognized by its consumers, because of, they feel satisfied with its quality of service and the established prices of the food and beverages that they offer. In conclusion, the restaurant's structure is not embodied in an organizational

design, which is why it was difficult to identify the responsibility and capacity of each operator in their respective areas.

**Keywords:** Organizational design, function manual, biosafety, and Covid-19

# **Diagnóstico en la seguridad alimentaria de comerciantes formales y ambulantes de comidas caso: Bahía de Caráquez**

Food security diagnosis of formal traders and food walkers case: Bahía de Caráquez

## **AUTORES:**

Mejía Orellana José Gustavo  
e1316397296@live.ulead.edu.ec

## **Estudiante**

Chica Medranda Carlos Enrique Mg. Eds  
carlos.chica@uleam.edu.ec

Caicedo Coello Eduardo Antonio, Dr.C.  
eduardo.caicedo@uleam.edu.ec

## **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

El presente trabajo es un diagnóstico en la seguridad alimentaria de comerciantes formales y ambulantes de comidas en zona turística. Caso Bahía de Caráquez, el trabajo pretende buscar de manera cercana el estado alimenticio de ventas de los comerciantes ambulantes e informales en la zona en mención, hasta ahora por observación se ha identificado que muchos de estos locales de venta de alimentos, no cuentan con un certificado de registro sanitario por parte del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, por lo que es urgente hacer una revisión del estado de seguridad alimentaria e inocuidad de procesos de producción de alimentos para la venta de clientes externos, en especial antes y después de la pandemia. “El Gobierno tiene objetivos fundamentales a través de su Ministerio de Salud, que es la de

generar campañas de prevención de salud alimentaria sobre los cuidados que deben de existir antes de manipular los alimentos". (MSP, 2013)

Palabras claves: Seguridad, alimentaria, inocuidad, ambulantes.

### **SUMMARY**

The present work is a diagnosis in the food security of formal and itinerant food traders in a tourist area. In the case of Bahía de Caráquez, the work aims to closely seek the nutritional status of sales of street and informal merchants in the area in question, until now by observation it has been identified that many of these food-selling places do not have a certificate of sanitary registration by the Ministry of Public Health of Ecuador, so it is urgent to review the state of food safety and food production processes for the sale of external customers, especially before and after the pandemic. "The Government has fundamental objectives through its Ministry of Health, which is to generate food health prevention campaigns on the care that must exist before handling food." (MSP, 2013)

Keywords: Safety, food, innocuousness, traveling

# **La innovación como estrategia empresarial para enfrentar y adaptarse a la emergencia sanitaria**

Innovation as a business strategy to face and adapt to the health emergency

## **AUTORES**

Guale Gonzabay Jordy Steven

e2450003328@live.ulead.edu.ec

## **Estudiante**

Mejía Ruperti Luis Miguel

luis.mejia@ulead.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La presente investigación se realiza para llegar a un nuevo mercado donde el público objetivo adquirió o tomó más confianza a otro método de compra y las empresas se adaptaron a los cambios y están aprovechando las nuevas herramientas digitales lo que permite llegar a más persona no dejando atrás el marketing tradicional que es fundamental para diseñar estrategias innovadoras, de esta manera se vio la oportunidad de presentar esta propuesta que conlleva la realización de Marketing digital para incrementar visitantes interesados en el producto, esto es lo más interesante de las Plataformas digitales que solo llevan a visitantes interesados que se convierten en un lead efectivo para realizar la venta. La innovación desde muchos años atrás ha llevado a que las empresas surjan y lleguen a otro nivel permitiendo no solo incrementar sus ventas si no posesionarse en la mente de los consumidores, ya que se ha tenido cambios drásticos en estos

tiempos y las empresas que no se adaptan a los cambios van a desaparecer, para esto se estudia el público objetivo bajo los enfoques cualitativo y cuantitativo donde estas fuentes primarias se complementan con la información secundaria de libros, web, artículos. De esta manera se pudo constatar la demanda que existe en el lugar para posterior crear estrategias innovadoras y dirigidas al público objetivo aportando con contenido valioso tanto para la empresa como para el cliente, la empresa tendrá presencia en los medios sociales.

Palabras claves: Innovación, Oportunidad, Ventas, Ideas.

### **SUMMARY**

This research is carried out to reach a new market where the target audience acquired or took more trust in another purchasing method and companies adapted to the changes and are taking advantage of new digital tools, which allows reaching more people without leaving behind. traditional marketing that is essential to design innovative strategies, in this way the opportunity was seen to present this proposal that entails the realization of digital Marketing to increase visitors interested in the product, this is the most interesting of the digital platforms that only lead to Interested visitors who become an effective lead to make the sale. Innovation for many years has led companies to emerge and reach another level, allowing not only to increase their sales but also to take possession in the minds of consumers, since there have been drastic changes in these times and companies that are not adapt to changes will disappear, for this the target audience is studied under qualitative and quantitative approaches where these primary sources are complemented with secondary information from books, web, articles. In this way, it was possible to verify the demand that exists in the place to later create innovative strategies aimed at the target audience, providing valuable content for both the company and the client, the company will have a presence in social media.

Keywords: Innovation, Opportunity, Sales, Ideas

# **Diseño de una estructura organizacional: impacto en la productividad y la estabilidad empresarial en el contexto del covid 19**

Design of an organizational structure: impact on business productivity and extability in the context of covid 19

## **AUTORES**

Aveiga Erazo Angy Marita  
e1316793932@live.ulead.edu.ec

Argote Villacís Karla Aimara  
e1351660749@live.ulead.edu.ec

Burgos Cusme Milena Liceth  
e1315482149@live.ulead.edu.ec

Mera Arteaga Melissa Nicole  
e1314149832@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Espinoza Arauz Mayra Yasmina, Mg.  
mayra.espinoza@ulead.edu.ec

Chica Medranda Carlos Enrique, Mg.  
carlos.medranda@ulead.edu.ec

## **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La presente investigación es sobre el diseño de estructuras organizacionales y de procesos de venta y distribución en el restaurante Luisito en el cantón Sucre, parroquia Leónidas Plaza en la provincia de Manabí-Ecuador tras el COVID – 19, este establecimiento se ha visto afectado con la reducción considerable en sus ventas, a partir de esta situación se planteó como objetivo diseñar las estructuras organizacionales, los procesos de entrega del servicio y canales de distribución alternativos mediante el uso de la tecnología y adopción de los protocolos de bioseguridad para la operatividad segura y eficiente del restaurante. Es una investigación con un enfoque cuantitativo y cualitativo por la descripción de los

datos obtenidos que determinan la afectación de establecimiento. Como resultado se conoció que el restaurante ha reducido sus ingresos y la demanda por parte de sus clientes, sin embargo, el 82% de los clientes que opta por servicios a domicilio considera que el restaurante debe atender a la clientela en el local dado que confían en la implementación de todas las medidas de bioseguridad. En conclusión, es evidente la afectación negativa por la reducción de la demanda en el restaurante todo caso que se desarrolló un manual de procedimientos, protocolo de bioseguridad específicos y un presupuesto de este último, que al ser implementados ayudan al establecimiento a obtener una mayor rentabilidad.

Palabras claves: Estructuras organizacionales, protocolos de bioseguridad, presupuesto, manual de procedimientos.

### **SUMMARY**

This research is about the design of organizational structures and sales and distribution processes in the Luisito restaurant in the Sucre canton, Leónidas Plaza parish in the province of Manabí-Ecuador after COVID-19, this establishment has been affected with the considerable reduction in sales, based on this situation, the objective was to design organizational structures, service delivery processes and alternative distribution channels through the use of technology and adoption of biosafety protocols for safe and efficient operation of the restaurant. It is an investigation with a quantitative and qualitative approach by the description of the data obtained that determine the impact of the establishment. As a result, it was known that the restaurant has reduced its income and the demand from its customers, however, 82% of customers who opt for home services consider that the restaurant should serve customers on the premises since they trust in the implementation of all biosecurity measures. In conclusion, the negative impact due to the reduction in demand in the restaurant is evident in every case that a procedure manual, specific biosafety protocol and a budget for the latter were developed, which when implemented help the establishment to obtain greater profitability.

Keywords: Organizational structures, biosafety protocols, budget, procedures manual



# **Gestión de los procesos para mejorar la calidad de los servicios turísticos en tiempos de pandemia covid 19**

Management of processes to improve the quality of tourist services in times of pandemic covid 19

## **AUTORES**

Zambrano Sornoza Julaidy Dixiana  
e0921471249@live.ulead.edu.ec  
Véliz Estacio Robert Antonio  
e1314710664@live.ulead.edu.ec  
Vera Zambrano Roberth Iván  
e1351782949@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Espinoza Arauz Mayra Yasmina, Mg.  
mayra.espinoza@ulead.edu.ec  
Intriago Torres Jairo Enrique, Mg.  
[jairo.intriago@ulead.edu.ec](mailto:jairo.intriago@ulead.edu.ec)

## **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

El presente artículo expone la afectación económica y social que están atravesando los negocios de servicios, en especial del Hostal Restaurante Coco Bongo ubicado en Manabí-Ecuador, por la declaración de pandemia a nivel mundial debido a la propagación del virus COVID-19; por lo que se propone solucionar la problemática, con la dotación de herramientas de orden administrativo, bioseguridad y publicidad, para que los negocios se administren de mejor manera, comuniquen y promocionen sus bienes y servicios. Los métodos utilizados durante

la investigación son: encuesta y entrevista, los cuales permitieron conocer de acuerdo a lo investigado el gran impacto económico, en las ventas durante el primer semestre de la pandemia y que debido a las reformas implementadas ha ido aumentando. Se aplicó la investigación exploratoria y la descriptiva, siendo en la exploratoria la ideal para conocer el desarrollo de las actividades económicas del Hostal Restaurant Coco Bongo en el contexto de la pandemia por el Covid-19. Entre los métodos empleados están: Método deductivo, porque es de conocimiento general la reducción en la demanda de los servicios de los negocios del sector de hospedaje y restauración, es decir se parte de lo más general y lo específico. También, el método analítico – sintético, ya que la información recabada en las diferentes fuentes, fue analizada de manera objetiva e interrelacionada para mostrar la secuencia de la problemática. Al ser una investigación cuantitativa los resultados demuestran que el hostel cumple con las expectativas de los clientes, tiene una aceptación favorable y sus visitas son recurrentes, es por estas características que se presenta a disposición del interesado, el uso de herramientas organizacionales, de bioseguridad y de marketing mediante la modalidad on line, muy frecuentes en contexto actual para continuar con los procesos empresariales desde una nueva óptica, manteniendo activa la fan page Coco Bongo Hostel en Facebook, siendo el canal ideal para impulsar su servicio de entrega a domicilio con las medidas de bioseguridad necesarias. Se concluye, que la sostenibilidad económica del establecimiento ha sido afectada y con la pandemia mostró sus debilidades, lo que motivó a sus propietarios a ser más efectivos en sus decisiones, para mantener la existencia del negocio con nuevas estructuras que han dado beneficios a corto plazo.

Palabras Clave: Bioseguridad, estructuras organizacionales, impacto económico, reactivación, influencia.

### **SUMMARY**

This article exposes the economic and social impact that service businesses are experiencing, especially the Hostal Restaurante Coco Bongo located in Manabí-Ecuador, due to the declaration of a global pandemic due to the spread of the COVID-19 virus; Therefore, it is proposed to solve the problem, with the provision of administrative tools, biosecurity and advertising, so that businesses are better

managed, communicate and promote their goods and services. The materials used during the investigation are: survey and interview, which allowed to know, according to the investigation, the great economic impact on sales during the first semester of the pandemic and that due to the implemented reforms has been increasing. Exploratory and descriptive research was applied, the exploratory being the ideal to know the development of the economic activities of the Hostal Restaurant Coco Bongo in the context of the Covid-19 pandemic. Among the methods used are: Deductive method, because the reduction in demand for business services in the accommodation and restaurant sector is generally known, that is, it starts from the most general and the specific. Also the analytical - synthetic one, since the information gathered from the different sources was analyzed in an objective and interrelated way to show the sequence of the problem. Being a quantitative research, the results show that the hostel meets the expectations of the clients, has a favorable acceptance and their visits are recurrent, it is for these characteristics that it is available to the interested party, the use of organizational tools, biosafety and marketing through online channels, very frequent in today's reality to continue with business processes from a new perspective, keeping the Coco Bongo Hostel fan page active on Facebook, being the ideal channel to promote your home delivery service with necessary biosecurity measures. It is concluded that the economic sustainability of the establishment has been affected and the pandemic showed its weaknesses, which motivated its owners to be more effective in their decisions, to maintain the existence of the business with new structures that have given short-term benefits.

Keywords: Biosecurity, organizational structures, economic impact, reactivation, influence,

### **EJE TEMÁTICO 3**

#### **LOS EFECTOS DE LA EMERGENCIA SANITARIA COVID 19 DESDE LAS PERSPECTIVA DE LAS CIENCIAS EMPRESARIALES**

# **Efecto de la medicina natural para contrarrestar los síntomas del covid-19**

Effect of natural medicine to counter the symptoms of covid-19

## **AUTORES:**

Zambrano Arteaga Keily Jefferson  
e1313971820@live.ulead.edu.ec

Bedon Zambrano Luis Andrés  
e1313139063@live.ulead.edu.ec

**Estudiantes de 9no de administración de Empresas Hotelera**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, PhD.  
lilia.villacis@uleam.edu.ec

**Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La investigación que a continuación se describe tuvo la finalidad de analizar cómo contribuye la medicina natural como una alternativa para contrarrestar los efectos del Covid-19, debido a la situación a la situación actual, en la que se encuentra el planeta. La metodología utilizada fue la fundamentación teórica, científica, con datos cuantitativos y cualitativos y método Delphi, además se utilizó el instrumento de encuesta virtual debido a la situación actual del Covid -19 para conocer hasta qué grado puede contribuir la medicina natural a frenar los síntomas del Coronavirus existente de la cual se extrajo una muestra de 50 personas que hayan tenido la enfermedad y se hayan recuperado, el instrumento a utilizar fue una encuesta aplicada a través de formularios de Google, con pregunta estratégicas para conocer la realidad existente a partir de los datos obtenidos fueron interpretados por expertos de la Ulead para su análisis. Los resultados obtenidos evidencian que las perspectivas analizadas dan un panorama relevante de la medicina natural desde el

conocimiento empírico, sin embargo, la fundamentación científica en la medicina natural respecto al Covid-19 para contrarrestar los síntomas, no existe evidencia científica que la respalde la FDA, en relación a lo expuesto se emitió conclusiones y recomendación en el desarrollo de la investigación.

Palabras claves: Medicina natural, enfermedad, síntomas del covid-19, personas.

### **SUMMARY**

The research that is described below had the purpose of analyzing how natural medicine contributes as an alternative to counteract the effects of Covid-19, due to the current situation, in which the planet finds itself. The methodology used was the theoretical and scientific foundation, with quantitative and qualitative data and the Delphi method, in addition, the virtual survey instrument was used due to the current situation of Covid -19 to know to what extent natural medicine can contribute to curbing symptoms of the existing Coronavirus from which a sample of 50 people who have had the disease and have recovered was extracted, the instrument to be used was a survey applied through Google forms, with strategic questions to know the existing reality from the Data obtained were interpreted by experts from Uleam for analysis. The results obtained show that the analyzed perspectives give a relevant panorama of natural medicine from empirical knowledge, however, the scientific foundation in natural medicine regarding Covid-19 to counteract the symptoms, there is no scientific evidence that supports it by the FDA In relation to the above, conclusions and recommendations were issued in the development of the investigation.

Keywords: Natural medicine, disease, symptoms of covid-19, people.

## **Cuidado de limpieza hotelera en tiempos de pandemia y sus beneficios en los huéspedes**

Care of hotel cleaning in times of pandemic and its benefits in the guests

### **AUTORES**

Cedeño Velásquez Jimmy Michael  
e1316018041@live.uleam.edu.ec

Moreira Andrade Ana Gabriela  
e0850884875@live.uleam.edu.ec

Jácome Villacrés Leyla Vanezza, Mg.  
leila.jacome@uleam.edu.ec

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate  
lilia.villacis@uleam.edu.ec

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo confrontar la manera en cómo debe realizarse la limpieza dentro de una habitación del hotel para que de esta manera los huéspedes mantengan tranquilidad y confianza dentro de las instalaciones y dar a conocer que los hoteles cumplen con todas las medidas de prevención y seguridad ante el Covid-19. Los métodos utilizados fueron el método analítico, cualitativo, descriptivo, el análisis de expertos, que permitió considerar las recomendaciones que pueden ser utilizadas en la limpieza de una habitación de hotel en tiempos de pandemia covid-19 y sus beneficios en los huéspedes. Con los resultados e

información se pretende ayudar con conocimiento, contribuir en el fortalecimiento del servicio hotelero, mediante la realización del seguimiento de protocolos de bioseguridad de cada hotel para que de esta manera mejorar la rentabilidad de los establecimientos. Esta información tiene relevancia para garantizar la seguridad y salud del cliente hotelero se constató que los empleados dispongan de equipos de protección personal, instrucciones y formación sobre cómo utilizarlos correctamente, para que de esta forma se pueda preservar la salud del personal y la seguridad del huésped.

Palabras claves: Alojamiento, Seguridad, Empleados, Huéspedes, Salud.

### **SUMMARY**

The objective of this research was to confront the way in which cleaning should be carried out inside a hotel room so that in this way the guests maintain tranquility and confidence within the facilities and to make known that the hotels comply with all prevention measures and security against Covid-19. The following methods were used: The analytical, qualitative, descriptive method, the analysis of experts, allowed to consider the recommendations that can be used in the cleaning of a hotel room in times of a covid-19 pandemic and its benefits in the guests. Results and information will be intended to help with knowledge, seeking to contribute to the strengthening of the hotel service, by monitoring the biosafety protocols of each hotel in order to improve the profitability of the establishments. This information is relevant to guarantee the safety and health of the hotel client, it was found that employees have personal protective equipment, instructions and training on how to use them correctly, so that in this way the health of the staff and the safety of the guest can be preserved.

Keywords: Accommodation, Security, Employees, Guests, Health



# **Medidas sanitarias y de protección en los huéspedes y personal hotelero ante la pandemia covid-19**

Sanitary and protective measures for guests and hotel staff in the covid-19 pandemi

## **AUTORES**

Risco Delgado César Enrique  
e1314145204@live.uleam.edu.ec

Ureta Reyes Richar Alfonso  
e1314154400@live-uleam.edu.ec

## **Estudiantes**

Jácome Villacrés Leyla Vanezza, Mg.  
leyla.jacome@uleam.edu.ec

Carvajal Zambrano Gema Viviana,  
MBA-MKT  
Gema.viviana@uleam.edu.ec

## **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

Las adaptaciones de las empresas hoteleras tuvieron un cambio rotundo, en la cual se incitó a los hoteles crear un nuevo entorno donde la salud, la seguridad y la empatía llegaron a volverse la máxima prioridad de los mismos, es de suma importancia conocer todo aquello que se está dando en la actualidad y el gran giro que se le dio al turismo donde se estableció que sería necesario poner en práctica nuevas medidas de higiene, distanciamiento social y protección a su personal hotelero. En este artículo se mencionaron las medidas de protección y sanidad que deberían mantenerse ante el personal de los hoteles y sus huéspedes, obteniendo el logro de centrarse en el mercado interno y potenciar la imagen de una marca limpia, sana y preocupada por la salud de sus clientes y empleados. Una de las mayores primicias que conservara la producción hotelera será velar por, la seguridad, salud del personal hotelero, y la del cliente, es crucial que los empleados tomen como iniciativa la utilización de equipos de protección personal, teniendo el conocimiento

e instrucciones de la correcta manipulación, para que de esta forma se pueda preservar la salud del personal y la seguridad del huésped. El objetivo de este artículo es asegurar la actividad del establecimiento de la mejor manera y garantizar la salud de las personas que estarán en autoaislamiento y brindarles seguridad a los huéspedes para que puedan estar tranquilos sabiendo que los hoteles cumplen con todas las medidas de prevención y seguridad frente al Covid-19. Sin eximición de cumplir con los estándares que se requiere para que los huéspedes tengan una excelente experiencia.

Palabras claves: Seguridad, Turismo, Higiene, Protección, Empleados, Huéspedes, Salud, Calidad.

### **SUMMARY**

The adaptation of hotel companies had a resounding change, in which hotels were encouraged to create a new environment where health, safety and empathy became their top priority, it is of the utmost importance to know everything that It is taking place today and the great turn that was given to tourism where it was established that it would be necessary to implement new hygiene measures, social distancing and protection of its hotel staff. In this article, the protection and health measures that should be maintained in front of hotel staff and their guests were mentioned, obtaining the achievement of focusing on the domestic market and enhancing the image of a clean, healthy brand that is concerned about the health of its guests. customers and employees. One of the biggest firsts that hotel production will preserve will be to ensure the safety, health of the hotel staff, and that of the client, it is crucial that employees take the initiative to use personal protective equipment, having the knowledge and instructions of the correct handling, so that in this way the health of the staff and the safety of the guest can be preserved. The objective of this article is to ensure the activity of the establishment in the best way and guarantee the health of the people who will be in self-isolation and provide security to the guests so that they can rest easy knowing that the hotels comply with all prevention and safety measures against Covid-19. Without exemption from meeting the standards that are required for guests to have an excellent experience.

Keywords: Safety, Tourism, Hygiene, Protection, Employees, Guests, Health, Quality.

# **Estudio de la gestión de procesos en los servicios turísticos con enfoque económico, social y sanitario tras el covid 19**

Study of process management in tourist services with an economic, social and sanitary approach after covid 19

## **AUTORES**

Calderón Panta Deiby Antonio  
e1316445863@live.ulead.edu.ec

Chica Medranda Yanina Yamileth  
e1314709294@live.ulead.edu.ec

Barre Moreira Yomara Liseth  
e1313971978@live.ulead.edu.ec

Chila Medranda Daniela Yajaira  
e1314709286@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Meneses Pantoja William Renán  
william.pantoja@ulead.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

El presente trabajo investigativo se desarrolla en la parrillada restaurante “El Buen Sabor” de la ciudad de Bahía de Caráquez, Manabí-Ecuador, el mismo que ha tenido impactos negativos en el contexto de la pandemia como muchos en el sector productivo, el cual ha tenido connotación global, este micro negocio se ha visto afectado con una reducción drástica en las ventas y ha impactado en la estabilidad del negocio. Por ello, se planteó como objetivo diseñar una estructura organizacional en base a un análisis de situación actual para mejorar los procesos de entrega de servicios con medidas de calidad, salubridad y buena atención en el restaurante tras el COVID-19. De esta manera, se realizó una investigación

cualitativa y cuantitativa con el uso del tipo de estudio descriptivo y la aplicación de las técnicas de encuestas y entrevista. Como resultado, se conoció que el establecimiento ha tenido un alto nivel de reducción de la demanda de clientes y por consiguiente de sus ingresos que ha afectado la estabilidad de sus operaciones, también se conoció que gozan de un alto nivel de satisfacción al cliente en las instalaciones con un 84% y en el servicio a domicilio implementado con un 82%. Desde la teoría de diseño organizacional es necesario que los negocios que enfrentan cambios (como una crisis social, económica y sanitaria) deben revisar su estructura organizacional para rediseñarla o mejorarla, así este establecimiento con herramientas administrativas puede mejorar la situación actual y hacer de la crisis una oportunidad para crecer. En conclusión, es evidente y empíricamente comprobable la afectación negativa por la reducción de la demanda, para lo cual se desarrolló un manual de procedimientos, medidas de bioseguridad y elementos de control de inventarios, que, al ser implantadas, coadyuvan a superarse y a obtener Aprendizaje Organizacional.

Palabras claves: Estructura organizacional, Manual de Procedimientos, Bioseguridad, Aprendizaje Organizacional.

## **SUMMARY**

The research work is developed in the barbecue restaurant "El Buen Sabor" in the city of Bahía de Caráquez, Manabí-Ecuador, which has had negative impacts in the context of the pandemic as many in the productive sector, which has had a global connotation, this micro-business has been affected with a drastic reduction in sales and that has impacted on the stability of the business. For this reason, the objective was to design an organizational structure based on an analysis of the current situation to improve service delivery processes with measures of quality, health and good service in the restaurant after Covid-19. In this way, a qualitative and quantitative research was carried out with the use of the descriptive type of study and the application of survey and interview techniques. As a result, it was known that the enterprise has had a high level of reduction in customer demand and consequently its income, which has affected the stability of its operations, it was also known that they enjoy a high level of customer satisfaction in the facilities with 84% and in home delivery implemented with 82%. From the theory of organizational

design, it is necessary that businesses facing changes (such as a social, economic and health crisis) should review their organizational structure to redesign or improve it, so this establishment with administrative tools can improve the current situation and make the crisis an opportunity to grow. In conclusion, the negative impact due to the reduction in demand is evident and empirically verifiable, for which a manual of procedures, biosafety measures and inventory control elements were developed, which when implemented, help to overcome and obtain Organizational Learning .

Keywords: Organizational structure, Procedures Manual, Biosafety, Organizational Learning

# **Análisis de una gastronomía tradicional a través de la bioseguridad e higiene**

Analysis of a traditional gastronomy through the Biosecurity and hygiene

## **AUTORES**

Bermúdez Chinga Zides Daniel

e1315642957@live.ulead.edu.ec

Esmeraldas Satizabal Mariuxi Lilibeth

e1313941955@live.ulead.edu.ec

Farías Jama Cristhofer Javier

e1350892400@live.ulead.edu.ec

Morales Cedeño Roxana Jacqueline

e1314915743@live.ulead.edu.ec

Tibán Granda Andrea de las Mercedes

e0503637688@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, Ph.D.

lilia.villacis@ulead.edu.ec

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

En el siguiente trabajo de investigación se planteó conocer la gastronomía tradicional a través de la bioseguridad, para constatar si la comunidad utiliza dicha gastronomía en su vida. La metodología utilizada fue el método cuantitativo y

cuantitativo, además se manejó la técnica de la encuesta, utilizando el método Delphi, en donde para analizar los resultados se utilizó el SPS 21, teniendo como resultados el conocimiento de la gastronomía tradicional a través de la bioseguridad e higiene, de tal manera que permitió caracterizar la dinámica social, cultural, económica y productiva ante el desarrollo social con cada una de las comunidades, en donde además, el estilo de vida se refleja mediante el conocimiento y adaptaciones a los cambios que se dan con el paso del tiempo, el arte culinario es muestra del saber de los antepasados y el camino virtuoso a la mejora con el tiempo. De esa forma, involucrar a quienes se vayan sumando a la comunidad para mantener esa tradición con el paso del tiempo hacia la gastronomía tradicional. En otra parte también se analiza el flujo turístico y la aportación cultural que se da a otras personas, mediante la preparación se aplican normas y conductas que globaliza a la salud y el bienestar de otros seres y así plantear el patrimonio intangible de la sociedad y comunidad. Es importante, obtener a través de esta investigación realizada, un resultado positivo con la aceptación de la gastronomía tradicional por parte de la comunidad en general en la vida cotidiana.

Palabras claves: Bioseguridad, higiene, gastronomía, tradición.

## **SUMMARY**

In the following research work, it was proposed to know the traditional gastronomy through biosecurity, to verify if the community uses this gastronomy in its life. The methodology used was the quantitative and qualitative method, in addition the survey technique was handled, using the Delphi method, where the SPS 21 was used to analyze the results, having as results the knowledge of traditional gastronomy through biosafety and hygiene, in such a way that it allowed to characterize the social, cultural, economic and productive dynamics before the social development with each one of the communities, where in addition, the lifestyle is reflected through knowledge and adaptations to the changes that occur. With the passage of time, the culinary art shows the knowledge of our ancestors and the virtuous path to improvement over time. In this way, involve those who join the community to maintain that tradition over time towards traditional gastronomy. In another part, the tourist flow and the cultural contribution that is given to other

people is also analyzed, through the preparation, rules and behaviors are applied that globalize the health and well-being of other beings and thus raise the intangible heritage of society and community . It is important to obtain, through this research carried out, a positive result with the acceptance of traditional gastronomy by the community in general in daily life.

Keywords: Biosecurity, hygiene, gastronomy, tradition



# **Diagnóstico situacional y diseño organizacional para la gestión empresarial tras el covid 19 caso Pizzas Claudia**

Situational diagnosis and organizational design for business management after covid 19 pizzas claudia case

## **AUTORES**

Villaprado Lucas Juliana Margarita  
e1312801382@live.uleam.edu.ec

Lucas Barre Ana Paula  
e1313225763@uleam.edu.ec

García Vera Daniel Andrés  
e1315534881@uleam.edu.ec

Carrillo Murillo Andrea Natividad  
e1314098164@uleam.edu.ec

## **Estudiantes**

Espinoza Arauz Mayra Yasmina, Mg.  
mayra.espinoza@uleam.edu.ec

Murillo Nevárez Saúl Alberto Mg.  
saul.nevarez@uleam.edu.ec

## **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La presente investigación es sobre los inconvenientes generados en las bajas ventas en Pizzas “Claudia” debido al impacto del COVID y cómo ha afectado en la productividad y rentabilidad del local; por lo tanto, se propone un proceso de venta alternativo, mediante los respectivos protocolos de bioseguridad, cumpliendo con las medidas para brindarle al cliente un servicio de calidad, así mismo, plantear una estructura organizacional adaptada a la realidad del establecimiento, adicional un manual de procedimientos como una importante herramienta administrativa de

gestión empresarial. Utilizando materiales como entrevistas y encuestas, el cual suministró la información para llevar a cabo la investigación necesaria y poder obtener datos sobre los productos de calidad que ofrece, las necesidades que tiene el cliente respecto al servicio. El método utilizado fue una investigación mixta tanto cualitativa como cuantitativa dando como resultado una buena satisfacción del cliente los cuales mencionan que reciben una atención con amabilidad y respeto, es decir, la Pizzería tiene buena aceptación de parte de los clientes, con la necesidad de adaptarse a las medidas de bioseguridad y procesos que incluyan las mismas. De esta manera, se elaboró un Manual de Procedimiento, medidas de bioseguridad y herramientas digitales de promoción y difusión de los servicios y condiciones actuales en una página Web. El Diseño Organizacional y Gestión de Procesos permitió identificar estas herramientas administrativas y de marketing para la mejor gestión empresarial y obtener rentabilidad en el corto y largo plazo. En conclusión, el establecimiento no está generando los mismos ingresos, a causa de la pandemia covid-19, tales ganancias que se obtenían meses atrás no son las mismas actualmente, motivo por el cual la pandemia ha impactado negativamente en la estabilidad del negocio y debido a estas contingencias ha experimentado un cambio organizacional que requiere una nueva estructura.

Palabras Claves: Productividad, rentabilidad, protocolos de bioseguridad, manual de procedimientos, estructura organizacional.

### **SUMMARY**

This research is about the inconveniences generated in the low sales in Pizzas "Claudia" because of to the impact of COVID and how it was affected in the productivity and profitability of the enterprises; So, an alternative sales process is proposed, through biosafety protocols, complying with the measures to provide the client with quality service, besides, proposing an organizational structure adapted to the reality of the restaurant, additionally a procedural manual as an important administrative tool for business management. Using techniques such as interviews and surveys, which provided the information to carry out the necessary research and be able to obtain data on the quality products it offers, the needs of the client regarding the service. The method used was a mixed qualitative and quantitative research, resulting in good customer satisfaction, who mention that they receive

attention with kindness and respect, its mean, the Pizzeria has good acceptance from customers, with the need to adapt to the biosafety measures and processes that include them. In this way, a Procedure Manual, biosafety measures and digital tools for the promotion and dissemination of current services and conditions were prepared on a Web page. The Organizational Design and Management of Improvement Processes identify these administrative tools and for the best business management and obtain profitability in the short and long term. In conclusion, Pizzeria is not generating the same income, because of covid-19 pandemic, such profits that were obtained months ago are not the same today, which is why the pandemic has had a negative impact on the stability of the business and due to these contingencies has undergone an organizational change that requires a new structure.

Keywords: Productivity, profitability, biosafety protocols, procedures manual, organizational structure.

# **Mantenimiento preventivo y aplicación de normas de bioseguridad anti Covid-19 en un establecimiento hotelero**

Preventive maintenance and application of anti covid-19 biosecurity rules in a hotel establishment.

## **AUTORES**

Ramírez Vélez Stefano Leonel  
e1315486843@live.ulead.edu.ec

Valencia Angulo Jhosimar Javier  
e1312533944@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Jácome Villacrés Leyla Vanezza  
leyla.jacome@ulead.edu.ec

Mora Pisco Carmen Inés  
carmen.mora@ulead.edu.ec

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

El mantenimiento preventivo y las normas son un factor clave en el servicio prestado en las empresas hoteleras dentro de nuestro medio. La falta de capacitación, simulacros y representaciones llevan a una ineficiencia y mal manejo de los protocolos establecidos.

Las compañías de hoteles en su mayoría son cadenas o líneas hoteleras que se rigen por un mismo estándar de calidad, normas y protocolos, los cuales a su vez manejan a su personal de igual manera.

Dentro de las organizaciones se manejan para su buen mantenimiento y desarrollo de la actividad económica, es importante el aseo de las habitaciones antes y después de su uso, eso incluye todas las áreas de la entidad. La seguridad y protección frente a todo riesgo, un hotel debe estar preparado para emergencias sanitarias.

En la actualidad los establecimientos hoteleros sufren una baja económica debido a la pandemia del Covid-19 más conocido como coronavirus, se han

implementado medidas para la atención al público. Una distancia mínima de 1.5 mt, se determina la atención máxima, y asegurar la protección y bienestar de los clientes y colaboradores.

Ecuador: los establecimientos de alojamiento turístico deberán observar los horarios de atención establecidos por el COE Nacional y el aforo será de acuerdo a la aglomeración de personas que permita la semaforización del cantón, todo esto de la mano con el debido protocolo de bioseguridad para los establecimientos de alojamientos turísticos que el Ministerio de Turismo en conjunto con el Ministerio de Salud Pública han brindado a estos antes mencionados.

Palabras Claves: Servicio, mantenimiento, seguridad, protocolos, restricciones.

### **SUMMARY**

Preventive maintenance and standards are a key factor in the service provided in the hotel sectors within our environment. Lack of training, drills and performances lead to inefficiency and mismanagement of established protocols.

The hotel companies are mostly hotel chains or lines that are governed by the same quality standard, norms and protocols, which in turn handle their staff in the same way.

Within the organizations they are managed for their good maintenance and development of economic activity, it is important to clean the rooms before and after their use, that includes all the areas of the entity. Safety and protection against all risks, a hotel must be prepared for health emergencies.

Currently, hotel establishments are suffering an economic downturn due to the Covid-19 pandemic better known as coronavirus, measures have been implemented to serve the public. A minimum distance of 1.5 mt, maximum attention is determined, and ensure the protection and well-being of customers and collaborators.

Ecuador: The tourist accommodation establishments must observe the opening hours established by the National COE and the capacity will be according to the agglomeration of people that allows the traffic lights of the canton, all this hand in hand with the proper biosecurity protocol for the establishments of tourist accommodation that the Ministry of Tourism in conjunction with the Ministry of Public Health have provided to the aforementioned.

Keywords: Service, maintenance, security, protocols, restrictions.

# **El impacto del covid 19 en la economía del sector camaronero del cantón pedenales en el año 2020**

The impact of covid 19 on the economy of the shrimp sector of the pedenales canton in 2020

## **AUTORES**

Vera Cedeño Julemy Mayté  
e1309823324@live.ulead.edu.ec

## **Estudiante**

Santana Sornoza Johnny Willian  
johnny.santana@uleam.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Pedernales  
Pedernales -Ecuador**

## **RESUMEN**

Este artículo pretende mostrar el impacto económico en el sector camaronero del cantón Pedernales tras la aparición del virus "Covid-19" al ser declarado pandemia mundial por la OMS por su rápida propagación el 11 de marzo de 2020; además, analizar como los comerciantes y productores han llevado a cabo estrategias para no verse del todo afectado a causa de la situación que inicio en el mes de marzo del presente año. Pedernales es un cantón que a pesar de haber sido afectado desde sus inicios por diversos factores como ambientales, la crisis de la mancha blanca, eventos telúricos, entre otros, es uno de los principales productores de camarón, producto demandado en los países vecinos para su consumo por su exquisito sabor y textura, según datos del Banco Central del Ecuador publicados en octubre de 2017. Para cumplir con el objetivo propuesto se utilizaron métodos de investigación como el deductivo, sintético y analítico, recopilando y analizando toda la información referente al tema, además, se realizaron diferentes entrevistas a importantes empresarios del sector, productores y comerciantes. En busca de una investigación real y contundente se extrajo publicaciones de los Diarios nacionales e internaciones, revistas y páginas web como las del Ministerio de Comercio Exterior,

Ministerio de Acuicultura y Pesca (MAP), PROECUADOR, Banco Central del Ecuador, Cámara Nacional de Acuicultura. Con el análisis de los datos se concluye que a pesar de la gran crisis económica internacional por la que está pasando a causa de la pandemia, Pedernales ha podido mantenerse activo en la producción y comercialización del camarón, ya que se encontraron diferentes alternativas para seguir presente en el mercado.

Palabras Claves: Covid-19, sector camaronero, producción, comercialización, exportación, Pedernales.

### **SUMMARY**

This article aims to show the economic impact on the shrimp sector of the Pedernales canton after the appearance of the "Covid-19" virus when it was declared a world pandemic by the WHO due to its rapid spread on March 11, 2020; also, analyze how merchants and producers have carried out strategies so as not to be completely affected by the situation that began in March of this year. Pedernales is a canton that despite having been affected since its inception by various factors such as environmental, the crisis of the white spot, telluric events, among others; is one of the main shrimp producers, a product demanded in neighboring countries for consumption due to its exquisite taste and texture, according to data from the Central Bank of Ecuador published in October 2017. To meet the proposed objective, research methods such as deductive, synthetic and analytical, collecting and analyzing all the information on the subject, in addition, different interviews were conducted with important businessmen in the sector, producers and merchants. In search of a real and forceful investigation, publications were extracted from national and international newspapers, magazines and web pages such as those of the Ministry of Foreign Trade, Ministry of Aquaculture and Fisheries (MAP), PROECUADOR, Central Bank of Ecuador, National Chamber of Aquaculture. With the analysis of the data we conclude that despite the great international economic crisis that we are going through due to the pandemic, Pedernales has been able to remain active in the production and commercialization of shrimp, since different alternatives were found to continue being present in the market.

Keywords: Covid-19, shrimp sector, production, commercialization, export, Pedernales.

## **EJE TEMÁTICO 4**

### **NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS**



# **Identidad visual como estrategia de posicionamiento para el restaurante “la casita del encebollado”**

Visual identity as a positioning strategy for the restaurant "la casita del encebollado"

## **AUTORES:**

Márquez Paladines Yinyer Yohanna  
e1726090259@uleam.edu.ec

## **Estudiante**

Sera Macías Raisa, MsC.  
raisa.macias@uleam.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

En la actualidad, la identidad visual es reconocida como una herramienta de diferenciación, es considerada a su vez como una estrategia de posicionamiento para las organizaciones. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo abordar la identidad visual corporativa, para mejorar el posicionamiento de “La casita del encebollado” bajo las condiciones existentes del Covid-19. El método de observación directa permitió determinar las posibles causas del bajo nivel de ventas y por lo tanto del posicionamiento dentro del mercado. De esta manera, se pudo detectar la existencia de falencias relacionadas con la identidad visual corporativa (inexistencia de logo, insuficiente publicidad, entre otros), por lo que se propuso, para esta etapa de crisis sanitaria, elaborar un logotipo que permita identificar y diferenciar al restaurante y realizar publicidad utilizando el logotipo además de adicionarlo a los uniformes y recipientes que son utilizados para brindar el servicio en “La Casita del encebollado”. Posteriormente se midió el impacto de estas estrategias, a través de un estudio cuantitativo que permitió recabar información a varios clientes del restaurante mediante una encuesta, para delimitar las mejoras percibidas, además de la implementación de servicios a domicilio, teniendo como

resultados el incremento de ventas y el acercamiento con los clientes durante el tiempo de Pandemia.

Palabras claves: Identidad visual, Posicionamiento, Pandemia, Logotipo.

### **SUMMARY**

Nowadays, visual identity is recognized as a differentiation tool, it is considered in turn as a positioning strategy for organizations. The present research work aims to address the company visual identity, to improve the positioning of "La casita del encebollado" under the existing conditions of Covid-19. The direct observation method made possible to determine the causes of the low level of sales and therefore of the positioning within the market. In this way, it was possible to detect the existence of flaws related to the corporate visual identity (non-existence of a logo, insufficient advertising, among others) for this reason, it was proposed for this stage of the health crisis, to develop a logo that allows to identify and differentiate the restaurant and advertise using the logo and adding it to the uniforms and containers that are used to provide the service at "La Casita del encebollado". Subsequently, the impact of these strategies was measured, through a quantitative study that made it possible to collect information from several restaurant customers through a survey, to delimit the perceived improvements, in addition to the implementation of home services, resulting in increased sales and the approach with clients during the time of the Pandemic.

Keywords: Visual identity, Positioning, Pandemic, Logo

# **Gestión de la calidad en el proceso de recepción de las mercancías en los restaurantes del litoral ecuatoriano**

Quality management in the process of reception of goods in the restaurants of the ecuadorian coast

## **AUTORES**

Chila Saltos Angélica Marina  
e1313046342@live.ulead.edu.ec

Chávez Farias Sindy Jusely  
e1313380238@live.ulead.edu.ec

López Abad Jennifer Melissa  
e1316478948@live.ulead.edu.ec

Velasco Ortiz Gladys Magdalena  
e1309390746@live.ulead.edu.ec

**Estudiantes de la carrera de Licenciatura en Hospitalidad y Hotelería**

Álvarez Ojeda Vladimir, Mg.  
vladimir.alvarez@ulead.edu

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo abordar la gestión en el proceso de recepción de mercancías como un engranaje de tareas que garanticen los estándares de compras pactados con el proveedor, donde se consideran particularidades cualitativas y cuantitativas del producto antes de entrar al proceso de almacenamiento. El estudio se realizó tomando en cuenta la importancia en el control de la calidad en las propiedades organolépticas de los alimentos en el proceso de recepción a la hora de establecer un veredicto de aceptación o rechazo de las mismas, al cumplir o no los estándares de calidad establecidos por la organización. La metodología aplicada en la investigación es análisis y síntesis de la información, observación directa, con una trayectoria cuantitativa, descriptiva no experimental. El estudio se realizó en el área de recepción de mercancías, donde interactúan, proveedor y el recepcionista encargado. La información receptada fue

desde la aplicación una ficha de observación o lista de chequeo en el área objeto de estudio. Luego del análisis e interpretación de datos, se obtuvo como resultados, que el buen manejo de las mercancías, beneficios y chequeo de las peculiaridades organolépticas trae un efecto positivo en la gestión de los procesos de almacén y elaboración, reduciendo las mermas y elevando la rentabilidad. Se identificó debilidades organizativas y profesional en los colaboradores de estas áreas, estableciendo un proceder de la dinámica en la supervisión de las mercancías con el único fin de mantener la calidad e inocuidad de los alimentos.

Palabras claves: Propiedades organolépticas, gestión de mercancía, lista de chequeo, rentabilidad.

### **SUMMARY**

The objective of this research is to approach the management in the process of receiving goods as a gear of tasks that guarantee the purchasing standards agreed with the supplier, where qualitative and quantitative particularities of the product are considered before entering the storage process of the goods foods. The study was carried out taking into account the importance of quality control in the organoleptic properties of food in the reception process when establishing a verdict of acceptance or rejection of the same, when meeting or not the standards of quality established by the organization. The methodology applied in the research is analysis and synthesis of information, direct observation, with a quantitative, descriptive, non-experimental trajectory. The study was carried out in the merchandise reception area, in which the supplier and the receptionist in charge intervene. The information received was from the application an observation card or checklist in the area under study. After the analysis and interpretation of the data, the results were obtained that the good handling of the merchandise, benefits and checking the organoleptic peculiarities brings a positive effect on the management of the warehouse and production processes, reducing waste and increasing profitability. . Organizational and professional weaknesses were identified in the collaborators of these areas, establishing a procedure of dynamics in the supervision of merchandise with the sole purpose of maintaining the quality and safety of food.

Keywords: Organoleptic properties, merchandise management, checklist, profitability

## **Ciclo de mejora continua para la selección de proveedores en el proceso de compras del producto restauración**

Cycle of continuous improvement for the selection of suppliers in the process of purchasing the restoration product

### **AUTORES**

Lema Montaña Jailene Dayanara:

e1350190193@live.ulead.edu.ec

Lucas Bermúdez Ingri Liceth

e1314097450@live.ulead.edu.ec

Mera Vaca Víctor Isaías

e1313176917@live.ulead.edu.ec

Vélez Dueñas Yixi Marley

e1313973529@live.ulead.edu.ec

**Estudiantes de la carrera de Licenciatura en Hospitalidad y Hotelería**

Álvarez Ojeda Vladimir, Mg.

vladimir.alvarez@ulead.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

En la siguiente investigación se considera, el ciclo de mejora continua en la selección de proveedores como una oportunidad de gestión de los recursos, basado en las normas ISO. 9001:2015, para mejorar el proceso de compras, que garantice un procedimiento adecuado de adquisición de los productos, y de este modo ofrecer, estabilidad, confianza y servicios de excelencia para todos. El asunto constituye una referencia para tomar acciones, que contribuyan a fortalecer los patrones en la selección de proveedores, conformes a los estándares de la organización. Mejorar la eficacia y eficiencia continúa, es el primer eslabón para transmitir calidad y comprender las necesidades actuales y futuras de nuestra empresa y nuestros clientes. La metodología aplicada en la investigación es de carácter exploratorio, descriptivo-cuantitativo, fundamentada en el ciclo de mejora continua: Planificar-

Hacer-Verificar-Actuar, (PHVA) que implica un perfeccionamiento en todos los procesos involucrados, obteniendo como resultado, elegir proveedores que surtan mercancías acorde a nuestros estándares y se bauticen como aliados permanente, creando un sostenido ambiente colaborativo que puedan llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos y así optimizar las probabilidades de éxito del producto restauración. Se puede resumir que la mejora continua en la selección de proveedores permite tener mayor control de las actividades, conocer la trazabilidad a través de los diferentes procesos y generar respuestas efectivas a anomalías, lo cual se ve reflejado en menores tiempos operativos, mayor orden y mejor solución a las trabas de oficio, siendo el punto de partida para continuar mejorando.

Palabras clave: proceso de compras, proveedores, mejora continua, estabilidad, tiempos operativos

### **SUMMARY**

In the following investigation, the cycle of continuous improvement in the selection of suppliers is considered as an opportunity for resource management, based on ISO standards. 9001: 2015, to improve the purchasing process, which guarantees an adequate product acquisition procedure, and thus offer stability, trust and excellent services for all. The matter constitutes a reference for taking actions that contribute to strengthening the patterns in the selection of suppliers, in accordance with the standards of our organization. Improving effectiveness and efficiency continues, is the first link to transmit quality and understand the current and future needs of our company and our clients. The methodology applied in the research is exploratory, descriptive-quantitative, based on the continuous improvement cycle: Plan-Do-Verify-Act, (PHVA) that implies improvement in all the processes involved, obtaining as a result, choosing suppliers that they supply us with merchandise according to our standards and are baptized as permanent allies, creating a maintained collaborative environment and can become fully involved in the achievement of the organization's objectives and thus optimize the chances of success. It can be summarized that continuous improvement in the selection of suppliers allows greater control of activities, know the traceability through the different processes and generate effective responses to anomalies, which is reflected

in shorter operating times, greater order and better solution to the trade obstacles, being the starting point to continue improving.

Keywords: purchasing process, suppliers, continuous improvement, stability, operating times

# **Proceso de almacenamiento una oportunidad para el fortalecimiento de la seguridad alimentaria en instalaciones gastronómicas**

Storage process an opportunity for strengthening food security in gastronomic facilities

## **AUTORES**

Manzaba Garcés Génesis Valeria  
e1315938090@live.ulead.edu.ec

Mera Paladines Xiomara Alexandra  
e1313118372@live.ulead.edu.ec

Veliz Zambrano Denise Antonella  
e0942828161@live.ulead.edu.ec

Vite Zambrano Stefany Marianela  
e1313604967@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Álvarez Ojeda Vladimir, Mg.  
vladimir.alvarez@ulead.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

El artículo centra su investigación en oportunidades que establecen una educada seguridad de los alimentos en el proceso de almacenamiento. La exposición al medio ambiente, las plagas, los utensilios, los desperdicios y hasta el propio manipulador, hacen posible el crecimiento de las bacterias que están naturalmente en los alimentos, haciéndolos potencialmente peligrosos para la salud de los consumidores. Lo anterior justifica que los productores de alimentos deben conocer y aplicar buenos procesos de almacenamiento que permitan conservar de manera segura las características organolépticas de los productos alimenticios, representando una disminución en las enfermedades transmitidas por alimentos ETAs<sup>1</sup> y pérdidas económicas. Las cantidades de alimentos a almacenar deberán calcularse según la demanda, el porcentaje de materia prima, la cantidad de días

---

<sup>1</sup> ETAs. Enfermedades Transmitidas por Alimentos



promedio y la capacidad de almacenamiento, esto sin duda minimiza las probabilidades de caducidad, deterioros y mermas, así como costos de inventarios ambos factores determinante en la rentabilidad.

La metodología utilizada en la investigación es de carácter exploratorio, descriptivo- cuantitativo y se plantea mediante dos etapas: Caracterización de los establecimientos y los actores involucrados e identificación de los factores higiénico sanitarios que inciden en la gestión del almacenamiento en el producto restauración. Se propone diseñar un sistema de seguridad alimentaria donde se incluya la trazabilidad, disminuyendo en gran medida este tipo de contaminación tanto para proveedores, elaboradores y consumidores.

Palabras claves: seguridad alimentaria, características organolépticas, consumidores, almacenamiento.

### **SUMMARY**

The article focuses its research on opportunities that establish educated food safety in the storage process. Exposure to the environment, pests, utensils, waste and even the handler himself, make it possible for the bacteria that are naturally in food to grow, making it potentially dangerous for the health of consumers. The foregoing justifies that food producers should know and apply good storage processes that allow the organoleptic characteristics of food products to be safely preserved, representing a decrease in foodborne diseases ETAs and economic losses. The quantities of food to be stored must be calculated according to the demand, the percentage of raw material, the average number of days and the storage capacity, this undoubtedly minimizes the probabilities of expiration, deterioration and wastage, as well as inventory costs, both determining factors.

The methodology used in the research is of an exploratory, descriptive-quantitative nature and is proposed through two stages: Characterization of the establishments and the actors involved and identification of the hygienic and sanitary factors that affect the management of storage in the restoration product. It is proposed to design a food safety system that includes traceability, greatly reducing this type of contamination for suppliers, manufacturers and consumers.

**Keywords:** food safety, organoleptic characteristics, consumers, storage.

## **Inocuidad gastronómica y sus efectos en la atención al turista balneario Briceño cantón San Vicente**

Gastronomic safety and its effects on attention to tourist spa Briceño cantón San Vicente

### **AUTORES:**

Zambrano-Arteaga Keily Jefferson  
e1313971820@live.uleam.edu.ec  
Kely Jennifer Zambrano Arteaga  
e1313971846@live.uleam.edu.ec

### **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, PhD  
lilia.villacis@uleam.edu.ec  
Lemoine Quintero Frank Ángel, Mgs.  
frank.lemoine@uleam.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

El trabajo de investigación inocuidad gastronómica y sus efectos en la atención al turista en el balneario Briceño, cantón san Vicente. Se planteó el objetivo: determinar si los restaurantes de Briceño cumplen con la inocuidad alimentaria adecuada en los restaurantes del balneario Isla Briceño. Los métodos utilizados fueron, Delphi, Kendall, inductivo, analítico, descriptivo y estadístico se utilizó el instrumento de encuesta a los turistas y/o propietarios de los restaurantes y una matriz para evaluar los restaurantes en Briceño, para determinar cómo operan los restaurantes en relación con la inocuidad alimentaria del mismo y sus efectos en la atención al turista. La evaluación de los resultados indicó que los establecimiento poseen una inocuidad que es aceptable mas no buena del todo y esto se debe a que no cumplen con varios factores para acreditar según la matriz aplicada para evaluar

los restaurantes, la misma que se fundamentó en relación a los lineamientos del reglamento turístico de alimentos y bebidas, según acuerdo ministerial 53 registro oficial edición especial 575 de 05-oct.-2018, vigente en el Ecuador teniendo en cuenta las ISO 22000, la norma internacional de sistemas de gestión de seguridad alimentaria que especifica los requisitos que se deben cumplir. Asimismo, el efecto en la atención al turista en relación a los resultados obtenidos que condujeron al planteamiento de una propuesta relacionada a la temática de estudio para el balneario Isla Briceño.

Palabras Claves: Inocuidad, restaurante, atención, turística, Balneario Isla Briceño.

### **SUMMARY**

The gastronomic safety research work and its effects on the tourist service in the Briceño spa, San Vicente canton. The objective was raised; determine if Briceño restaurants comply with adequate food safety in the restaurants of the Isla Briceño resort. The methods used were, Delphi, Kendall, inductive, analytical, descriptive and statistical, the survey instrument was used for tourists and / or restaurant owners and a matrix to evaluate the restaurants in Briceño, to determine how the restaurants operate in relation to with the food safety of the same and its effects on the tourist service. The evaluation of the results indicated that the establishments have a safety that is acceptable but not good at all and this is because they do not comply with several factors to prove according to the matrix applied to evaluate the restaurants, the same that was based on the guidelines of the tourist regulation of food and beverages, according to ministerial agreement 53 official registration special edition 575 of 05-Oct.-2018, in force in Ecuador taking into account the ISO 22000, the international standard for food safety management systems that specifies the requirements that must be met, Likewise, the effect on tourist attention in relation to the results obtained that led to the proposal of a proposal related to the study theme for the Isla Briceño spa.

Keywords: Innocuousness, restaurant, attention, tourist, Briceño Island Spa.

## **Gastronomía tradicional, elaborada con productos ancestrales**

Traditional gastronomy, prepared with traditional products

### **AUTORES**

Velasteguí Solórzano Andrea Mishell

e1724086200@live.ulead.edu.ec

Erazo Palomeque Anndy Rafael

e1723537146@live.ulead.edu.ec

Mogro Bermúdez Danny Jahir

e1317445391@live.ulead.edu.ec

### **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, PhD.

lilia@ulead.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

El trabajo investigativo tiene como propósito rescatar la tradición de la gastronomía del Ecuador más específicamente de la provincia de Manabí, recurriendo a la búsqueda de información y divulgación, para fortalecer la identidad gastronómica en el país y en esta provincia, para que esta asuma su propia identidad. Es importante agrupar los valores culturales y la tradición de vida del pueblo. Es preciso mantener y transmitir la gastronomía ancestral para que pueda darse un enriquecimiento mutuo en la actual sociedad. Se aplicaron métodos cualitativos y cuantitativos, como la encuesta, determinando el nivel de conocimiento que poseen los habitantes, referente a su identidad y prácticas ancestrales sobre la gastronomía y su aportación al turismo, cabe recalcar que en la provincia, es una de las fuentes principales de ingreso económico. En el método estadístico descriptivo, a partir del levantamiento de información utilizando SPSS 21 para medir el beneficio que tienen en hacer suyas sus tradiciones y costumbres gastronómicas, que en ciertos aspectos se han ido perdiendo y adaptando una identidad foránea que quita al ser humano la capacidad de conocer lo propio. Se verificó que en Manabí en específico Bahía de

Caráquez según el grupo encuestado la mayor parte sí valora sus costumbres y tradiciones gastronómicas por lo que conservan su identidad, transmitiendo a propios y extraños dichos conocimientos que además de ser un descubrimiento de sabores que dan satisfacción a las personas, ya que tiene una cantidad de historia tanto en su preparación como en su valor cultural y ancestral de los manabitas.

Palabras claves: Cultura, Manabí, identidad, gastronomía, costumbres, tradición.

### **SUMMARY**

The investigative work aims to rescue the tradition of Ecuadorian gastronomy more specifically from the Province of Manabí, resorting to the search for information and dissemination, to strengthen the gastronomic identity in the Country and in this province, so that it assumes its own identity. It is important to group the cultural values and the tradition of life of the people. It is necessary to maintain and transmit our ancestral gastronomy so that it can be mutually enriching in today's society. Qualitative and quantitative methods were applied, such as the survey, determining the level of knowledge that the inhabitants possess, regarding their identity and ancestral practices about gastronomy and their contribution to tourism, it should be noted that in the province, it is one of the main sources of economic income. In the descriptive statistical method, based on the gathering of information using SPSS 21 to measure the benefit they have in making their gastronomic traditions and customs their own, which in certain aspects have been losing and adapting a foreign identity that removes the human being's ability to know your own. It was verified that in Manabí specifically Bahía de Caráquez, according to the surveyed group, most of them value their gastronomic customs and traditions for what they preserve their identity, transmitting said knowledge to locals and foreigners that in addition to being a discovery of flavors that give satisfaction to the people, since it has a quantity of history both in its preparation and in its cultural and ancestral value of the manabitas.

Keywords: Culture, Manabí, identity, gastronomy, customs, tradition.

# **La calidad del servicio para gestionar la atención de los clientes en los restaurantes de Briceño**

The quality of the service to manage the attention of the customers in the restaurants of Briceño

## **AUTORES**

Domínguez Loor María Yessenia  
e1311412256@live.ulead.edu.ec  
Zambrano Arteaga Keily Jefferson  
e1313971820@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, Ph.D.  
lilia.villacis@uleam.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La investigación se desarrolló en el cantón San Vicente ubicado dentro de la ZONA 4, provincia de Manabí, el objetivo fue analizar el servicio que brindan los restaurantes a los clientes del balneario Briceño, en relación con la atención al cliente. La metodología utilizada fue el método Delphi, con fundamentación teórica, científica, con datos cuantitativos y cualitativos. Se aplicó un instrumento de encuesta a turistas cuyo objetivo fue determinar la calidad del servicio y a los propietarios de los establecimientos referente al manejo de técnicas de calidad del servicio en relación con la atención al cliente. Se evidenció que aún existe una organización deficiente bajo el precepto con la temática de estudio desarrollada.

Los resultados obtenidos evidenciaron que la calidad de servicio en los restaurantes se considera estable y buena, permitiendo al planteamiento de una propuesta para gestionar y mejorar de los servicios de restauración en el balneario Isla Briceño, en relación con la calidad del servicio en la atención al cliente.

Palabras claves: Calidad; restaurante; Atención; turista.

El presente trabajo de investigación aporta, al proyecto de Vinculación con la Sociedad: la calidad del servicio para gestionar la atención de los clientes en los restaurantes de Briceño.

### **SUMMARY**

The research was developed in Canton San Vicente located within ZONE 4, Manabí province, the objective was to analyze the service provided by restaurants to Briceño spa clients, in relation to customer service. The methodology used was the Delphi, Kendall, inductive, analytical, descriptive and statistical method. A survey instrument was applied to tourists whose objective was to determine the quality of the service and the owners of the establishments, referring to the management of techniques of quality of service in relation to customer service. It was evidenced that there is still a deficient organization under the precept with the developed study theme.

The results obtained showed that the quality of service in the restaurants is considered stable and good, allowing the establishment of a proposal to manage and improve the restaurant services in the Isla Briceño spa, in relation to the quality of the service in customer service. client.

Keywords: Quality; restaurant; Attention; tourist.

# Utilización de la gastronomía manabita con productos tradicionales para potenciar lo autóctono

Use of manabita gastronomy with traditional products to enhance the auto-tone

## AUTORES

Zambrano Arteaga Keily Jefferson  
[e1313971820@live.ulead.edu.ec](mailto:e1313971820@live.ulead.edu.ec)

Domínguez Loor María Yessenia  
[e1311412256@live.ulead.edu.ec](mailto:e1311412256@live.ulead.edu.ec)

Mendoza Zambrano Jeniffer Elizabeth  
[e113501457260@live.ulead.edu.ec](mailto:e113501457260@live.ulead.edu.ec)

Gómez Gómez Carolina Stephania  
[e1313978445@live.ulead.edu.ec](mailto:e1313978445@live.ulead.edu.ec)

Zambrano Zambrano Edison Yordan  
[e1313576892@live.ulead.edu.ec](mailto:e1313576892@live.ulead.edu.ec)

Mera Ávila Daniela Alejandra  
[e1313919852@live.ulead.edu.ec](mailto:e1313919852@live.ulead.edu.ec)

## Estudiantes de 9no de administración de Empresas Hotelera

Villacis Zambrano Lilia Moncerrate, Ph.D.  
lilia.villacis@ulea.edu.ec

## Docente

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## RESUMEN

La investigación que a continuación se describe tuvo la finalidad de analizar la identidad gastronómica manabita mediante la utilización de producto tradicional para potenciar lo propio del arte culinario en Manabí. Con el objetivo de identificar los principales productos más representativo que tiene la provincia y a través de la misma implementar más variedad de productos tradicionales en la elaboración de la gastronomía manabita, la metodología utilizada fue la fundamentación teóricos, científica, con datos cuantitativos y cualitativos y método Delphi, además se utilizó



el instrumento de encuesta virtual debido a la situación actual del Covid 19 para conocer la problemática existente de la cual se extraerá una muestra de 45 personas que habiten en la provincia de Manabí, se les aplicó una encuestas a través de formularios de Google, a partir de los datos obtenidos fueron interpretados por de expertos de la Uleam para su análisis. Los resultados obtenidos se evidencian que las perspectivas analizadas dan un panorama relevante, teniendo en cuenta deficiencias existentes aun en la capacidad de respuesta favorable en relación con la gastronomía manabita para el desarrollo del turismo debido a que la mismas se pueden mejorar gestionando los procesos mediante las autoridades pertinente contribuyendo al turismo en relación con la gastronomía de la provincia de Manabí para potenciar el turismo del lugar.

Palabras claves: Gastronomía, cocina, cultura, patrimonio.

### **SUMMARY**

The research that is described below had the purpose of analyzing Manabi's gastronomic identity through the use of traditional products to promote the culinary art in Manabi. In order to identify the main most representative products that the province has and through it to implement more variety of traditional products in the elaboration of Manabi gastronomy, the methodology used was the theoretical and scientific foundations, with quantitative and qualitative data and method Delphi, in addition, the virtual survey instrument was used due to the current situation of Covid 19 to know the existing problem from which a sample of 45 people living in the province of Manabí will be extracted, a survey was applied to them through of Google forms, from the data obtained were interpreted by experts from Uleam for analysis. The results obtained show that the analyzed perspectives give a relevant panorama, taking into account existing deficiencies even in the capacity of favorable response in relation to Manabi gastronomy for the development of tourism because they can be improved by managing the processes through Relevant authorities contributing to tourism in relation to the gastronomy of the province of Manabí to promote tourism in the place.

Keywords: Gastronomy, cuisine, culture, heritage.

## **Propuesta de una manual de procedimientos administrativos con enfoque de bioseguridad tras el Covid- 19**

Proposal for a manual of administrative procedures with a biosecurity approach after Covid-19

### **AUTORES**

Pazmiño Montes Ángela María  
e1313603746@live.ulead.edu.ec

Barreto Silva Cristhian Gregorio  
e1314099191@live.ulead.edu.ec

Mera Silva Edison Javier  
e1313118802@live.ulead.edu.ec

Luque Nevárez Juan Carlos  
e1313112755@live.ulead.edu.ec

### **Estudiantes**

Espinoza Arauz Mayra Yasmina, Mg  
mayra.espinoza@ulead.edu.ec

Meneses Pantoja William Renán, Mg.  
william.meneses@ulead.edu.ec

### **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

En la presente investigación se busca crear un diseño de estructura organizacional para el Restaurante “Mi Galito”, implementar estrategias de ventas y distribución con la finalidad de contribuir en la cimentación de bases sólidas para poder competir en el mercado actual; debido a las condiciones actuales en las que se encuentran el negocio a consecuencia de la pandemia por “Covid-19”. Por tanto, se desarrolló una investigación descriptiva, cuali-cuantitativa con el uso de métodos en el orden teórico y técnicas en el orden práctico como entrevista y encuestas a los principales actores involucrados. Como resultado, se conoció que el negocio tiene una alta aceptación con 90% por el sabor de sus platos y con un 100% de

satisfacción respecto al servicio, por lo cual la variedad de sabores y sus precios bajos son las cualidades valoradas de los clientes externos; también, se conoció que el restaurante no estuvo operativo durante el segundo trimestre del 2020 por la pandemia que representó una reducción de su demanda aún en el proceso de reapertura. El cambio organizacional debido a las contingencias en el contexto hace imperativo el análisis de la estructura organizacional de un negocio para adaptarse a las demandas actuales, obtener ganancias o sobrevivir en el mercado.

Palabras clave: estructura organizacional, estrategias de ventas, Covid-19 y mercado.

### **SUMMARY**

This research looking for to create an organizational structure design for the "Mi Galito" Restaurant, in addition to implementing sales and distribution strategies in order to contribute to the foundation of solid bases to be able to compete in the current market; because of the current conditions in which the business is found as a result of the "Covid-19" pandemic. Therefore, a descriptive, qualitative-quantitative research was developed with the use of methods in the theoretical order and techniques in the practical order, such as interviews and surveys of the main actors involved. As a result, it was known that the business has a high acceptance with 90% for the taste of its dishes and with 100% satisfaction with respect to the service, for which the variety of flavors and their low prices are the valued qualities of the customers extend us; Also, it was known that the restaurant was not operational during the second quarter of 2020 due to the pandemic that represented a reduction in its demand even in the reopening process. Organizational change due to contingencies in the context makes it imperative to analyze the organizational structure of a business to adapt to current demands, make a profit, or survive in the market.

Keywords: Organizational structure, sales strategies, Covid-19 and market

## **EJE TEMÁTICO 5**

**MARKETING, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ADMINISTRACIÓN PARA EL  
POSICIONAMIENTO DE LOS NEGOCIOS POST OPANDEMIA**

# **Gerencia de venta para gestionar la eficiencia en los restaurantes del balneario Briceño cantón San Vicente**

Sales management to manage efficiency in the restaurants of the balneario Briceño canton San Vicente

## **AUTORES:**

Zambrano Arteaga Kely Jennifer

e1313971846@uleam.edu.ec

Zambrano Arteaga Keily Jefferson

e1313971820@live.uleam.edu.ec

Rivadeneira Murillo Karen Alejandra

e1315142909@live.uleam.edu.ec

García Palma María Emilia

e1314678135@live.uleam.edu.ec

Villacís Domínguez Ana Lucía

e1314774421@live.uleam.edu.ec

## **Estudiantes**

Herrera Bartolomé Jenny Carolina, Mg.

jenny@uleam.edu.ec

## **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La presente investigación se desarrolló en Ecuador, en la provincia de Manabí, específicamente en el balneario Briceño y tuvo como finalidad determinar cómo manejan los propietarios de los restaurantes de Briceño la gerencia de venta para gestionar la eficiencia en los restaurantes. La metodología utilizada fue la fundamentación teórica, científica, con datos cuantitativos y cualitativos y método Delphi, además se utilizó el instrumento de encuesta para conocer la problemática

existente en el lugar tomado como objeto de estudio, de la de la cual se extrajo una muestra de 9 restaurante con preguntas formuladas estratégicamente, adicional al mismo se aplicó una entrevista al presidente de la comunidad Sr. Elías Zambrano habitante del balneario Briceño, para conocer desde su perspectiva la situación actual de la comunidad, a partir de los datos obtenidos fueron interpretados por expertos de la Uleam para su análisis. Los resultados obtenidos evidencian que las perspectivas analizadas dan un panorama relevante referente a la Gerencia de Venta lo que evidencia que la mayoría de ellos cumplen con los parámetros establecidos en la investigación realizada, sin embargo, al momento de contar con el apoyo de los colaboradores internos están capacitados para realizar sus actividades en el cumplimiento de sus objetivos, el 67% contribuyen al logro de este.

Palabras claves: Gerencia de venta, restaurante, eficiencia, rentabilidad

### **SUMMARY**

The present research was developed in Ecuador in the province of Manabí, specifically in the Briceño spa, and its purpose was to determine how the owners of Briceño restaurants manage sales management to manage efficiency in restaurants. The methodology used was the theoretical and scientific foundation, with quantitative and qualitative data and the Delphi method, in addition, the survey instrument was used to know the existing problems in the place taken as object of study, from which a sample of 9 restaurant with strategically formulated questions, in addition to it, an interview was applied to the president of the community, Mr. Elías Zambrano, resident of the Briceño spa, to learn from his perspective the current situation of the community, from the data obtained they were interpreted by experts of Uleam for analysis. The results obtained show that the analyzed perspectives give a relevant panorama regarding the Sales Management, which shows that most of them comply with the parameters established in the research carried out, however, when they have the support of internal collaborators They are trained to carry out their activities in compliance with their objectives, 67% contribute to the achievement of this.

Keywords: Sales management, restaurant, efficiency, profitability

## **Análisis sobre objeciones de acuerdo al comportamiento del consumidor en soda bar Sol: El Matal - Jama**

Analysis of objections to be avoided according to consumer behavior in soda bar Sol:  
El Matal - Jama

### **AUTORES**

Basurto Carrillo María Belén  
e1313114504@live.ulead.edu.ec

Intriago Jama Andrea Patricia  
e1315833309@ulead.edu.ec

Lozano Panta Nataly Georgina

Triviño Zambrano Mirian Katherine

Ureta Reina Gregoria Jesús

### **Estudiantes**

Herrera Bartolomé Carolina, Mg.  
jenny.herrera@ulead.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

El trabajo se sustenta en manifestar de qué manera se puede lograr cambiar la toma de decisión del cliente refutando las objeciones que menciona en el Soda Bar Sol ubicado en la playa El Matal cantón Jama. El contenido refleja maneras de refutar objeciones, cómo actuar frente a ellas. Lo indagado se basa en investigaciones bibliográficas o método bibliográfico, ya que por motivos de la pandemia el local estaba cerrado, sin embargo, se entablo conversación con la propietaria, misma se le realizó una entrevista. Tuvo un enfoque cualitativo donde permite identificar determinadas funciones y fases dentro del proceso de investigación social. También se aplicó el método estadístico descriptivo en donde se utilizó la lectura científica

como fuente de información. Se concluyó que para refutar objeciones, es imprescindible conocer los distintos tipos de clientes y su comportamiento.

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, objeción, clientes, ventas.

### **SUMMARY**

The work is based on showing how the client's decision-making can be changed by refuting the objections mentioned in the Soda Bar Sol located on the El Matal Cantón Jama beach. The content reflects ways to refute objections, such as acting on them. What was investigated is based on bibliographic research or bibliographic method, since for reasons of the pandemic the place was closed, however, a conversation was established with the owner, herself an interview was carried out. It had a qualitative approach where it allows to identify certain functions and phases within the social research process. The descriptive statistical method was also applied where scientific reading was used as a source of information. It was concluded that to refute objections, it is essential to know the different types of customers and their behavior.

Keywords: Consumer behavior, objection, customers, sales.



# **Estrategias aplicadas en el e-commerce en supermercado Tía en la ciudad de Bahía de Caráquez durante la pandemia Covid-19**

Strategies applied in the e-commerce at Tía supermarket in the city of Bahía de Caráquez during the Covid-19 pandemic

## **AUTORES**

Castro Robles Josselin Marlene

e1314704306@live.uleam.edu.ec

Demera Santana Gabriela Alexandra

e1314707306@uleam.edu.ec

e21006766952@uleam.edu.ec

Lucas Figuera María Yuliana

e1313673210@uleam.edu.ec

García Vera Katherine Victoria

e13140945914@live.uleam.edu.ec

**Estudiante del 9no semestre de la carrera de Ingeniería en Marketing**

Herrera Bartolomé Jenny Carolina, Mg.

jenny.herrera@uleam.edu.ec

**Docente Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo analizar las estrategias aplicadas en el comercio electrónico a lo largo del confinamiento en esta pandemia tomando como referencia el supermercado Tía. Se realizó un estudio a partir de la revisión bibliográfica de artículos científicos y revistas en función del método analítico-sintético que permitió el análisis y desarrollo del tema propuesto. Se exponen los cambios en el comportamiento del consumidor en cuanto a la compra de productos de primera necesidad que fueron los que tuvieron más demanda a lo largo del confinamiento y a su vez se desarrolla un análisis

antes, durante y post pandemia. De las 30 personas encuestadas, el 58.1% afirmó estar de acuerdo en recibir publicidad por medio de su e-mail y de esta forma conocer las promociones que aplicará la empresa por su sitio web. En este caso, las personas consideran que el mundo digital es un aporte para estar más cerca de la empresa y poder adquirir en los días de descuento. En cuanto a la seguridad al momento de comprar en el sitio web del almacén Tía, el 76.67% afirmó estar de acuerdo que la empresa cumple con ello, en este sentido, y, por causa de la pandemia, las personas han efectuado más compras a través de esta plataforma.

Palabras claves: Comercio Electrónico – confinamiento – comportamiento del consumidor - Supermercado Tía.

### **SUMMARY**

The objective of this research is to analyze the strategies applied in electronic commerce throughout the confinement in this pandemic, taking the Tía supermarket as a reference. A study was carried out from the bibliographic review of scientific articles and magazines based on the analytical-synthetic method that allowed the analysis and development of the proposed topic. Changes in consumer behavior regarding the purchase of basic necessities are exposed, which were the ones that were most in demand throughout the confinement, and an analysis is also developed.

before, during and post pandemic. Of the 30 people surveyed, 58.1% said they agreed to receive publicity through their e-mail and in this way know the promotions that the company will apply for its website. In this case, people consider that the digital world is a contribution to being closer to the company and being able to buy on discount days. Regarding security when buying on the Tía store website, 76.67% agreed that the company complies with it, in this sense, and, due to the pandemic, people have made more purchases from through this platform.

Keywords: Electronic Commerce - confinement - consumer behavior - Supermarket

# **Diagnóstico de mercado de Bahía de Caráquez para el fortalecimiento estratégico comercial de los negocios en tiempos de Covid-19**

Bahía de Caráquez market diagnosis for strategic commercial strengthening of businesses in times of covid-19

## **AUTORES**

Cagua López Jefferson Alberto  
e131788011@live.ulead.edu.ec

Castillo Condoy María Fernanda  
e1317973798@live.ulead.edu.ec

Farías Mendoza Liceth Carolina  
e1312588599@ulead.edu.ec

Panta Vite Iván Darío  
e1314772979@ulead.edu.ec

Pérez Alvarado José Manuel  
e1315587640@ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Herrera Bartolomé Jenny Carolina, Mg.  
jenny.herrera@ulead.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un diagnóstico de mercado municipal para el fortalecimiento comercial de los negocios de Bahía de Caráquez en tiempos de Covid-19 con la finalidad de reactivar la actividad empresarial y comercial en la zona objeto de estudio. Se utilizó el método analítico-deductivo en base a un previo análisis situacional del mercado en relación con las normativas de prevención que se establecieron para precautelar la seguridad y disminuir la propagación del virus Covid-19, percibiendo las estrategias de comercialización que se tuvieron que implementar para lograr sobresalir ante la crisis económica por la cual se vieron afectados. En el caso de los comerciantes encuestados, consideran que el 87% de los comerciantes no presencian la eficiencia

en la implantación de las medidas de bio-seguridad por parte del municipio hacia los comerciantes y clientes que acuden al establecimiento de manera diaria para mantener la debida seguridad tanto para ellos, como los clientes, así también, consideran en un 72% de los comerciantes están totalmente de acuerdo en que, es necesario continuar con la implementación de las normas de bioseguridad al momento de expender sus productos. En el caso de la percepción por parte del cliente ante el comerciante, consideran que el 24% está totalmente de acuerdo y 29% de acuerdo que la persona que le atiende debe estar correctamente vestido (usando camisa mangas largas, pantalón, zapatos cerrados y mascarilla) para poder comprar en ese lugar.

Palabras clave: Diagnóstico de mercado, fortalecer, reactivar, actividad, mercado, estrategias comerciales.

### **SUMMARY**

The objective of this research was to prepare a diagnosis of the municipal market for the commercial strengthening of the businesses of Bahía de Caráquez in times of Covid-19 in order to reactivate business and commercial activity in the area under study. The analytical-deductive method was used based on a previous situational analysis of the market in relation to the prevention regulations that were established to protect safety and reduce the spread of the Covid-19 virus, noting the marketing strategies that had to be implemented. to stand out in the face of the economic crisis by which they were affected. In the case of the surveyed merchants, they consider that 87% of the merchants do not witness the efficiency in the implementation of bio-security measures by the municipality towards the merchants and customers who come to the establishment on a daily basis to maintain the due security for both them and customers, as well, consider 72% of merchants fully agree that it is necessary to continue with the implementation of biosafety standards at the time of selling their products. In the case of the customer's perception of the merchant, they consider that 24% fully agree and 29% agree that the person who attends them must be properly dressed (wearing long-sleeved shirt, pants, closed shoes and a mask ) to be able to buy in that place.

Keywords: Market diagnosis, strengthen, reactivate, activity, market, commercial strategies.

# **Modelo de negocios basados en marketing digital en las redes sociales: un factor atenuante en la economía de Leonidas Plaza ante la pandemia Covid 19**

**Business model based on digital marketing in social networks: a mitigating factor in the economy of Leonidas Plaza in the face of the Covid 19 pandemic**

## **AUTORES**

Gilces Mendoza Leila Estefanía  
e1311578528@live.ulead.edu.ec

Adriana Julia López Deli  
e1314915495@live.ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Muñoz Chávez Jorge Armando  
jorge.munoz@uleam.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

La economía ha sufrido un cambio radical a partir de la pandemia, los negocios están en una etapa de adaptación, la presente investigación dio a conocer el déficit en el manejo de los negocios basados en marketing digital en redes sociales, el objeto de la investigación es dar a conocer estos tipos de modelos en Leónidas Plaza-provincia de Manabí-Ecuador que afecta la economía, basada en la investigación descriptiva que utiliza métodos cuantitativos y cualitativos, como la encuesta. Para el procesamiento del análisis de información se utilizó el software SPSS. Entre los principales resultados obtenidos se tiene los siguientes: se dio a conocer cuáles pueden ser los modelos de negocios basados en Marketing digital que son ser el futuro de esta nueva era tecnológica, lo cual le genere una reacción positiva a la economía. Se dio a conocer la factibilidad de la aplicación de los medios digitales en redes sociales como herramientas para adaptarse

a las nuevas necesidades a consecuencia de la Pandemia Covid19 propuso mejoras para que los negocios apliquen estas mejoras a sus microempresas tradicionales. Lo cual demostró que hay una falta de implementación de este tipo de modelos de negocios y esto ha perjudicado la economía y se consideró que se han cumplido los objetivos propuestos.

Palabras clave: modelo de negocio, marketing digital, redes sociales.

### **SUMMARY**

The economy has undergone a radical change due to Covid-19 Pandemic, businesses are in a stage of adaptation, this research revealed the deficit, in business management related to digital marketing and social networks, the purpose of the research is to publicize these types of models in Leonidas Plaza that affect the economy, considering a descriptive research and using quantitative and qualitative methods, such as the survey. SPSS software was used to process the information analysis. The fundamental results obtained were as follows: The business models based on digital marketing that could be the future of this new technological were revealed, generating a positive reaction to the economy. The feasibility of the application of digital media in social networks as tools to adapt to new needs as a result of the COVID pandemic was presented. COVID 19 proposed improvements for businesses to apply these improvements to their traditional micro-enterprises. This showed that there is a lack of implementation of this type of business model and this has damaged the economy and it was considered that the proposed objectives have been met.

Keywords: business model, digital marketing, social media.

# **Implementación de estrategias de marketing para mejorar la distribución y comercialización de la marca “Mixmate”**

Implementation of marketing strategies to improve the distribution and marketing of the “Mixmate” brand

## **AUTORES**

Green Domínguez Sofía Antonieta  
e1351751936@live.ulead.edu.ec

Hidalgo Zambrano Johanna Gabriela  
e1314775261@live.ulead.edu.ec

Márquez Paladines Yinyer Johanna  
e1726090259@live.ulead.edu.ec

Piloso Garcés Karina Estefanía  
e1313110981@live.ulead.edu.ec

Torres Plaza María José  
e1315624387@ulead.edu.ec

## **Estudiantes**

Carvajal Zambrano Gema Viviana MBA-MKT  
gema.carvajal@ulead.edu.ec

Iriarte Vera Edison Rafael, Mg.  
edison.iriarte@ulead.edu.ec

## **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01  
Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

El presente estudio se realizó con el objetivo de implementar estrategias de marketing para que Mixmate incremente las ventas y posicione la marca dentro del mercado, lograr un equilibrio entre este nuevo producto su distribución y comercialización, de los ya existentes en el mercado. Se desarrolló una indagación con métodos teóricos y empíricos para describir los datos que determinan la ejecución de las estrategias. Empleando el programa estadístico SPSS 21.0 como herramienta para medir la fiabilidad y validez de la encuesta. Se determinó como resultado de la investigación que el uso de la publicidad en las redes sociales es

fundamental para aplicar estrategias de marketing y que, de gran realce al producto, la mayoría de las empresas usan las plataformas en línea, promocionan los productos y los servicios que ofrecen, interactuando directamente con su público objetivo. Mix mate le corresponde asumir el reto de generar conocimientos que promuevan el deseo que adquirir algo que no se ve frecuentemente, hacer que el producto sea competitivo y mantengan una interacción con el cliente, entonces es aquí donde entra la gestión de calidad del producto.

Palabras claves: comercialización, publicidad, productos, desempeño.

### **SUMMARY**

This study was carried out with the objective of implementing marketing strategies for Mixmate to increase sales and position the brand in the market, to achieve a balance between this new product, its distribution and marketing, of those already in the market. An inquiry was developed with theoretical and empirical methods to describe the data that determine the execution of the strategies. Using the statistical program SPSS 21.0 as a tool to measure the reliability and validity of the survey. It was determined as a result of the research that the use of advertising on social networks is essential to apply marketing strategies and that, highly enhancing the product, most companies use online platforms, promote products and services they offer, interacting directly with their target audience. Mix mate is responsible for assuming the challenge of generating knowledge that promotes the desire to acquire something that is not seen frequently, make the product competitive and maintain an interaction with the customer, so this is where product quality management comes in.

Keywords: marketing, advertising, products, performance



## **La marca personal como recurso para las microempresas**

The personal brand as a resource for micro-enterprises

### **AUTORES**

Risco Delgado Lady Stefany

e1317942140@live.ulead.edu.ec

Ortiz Vite Angie Gabriela

e1313962993@live.ulead.edu.ec

Villamar Cedeño Erika Gabriela

e131314073584@live.ulead.edu.ec

Farías Cedeño Edwin Paul

e1312957556@live.ulead.edu.ec

### **Estudiantes**

Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, PhD.

lilia.villacis@ulead.edu.ec

### **Docente**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

La siguiente investigación fue establecer las marcas personales para fomentar los recursos de las microempresas, analizando las marcas personales, conocer la satisfacción de los clientes, diagnosticando los recursos como ventas indispensables para promover las microempresas. Para esta investigación se utilizó métodos y técnicas correspondientes a un enfoque cuantitativo

y descriptivo para lograr el respectivo análisis de los objetivos planteados. El método descriptivo presentado evaluó las características principales de los datos, apoyado en una indagación bibliográfica previa y en la información obtenida mediante una encuesta realizada a un grupo de 48 personas, la cual se interpreta en tablas estadísticas para

mostrar la importancia de una marca en los productos o servicios que ofrece una microempresa.

Dentro de la investigación, se estableció como aspecto relevante la concepción de una marca como elemento imprescindible y sobre todo diferenciador, dentro del marco personal o empresarial. Una marca es necesaria, para crear en el consumidor una idea clara y concreta, que confirme credibilidad en el producto o servicio y que lo motive a adquirirlo sin dudar. La solidez y la efectividad de una marca se intensifican día a día, siempre y cuando logre llegar al consumidor, comprendiendo sus necesidades y deseos.

Palabras claves: marca personal, recursos, microempresas.

### **SUMMARY**

The next investigation was to establish personal brands to promote the resources of micro-businesses, analyzing personal brands, knowing customer satisfaction, diagnosing resources as essential sales to promote micro-businesses. For this research, methods and techniques corresponding to a quantitative approach were used.

and descriptive to achieve the respective analysis of the objectives set. The descriptive method presented evaluated the main characteristics of the data, supported by a prior bibliographic inquiry and the information obtained through a survey conducted on a group of 48 people, which is interpreted in statistical tables to show the importance of a brand in the products or services offered by a microenterprise.

Within the investigation, the conception of a brand was established as a relevant aspect as an essential and above all differentiating element, within the personal or business framework. A brand is necessary to create a clear and concrete idea in the consumer, which confirms credibility in the product or service and motivates them to purchase it without hesitation. The strength and effectiveness of a brand intensify day by day, as long as it manages to reach the consumer, understanding their needs and desires.

Keywords: personal brand, resources, micro-businesses.

# **Manual de marca para el posicionamiento de Catanga como bien tangible ecológico y artístico**

Brand manual for the positioning of catanga as a tangible ecological and artistic good

## **AUTORES:**

Andrade Brito Ariana Talía  
e1315417475@live.uleam.edu.ec

Bailón Baird Mario Javier  
e1317961157@live.uleam.edu.ec

García Morán Estefanía Guadalupe  
e1314678937@live.uleam.edu.ec

Pallaroso Macías Estefanía Guadalupe  
e0707068656@live.uleam.edu.ec

Risco Hernández Leonardo Daniel  
e1313115675@live.uleam.edu.ec

## **Estudiantes**

Carvajal Zambrano Gema Viviana, MBA-MKT  
gema-carvajal@uleam.edu.ec

Pisco García Jenifer Doris, Econ.  
jenifer.pisco@uleam.edu.ec

## **Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

## **RESUMEN**

Siendo que un posicionamiento de marca apropiado sirve de guía para las estrategias de marketing porque transmite la particularidad de la marca, fija qué beneficios obtienen los consumidores con el producto o servicio, y manifiesta la manera distintiva en que

éstos son generado, se planteó como objetivo general aplicar una herramienta que permita determinar la relevancia de la construcción de un Manual de Marca en el posicionamiento de la marca Catanga como bien tangible ecológico y artístico. La metodología que se empleó fue la revisión bibliográfica con un alcance exploratorio y un enfoque cuantitativo, se aplicó el método hipotético deductivo, para la recolección de datos se empleó el método Delphi y se aplicó un cuestionario como herramienta dividida en dos partes considerando al público externo e interno de la marca. Como resultado se obtuvo que la población encuestada considera que la construcción de un Manual de Marca sólida fortalecerá el posicionamiento de la misma. Además, el público interno considera que dicha herramienta ayudará a la diferenciación de la marca con respecto a otras de la misma filosofía y que sería pertinente recibir una capacitación para el correcto uso de éste.

Palabras clave: Posicionamiento, marca, servicio, ecológico y artístico.

## **SUMMARY**

Since an appropriate brand positioning serves as a guide for marketing strategies because it transmits the particularity of the brand, establishes what benefits consumers obtain with the product or service, and manifests the distinctive way in which these are generated, the objective was raised In general, apply a tool that allows determining the relevance of the construction of a Brand Manual in the positioning of the Catanga brand as a tangible, ecological and artistic good. The methodology used was the bibliographic review with an exploratory scope and a quantitative approach, the hypothetical deductive method was applied, the Delphi method was used for data collection and a questionnaire was applied as a tool divided into two parts considering the external public and internal to the brand. As a result, it was obtained that the surveyed population considers that the construction of a solid Brand Manual will strengthen its positioning. In addition, the internal public considers that this tool will help to differentiate the brand with respect to others of the same philosophy and that it would be pertinent to receive training for the correct use of it.

Keywords: Positioning, brand, service, ecological and artistic.

## **Norma internacional de contabilidad de inventarios no. 2 y los tipos de compañías en la ciudad de Bahía de Caráquez**

International standard for inventory accounting no. 2 and the types of companies in the city of Bahía de Caráquez

### **AUTORES**

Mera Domínguez Victoria Alexandra  
e1313492454@live.ulead.edu.ec

Mero Pisco Gloria Rosalía  
e1315135164@live.ulead.edu.ec

Plaza Barberán Gema Monserrat  
e1312472333@live.ulead.edu.ec

Ponce Loo Daniela Andrea  
e1350940159@live.ulead.edu.ec

Meneses Macías María Magdalena  
e1312654328@live.ulead.edu.ec

Estudiantes

Nevárez Barberán José Víctor, Mg.  
jose.nevarez@ulead.edu.ec

**Docentes**

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre 1016E01**

**Bahía de Caráquez, Ecuador**

### **RESUMEN**

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar los registros contables y tributarios, así como el control y medición contable de los inventarios de acuerdo a la NIC 2 Inventarios para la correcta valoración de los mismos que ayudará en la toma de decisiones y en el crecimiento de la empresa; es la manera de evaluar constantemente el estado de sus finanzas y garantizar su rentabilidad. La importancia de llevar una correcta contabilidad en la empresa es tal que sin ella no sabrías cuánto dinero ingresa y sale de tu organización ni podrías planear para el crecimiento futuro. Las estrategias contables hacen posible monitorear el estado financiero de la organización y permiten elaborar los reportes de resultados y las proyecciones que guían el camino a seguir. El inventario es

un elemento importante para el desarrollo y crecimiento de las empresas, se requiere de un constante control tanto en la aplicación de las normas contables como en la gestión que se aplica a los mismos. Las empresas mantienen valores altos y gran cantidad de inventarios que dificulta su medición, por este motivo, es necesario el análisis del tratamiento contable de la NIC 2 y del control que permita detectar errores y proporcionar soluciones para obtener mejores resultados. Mediante este análisis se identificó que parte de los controles aplicados a los inventarios son aceptables, sin embargo, no todas las empresas cuentan con un instructivo que especifique las funciones del personal. Se espera que se realicen capacitaciones acerca de la norma para mejorar el conocimiento y aplicación de la NIC 2.

Palabras claves: NIC 2, inventarios, compañías,

#### **SUMMARY:**

The main objective of this study is to analyze the accounting and tax records, as well as the control and accounting measurement of inventories in accordance with IAS 2 Inventories for the correct valuation of the same that will help in decision making and in the growth of the company; it is the way to constantly evaluate the state of your finances and guarantee its profitability. The importance of keeping correct accounting in the company is such that without it you would not know how much money is coming in and going out of your organization, nor could you plan for future growth. Accounting strategies make it possible to monitor the financial state of the organization and allow the preparation of results reports and projections that guide the way forward. Inventory is an important element for the development and growth of companies, it requires constant control both in the application of accounting standards and in the management that is applied to them. Companies maintain high values and a large amount of inventories that make their measurement difficult, for this reason, it is necessary to analyze the accounting treatment of IAS 2 and the control that allows detecting errors and providing solutions to obtain better results. Through this analysis, it was identified that part of the controls applied to inventories are acceptable, however, not all companies have instructions that specify the functions of the personnel. Training on the standard is expected to improve knowledge and application of IAS 2.

Keywords: IAS 2, inventories, companies.

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí tiene entre sus funciones principales la investigación, cuyo eje central es la creación y transferencia de conocimientos, con la finalidad de mejorar la preparación y el bienestar de los estudiantes, esto implica iniciar investigaciones que analicen la evolución de los múltiples escenarios, donde todo cambia a ritmo vertiginoso, y establece vías de comunicación con el mundo laboral, organizacional y público para lograr transferir estos conocimientos.



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

ISBN: 978-9942-827-49-4



9789942827494