

# CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E  
ABRINDO CAMINHOS

DAVID GARCÍA MARTUL

(Organizador)

VOL II



EDITORA  
ARTEMIS

2021

# CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E  
ABRINDO CAMINHOS

DAVID GARCÍA MARTUL  
(Organizador)

VOL II



EDITORA  
ARTEMIS

2021



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição- Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comercial. A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

<b>Editora Chefe</b>	Prof. <sup>a</sup> Dr. <sup>a</sup> Antonella Carvalho de Oliveira
<b>Editora Executiva</b>	M. <sup>a</sup> Viviane Carvalho Mocellin
<b>Direção de Arte</b>	M. <sup>a</sup> Bruna Bejarano
<b>Diagramação</b>	Elisângela Abreu
<b>Organizadora</b>	Prof.Dr.David García Martul
<b>Imagem da Capa</b>	ciempies
<b>Bibliotecário</b>	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

### Conselho Editorial

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”, Cuba*  
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, *Universidade Federal de Uberlândia*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Amanda Ramalho de Freitas Brito, *Universidade Federal da Paraíba*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano, Peru*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Angela Ester Mallmann Centenaro, *Universidade do Estado de Mato Grosso*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla, Espanha*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carmen Pimentel, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Catarina Castro, *Universidade Nova de Lisboa, Portugal*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Neves, *Universidade Aberta de Portugal*  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, *Universidade Federal da Grande Dourados*  
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Carlos III de Madrid, Espanha*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Deuzimar Costa Serra, *Universidade Estadual do Maranhão*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, *Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal*  
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, *Universidade de São Paulo*  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, *Universidade Federal de Roraima*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional, Argentina*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca, Espanha*  
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República, Uruguay*  
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara, México*  
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona, Espanha*  
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, *Universidade Federal do Triângulo Mineiro*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis, Argentina*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, *Instituto Politécnico da Guarda, Portugal*  
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Iara Lúcia Tescarollo Dias, *Universidade São Francisco*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura, Peru*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Ivan Amaro, *Universidade do Estado do Rio de Janeiro*  
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío, Chile*



Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas  
 Prof. Me. Javier Antonio Alborno, *University of Miami and Miami Dade College, USA*  
 Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha, Espanha*  
 Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros  
 Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid, Espanha*  
 Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, Colômbia*  
 Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
 Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista  
 Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás  
 Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo  
 Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*  
 Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*  
 Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodriguez, *Universidad Santiago de Compostela, Espanha*  
 Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista  
 Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe  
 Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada, Espanha*  
 Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto  
 Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia  
 Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
 Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão  
 Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal  
 Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana "José Antonio Echeverría", Cuba*  
 Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras  
 Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense  
 Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras  
 Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia  
 Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará  
 Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí  
 Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí  
 Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia  
 Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*  
 Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal  
 Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal  
 Prof. Dr. Turpo Gebera Osbaldo Washington, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Peru*  
 Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa  
 Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande  
 Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
 Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Colômbia*

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
 (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C569 Ciências socialmente aplicáveis [livro eletrônico] : integrando saberes e abrindo caminhos: vol. II / Organizador David García Martul. – Curitiba, PR: Artemis, 2021.

Formato: PDF  
 Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
 Modo de acesso: World Wide Web  
 Inclui bibliografia  
 Edição bilíngue  
 ISBN 978-65-87396-45-3  
 DOI 10.37572/EdArt\_300821453

1. Ciências sociais aplicadas – Pesquisa – Brasil. I. García Martul, David.

CDD 300

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**



## PRÓLOGO – VOLUME II

La redacción de un prólogo nunca es una tarea fácil, más aún cuando se trata de la presentación de un libro de temática interdisciplinar y transdisciplinar en el campo de las ciencias sociales aplicadas. Es interdisciplinar porque los trabajos que aquí se presentan utilizan un amplio abanico de técnicas de investigación para investigar su objeto de estudio especializado. Así es común encontrar trabajos que por la técnica empleada podríamos pensar son propios de la Antropología y la Sociología. Sin embargo, por el objeto de estudio tratado nos ha parecido más pertinente situarlo en el campo de la Comunicación. Por tanto, hemos dado relevancia al objeto de estudio frente a la metodología investigadora para determinar el campo temático de cada trabajo.

También consideramos que **Ciências Socialmente Aplicáveis: Integrando Saberes e Abrindo Caminhos** es un libro transdisciplinar porque los resultados de las investigaciones son aplicables a muy distintos campos del conocimiento; es decir, una investigación sobre alfabetización mediática puede muy bien ser aplicada tanto al campo de la Educación como a los campos de la Comunicación y la Sociología.

Sin embargo, previa labor de preparación de este prólogo hemos llevado a cabo una labor de análisis de contenido temático de cada uno de los trabajos aquí presentados. Su resultado ha sido un índice desarrollado por un metódico trabajo de selección de los descriptores más acordes a la temática y objeto de estudio de cada capítulo. Para la selección de los descriptores hemos seguido una herramienta, consensuada por la comunidad internacional, como es el Tesouro de la UNESCO; pues en él, se presenta de forma homogénea y normalizada la manera de designar cada uno de los campos del conocimiento. Y si bien debemos considerar toda herramienta de descripción como condicionada por el contexto ideológico, plasmado por sus sesgos y matices socioculturales, de la institución que lo edita pero que aporta un instrumento de navegación por las distintas materias que conforman el mapa de conocimiento de nuestro libro.

Es pues con ello que hemos procurado, de forma estructurada y sistemática, facultar al lector para introducirse en los heterogéneos contenidos del libro de una manera progresiva, armónica y lógica.

En este **Volumen II** se incluyen trabajos en las áreas de Políticas Públicas-Gestión de Conflictos, Empresa-Marketing y Turismo. Se ha optado por el criterio de reunir materias relacionadas con el estudio del desarrollo de estrategias ligadas con actividades económicas.

En el campo de Políticas Públicas-Gestión de Conflictos incluimos ocho trabajos de investigación que tratan desde aspectos ligados con la aplicación de políticas de

gobernanza hasta aspectos más específicos acerca de la aplicación de la gestión política en situaciones de riesgo y conflictos.

El segundo bloque de materias en este volumen es el referido a trabajos relacionados más estrictamente con las iniciativas económicas y empresariales. En este bloque vemos cómo las políticas y estrategias empleadas en la gestión del ámbito de lo público pueden ser aplicadas en iniciativas empresariales y de marketing para la creación de una plusvalía en el sector privado. En este campo contamos con un primer grupo de trabajos ligados a la gestión corporativa. En un segundo grupo veremos herramientas empleadas en la aplicación de políticas corporativas y conductas del consumidor que pueden ser de interés para la más eficaz gestión de políticas corporativas, así como algunos casos prácticos de análisis en este sentido. Finalmente incluimos trabajos acerca del marketing como producto efectivo de las políticas de gestión corporativa.

Finalmente afrontamos un tercer y último bloque de seis trabajos en el campo del Turismo como actividad económica específica, con prácticas eminentemente empresariales sin menoscabo de las implicaciones que sobre la sociedad ejerce.

Esperamos que el presente volumen de **Ciências Socialmente Aplicáveis: Integrando Saberes e Abrindo Caminhos** les resulten de interés pues busca proporcionar una foto fija del estado de la investigación a través de un grupo heterogéneo de trabajos aplicados y previamente evaluados sobre distintos temas comprendidos en este campo. Con ello procuramos al mismo tiempo sugerir futuras líneas de investigación a desarrollar a partir de los textos aquí publicados para todas aquellas personas ligadas a la actividad académica.

**David García Martul**  
**Universidad Rey Juan Carlos**

## SUMÁRIO

### POLÍTICAS PÚBLICAS E GESTÃO DE CONFLITOS

#### **CAPÍTULO 1 ..... 1**

O DIÁLOGO ENTRE OS ATORES DO ESTADO E A SOCIEDADE CIVIL COMO FORÇA MOTRIZ DA GOVERNANÇA DA AML: REFLEXÕES A PARTIR DO PONTO DE VISTA DOS GOVERNOS MUNICIPAIS

João Martins de Oliveira Neto

Joaquim Manuel Croca Caeiro

Pedro Miguel Moreira da Fonseca

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214531](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214531)

#### **CAPÍTULO 2 ..... 19**

ESTUDO DE CASO DE UMA UNIDADE DE SAÚDE PÚBLICA MUNICIPAL NO INTUITO DE MELHORIA NO ATENDIMENTO A POPULAÇÃO

Priscila Marinho da Silva

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214532](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214532)

#### **CAPÍTULO 3 ..... 38**

AVALIAÇÃO E RESULTADOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS EM FAVOR DA PRODUÇÃO NACIONAL DE JOGOS DIGITAIS

Ueli Sonderegger Matos

João Victor Boechat Gomide

Juvêncio Braga de Lima

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214533](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214533)

#### **CAPÍTULO 4 ..... 64**

JUSTIÇA RESTAURATIVA COMO POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL DE SEGURANÇA CIDADÃ

Daniele Cristina Bahniuk Mendes

Nei Alberto Salles Filho

Thais Cristina dos Santos

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214534](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214534)

**CAPÍTULO 5 ..... 71**

O BENEFÍCIO DO AUXÍLIO-RECLUSÃO: REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE O BENEFÍCIO COMO POLÍTICA SOCIAL E COMO AGENTE EFETIVADOR DO PRINCÍPIO DA DIGNIDADE HUMANA

Tamara Rita Servilha Donadeli Neiva

Daniela de Figueiredo Ribeiro

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214535](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214535)

**CAPÍTULO 6 ..... 86**

ARBITRAJE DE CONFLICTOS Y DRAMA SOCIAL: APORTES DEL TRABAJO SOCIAL FORENSE EN SOCIEDADES DESIGUALES

Claudia Sandra Krmpotic

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214536](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214536)

**CAPÍTULO 7 ..... 96**

GESTIÓN DEL RIESGO PARTICIPATIVA COMO MEDIO HACIA LA TRANSFORMACIÓN ADAPTATIVA DE COMUNIDADES Y TERRITORIOS VULNERABLES. CASO CALETA SAN PEDRO, REGIÓN DE COQUIMBO, CHILE

Carmen Paz Castro Correa

Juan Pablo Sarmiento

Josefa Espinace

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214537](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214537)

**CAPÍTULO 8 ..... 108**

LA ORGANIZACIÓN DEL SOCORRO EN EL ACCIDENTE FERROVIARIO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

José Antonio Iglesias-Vázquez

Mario López-Pérez

Viviane Ferreira-Leite

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214538](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214538)

**GESTÃO, EMPRESAS E MARKETING**

**CAPÍTULO 9 ..... 125**

ANÁLISIS DEL ENFOQUE DE LA GERENCIA ESTRATÉGICA

Pablo Edison Ávila Ramírez

Alexandra Auxiliadora Mendoza Vera

Gina Gabriela Loor Moreira  
Martha Margarita Minaya Macías  
Janeth Virginia Intriago Vera  
Rubén Hernán Andrade Álvarez  
Milton Geovanny Zambrano Rivera  
Henry Marcelino Pinargote Pinargote  
Jhonny Antonio Ávila Ramírez

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_3008214539](https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214539)

**CAPÍTULO 10 ..... 141**

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: INFLUÊNCIAS DO TEMA NA  
FORMAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Giovana Cristina Pavei  
Robson Freire

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145310](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145310)

**CAPÍTULO 11.....160**

A GESTÃO DA MUDANÇA NO MERCADO DE TRABALHO

Maria dos Anjos Pereira  
Elisete Martins

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145311](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145311)

**CAPÍTULO 12..... 172**

A ESCOLHA DE UMA UNIVERSIDADE VISTA SOB O PRISMA DA TEORIA DO  
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Vera Lucia Telles Scaglione  
Lizika Pitpar Goldchleger

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145312](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145312)

**CAPÍTULO 13.....186**

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ACADÉMICA - ADMINISTRATIVA DE LA EDUCACIÓN  
SUPERIOR DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA POLÍTICA. CASO DE  
ESTUDIO: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Carlos Benjamín Ricaurte Yépez  
Grace Maribel Parra Vintimilla  
Oscar Iván Granizo Paredes  
José Manuel Pozo Rodríguez

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145313](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145313)

**CAPÍTULO 14 .....201**

ECONOMIAS À ESCALA E A IMPORTÂNCIA DO CAPITAL HUMANO NO SECTOR DE MOLDES EM PORTUGAL: UMA ABORDAGEM MICRO COM DADOS EM PAINEL

Fátima Diniz

Elias Soukiazis

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145314](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145314)

**CAPÍTULO 15..... 227**

OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE - DA TEORIA À PRÁTICA: O CASO PILARES DA SAÚDE

Manuel Aníbal Correia Monteiro

João Paulo Peixoto

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145315](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145315)

**CAPÍTULO 16 .....241**

RETRATOS DO MUNDO CORPORATIVO: TECENDO REFLEXÕES A PARTIR DA ANÁLISE DE FILMES

Felipe Gouvêa Pena

Juliana Oliveira Braga

Miriam de Fátima Moreira Felício Braga

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145316](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145316)

**CAPÍTULO 17..... 252**

ANÁLISE ENVOLTÓRIA DE DADOS - O MELHOR MODELO PARA ANÁLISE DE BALANÇO

Moises da Silva Martins

Rosane Aparecida Ferreira Bacha

Edilene Mayumi Murashita Takenaka

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145317](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145317)

**CAPÍTULO 18..... 266**

A MORE EFFECTIVE AUDIT AFTER COSO ERM 2017 OR AFTER ISO 31000: 2009?

Alcina Augusta de Sena Portugal Dias

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145318](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145318)

**CAPÍTULO 19 ..... 278**

TRANSTORNO DE COMPRA COMPULSIVA (TCC): ATUALIZANDO A LITERATURA SOBRE OS COMPRADORES COMPULSIVOS SOB A ÓTICA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Rafael Moreira Guimarães

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145319](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145319)

**CAPÍTULO 20..... 300**

RETAILBALL - UMA CHAVE PARA O SUCESSO

Maria Clara Luxo Correia

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Nuno Fortes

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145320](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145320)

**CAPÍTULO 21..... 318**

IMÓVEIS CORPORATIVOS NA CIDADE DE SÃO PAULO: TENDÊNCIAS DO MERCADO

João da Rocha Lima Jr.

Carolina Andrea Garisto Gregório

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145321](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145321)

**CAPÍTULO 22..... 328**

AVALIAÇÃO SOCIOECONÔMICA DE FAMÍLIAS PRODUTORAS DE MARACUJÁ BRS PÉROLA DO CERRADO RESIDENTES NO ASSENTAMENTO OZIEL ALVES III

Marco Aurélio de Carvalho Vieira e Silva

Ana Maria Costa

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145322](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145322)

**CAPÍTULO 23..... 346**

HOME BIAS - OS CONDICIONALISMOS AO INVESTIMENTO ALÉM FRONTEIRA

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Elisabete Duarte Neves

João Soares

Rute Mendes

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145323](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145323)

**CAPÍTULO 24.....365**

RENAULT - EXPANSÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DA MARCA NO BRASIL

Hugo Faria

Maria Madalena Eça de Abreu

Lara Sofia Mendes Bacalhau

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145324](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145324)

**CAPÍTULO 25.....372**

ORGANO GOLD & OG CARES FOUNDATION – “EVERYONE DESERVES A CHANCE”,  
GIVE BACK – UM CASO DE MARKETING EMPRESARIAL E MARKETING SOCIAL DE  
MÃOS DADAS

Joana Rodrigues

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145325](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145325)

**CAPÍTULO 26.....387**

MARKETING DIGITAL – PASSADO, PRESENTE E FUTURO – AS TENDÊNCIAS E O  
CASO DA ICLIO

André Viegas

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145326](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145326)

**CAPÍTULO 27 .....401**

TIMWE – UM PARCEIRO DIGITAL DE SUCESSO NO MARKETING SOCIAL-PÚBLICO  
E EMPRESARIAL

Sónia Rocha

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145327](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145327)

**CAPÍTULO 28.....416**

E-COMMERCE: A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO COMPORTAMENTO DE  
CONSUMO

Carmelinda Parizzi

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145328](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145328)

**CAPÍTULO 29..... 428**

A CULTURA TURÍSTICA COMO MINIMIZADORA DOS IMPACTES NEGATIVOS DO TURISMO

Cecília de Melo Correia Baptista  
Luís Manuel Mota dos Santos Figueira

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145329](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145329)

**CAPÍTULO 30 ..... 448**

EMPREENDEDORISMO RURAL E APOIO INSTITUCIONAL: O CASO DE ESTUDO DE UMA ALDEIA NO INTERIOR DE PORTUGAL

Maria Lúcia de Jesus Pato

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145330](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145330)

**CAPÍTULO 31..... 463**

DINÂMICAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA SERRA DE MONTEMURO

Teresa Sequeira

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145331](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145331)

**CAPÍTULO 32 ..... 482**

A CARTA GASTRONÓMICA DA REGIÃO DA COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DAS BEIRAS E SERRA DA ESTRELA COMO INSTRUMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO GASTRONÓMICO NUMA REGIÃO DO CENTRO DE PORTUGAL

Cristina Rodrigues  
Adriano Costa  
Anabela Sardo

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145332](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145332)

**CAPÍTULO 33..... 502**

E-TURISMO: HERRAMIENTA CLAVE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ECUADOR

Pablo Edison Ávila Ramírez  
Alexandra Auxiliadora Mendoza Vera  
Gina Gabriela Loor Moreira  
Martha Margarita Minaya Macías  
Janeth Virginia Intriago Vera

Renelmo Wladimir Minaya Macías  
Rocio Alexandra Mendoza Villamar  
Jhonny Antonio Ávila Ramírez  
Milton Geovanny Zambrano Rivera  
Henry Marcelino Pinargote Pinargote

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145333](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145333)

**CAPÍTULO 34 ..... 515**

**TURISMO SEXUAL EN MÉXICO, ENFOQUE CRIMINOLÓGICO**

Martha Fabiola García-Álvarez  
Luz Adriana Nápoles-Durán  
Carla Monroy-Ojeda  
Dante Jaime Haro-Reyes  
Jorge Humberto Medina-Villarreal

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_30082145334](https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145334)

**SOBRE O ORGANIZADOR ..... 526**

**ÍNDICE REMISSIVO ..... 527**

# CAPÍTULO 33

## E-TURISMO: HERRAMIENTA CLAVE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ECUADOR

Data de submissão: 20/06/2021

Data de aceite: 09/07/2021

### **Pablo Edison Ávila Ramírez**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen -Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0001-7730-2128>

### **Alexandra Auxiliadora Mendoza Vera**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0003-1805-4405>

### **Gina Gabriela Loor Moreira**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-7283-5504>

### **Martha Margarita Minaya Macías**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0003-2406-8192>

### **Janeth Virginia Intriago Vera**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-5539-2940>

### **Renelmo Wladimir Minaya Macías**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-0418-6864>

### **Rocio Alexandra Mendoza Villamar**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-1277-7162>

### **Jhonny Antonio Ávila Ramírez**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0003-4993-8780>

### **Milton Geovanny Zambrano Rivera**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-6089-0792>

### **Henry Marcelino Pinargote Pinargote**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
El Carmen –Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0001-8871-3651>

**RESUMEN:** El objetivo de esta investigación es realizar una revisión documental acerca del E-Turismo en el Ecuador, para tal efecto la metodología utilizada tiene un enfoque cualitativo y el proceso investigativo es descriptivo – explicativo. El uso del internet abre oportunidades para cualquier tipo de negocio, la comodidad del cliente o consumidor siempre será una prioridad, por lo tanto los negocios electrónicos están a la vanguardia para que las empresas sean competitivas. Así como existen las empresas comerciales que ofertan sus productos en línea también

hay las empresas turísticas, las cuales se dedican a gestionar factores productivos para convertirlos en bienes de consumo o servicios con el fin de satisfacer las demandas del cliente. La importancia y la necesidad de utilizar el turismo electrónico, es que ayuda a mejorar las actividades tradicionales o costumbres practicadas en el negocio, siendo una alternativa de estrategia empresarial que puede ser aplicada en las pequeñas y medianas empresas, además ayuda a mejorar los procesos de gestión, organización y control al momento de tomar decisiones para que éstas actúen de manera eficiente, sin quedar atrás el aporte económico y de prestigio que brindan a un lugar, sector o nación. En el Ecuador el Ministerio de Turismo ha sido de gran soporte para la adopción de ésta herramienta tecnológica.

**PALABRAS CLAVES:** Turismo. Tecnología. Comunicación. Información. Globalización.

## E-TOURISM: KEY TOOL FOR TOURISM DEVELOPMENT IN ECUADOR

**ABSTRACT:** The objective of this research is to carry out a documentary review about E-Tourism in Ecuador, for this purpose the methodology used has a qualitative approach and the investigative process is descriptive - explanatory. The use of the Internet opens opportunities for any type of business, the comfort of the client or consumer will always be a priority, therefore electronic businesses are at the forefront for companies to be competitive. Just as there are commercial companies that offer their products online, there are also tourism companies, which are dedicated to managing production factors to convert them into consumer goods or services in order to satisfy customer demands. The importance and the need to use e-tourism is that it helps to improve the traditional activities or customs practiced in the business, being an alternative business strategy that can be applied in small and medium-sized companies, it also helps to improve the processes of management, organization and control when making decisions so that they act efficiently, without being left behind the economic and prestigious contribution they provide to a place, sector or nation. In Ecuador, the Ministry of Tourism has been of great support for the adoption of this technological tool.

**KEYWORDS:** Tourism. Technology. Communication. Information. Globalization.

## 1 INTRODUCCIÓN

Desde hace décadas, el turismo ha tenido cambios significativos, experimentando un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse actualmente en un fenómeno económico y social que va en expansión en todo el mundo. El turismo a nivel mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo de sus pueblos y por ende de sus habitantes, ellos los encargados de que los visitantes vivan experiencias agradables. El turismo mundialmente está en un número creciente, ofertando nuevos destinos, su crecimiento se debe al apoyo que ofrece la WEB y todo lo que le rodea, siendo el principal medio de promoción turística y servicios complementarios, quien no esté presente no existe, de ahí los inicios del turismo electrónico o e-turismo.

El turismo electrónico, beneficia a los consumidores que hoy en día buscan obtener información sobre lugares turísticos que ofrece un país, estableciéndolo como una actividad económica sostenible lo que ha ayudado a generar estrategias de desarrollo y un mejoramiento continuo dentro del país.

Ecuador no se podía quedar atrás, es un país pequeño desde el punto de vista geográfico, pero cuenta con la majestuosidad de sus cuatro regiones, donde la naturaleza, el clima y la biodiversidad son las mejores combinaciones para hacer turismo, tiene sus encantos costeros y hermosas playas, la particularidad de sus cordilleras y volcanes, lo maravilloso de la fauna y la flora lo brinda la Amazonía y cuenta con la mejor reserva marina que rodea a las Islas Galápagos. A pesar que el país estando en su mejor auge turístico se vio afectado por un movimiento sísmico que se produjo en las costas, con magnitud 7.8 en la escala de Richter, el Ministerio de Turismo (Mintur) se apoyó de las herramientas que ofrece hacer turismo en línea para resurgir con mayor fuerza, y otras estrategias publicitarias como lo describe a continuación este documento.

## 2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) de las Naciones Unidas, el turismo es:

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser turistas o excursionistas: residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*.

La base que sustenta todo el negocio del turismo depende en primera instancia de un factor clave que son las personas, siendo éstos los que demanden un producto y otros quienes lo proporcionen, este tipo de personas tienen algo en común que es muy importante como es “la satisfacción de necesidades y deseos”, este objetivo llega a tener éxito cuando hay la posibilidad de trabajar en equipo donde todos se preocupen por el bienestar y confort del turista o huésped.

### 2.1 TURISMO ELECTRÓNICO

El también conocido e-Turismo, puede definirse como el análisis, diseño, implementación y aplicación de soluciones, mediante las tecnologías de la Información y las comunicaciones (TIC) y el uso del comercio electrónico en la industria hotelera, de viajes y turística en general. El e-Turismo es la gran oportunidad, es la ventana abierta a

todos en igualdad de condiciones. Antes de la creación o desarrollo de internet como herramienta para ofrecer servicios, organizar viajes era como una tarea un poco difícil, encontrar los lugares en algunos directorios o ir a las agencias y comprar paquetes y tour les impedía a las personas organizarse de acuerdo con sus necesidades (Llamas, 2011).

Villar (2001) manifiesta que:

El comercio electrónico facilita a los usuarios adquirir productos o servicios sin tener que trasladarse, la comodidad de recibir los artículos en el domicilio, así como la posibilidad de buscar ofertas por todo el mundo y no sólo en su localidad o alrededores.

Hoy internet permite viajar y viajar fácilmente ya que se tiene opciones y muchas herramientas disponibles, por ejemplo, el tema de los hoteles hoy se puede ingresar por la página web hacer las reservas de acuerdo con el tiempo que las personas quiere estar en cada uno de los lugares y desde ya conociendo los servicios que le prestarán.

## 2.2 TURISMO ELECTRÓNICO A NIVEL GLOBAL

Los sistemas y tecnologías de información, permiten a las empresas mejorar su eficiencia interna, desarrollar su capacidad de comunicación con el exterior, establecer acuerdos con otras empresas y participantes. Así como existen las empresas comerciales también hay las empresas turísticas, las cuales se dedican a gestionar factores productivos para convertirlos en bienes de consumo o servicios con el fin de satisfacer las demandas del cliente.

Se conoce que el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan las personas en distintos lugares del mundo, por diferentes motivos, ya sea por negocios, estudios, vacaciones, entre otros. Al hablar del turismo electrónico a nivel global podemos decir que actualmente, el internet ofrece poderosos instrumentos de publicidad para cualquier empresa, así como para el turismo electrónico, lo cual lleva a que personas que están en un país, puedan conocer otros lugares ya sea de forma nacional o internacional.

“El crecimiento del turismo electrónico queda confirmado a través del último informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que reveló que cerca de un 60% de los consumidores buscan información sobre destinos y ofertas turísticas a través de la Red.” (E., 2013)

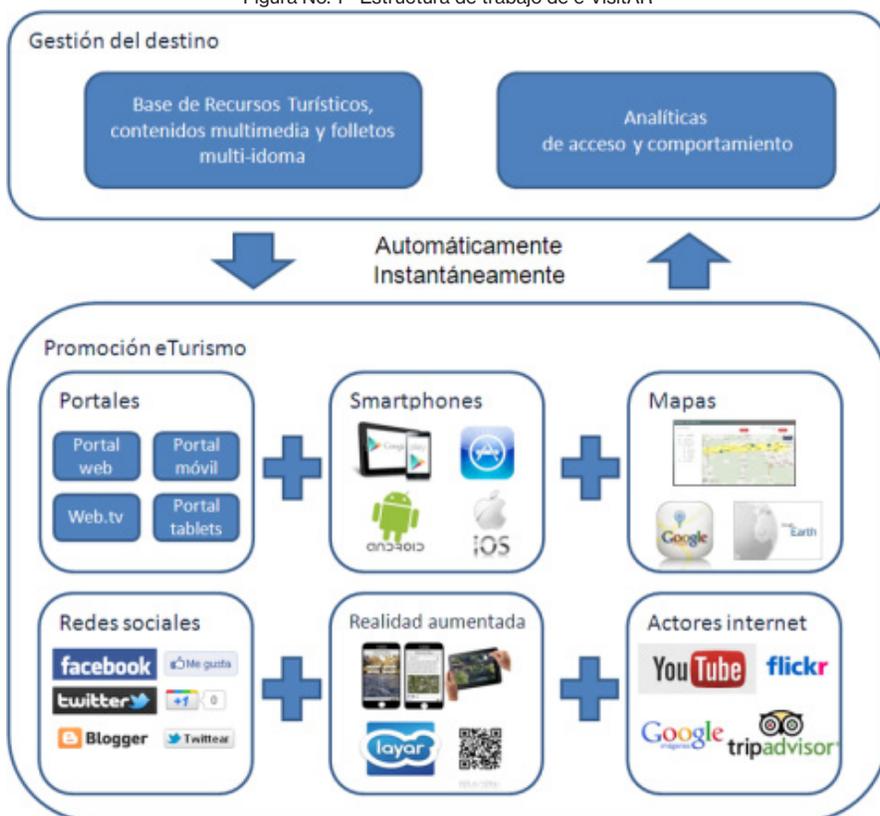
## 2.3 PLATAFORMAS QUE APOYAN EL DESARROLLO DEL eTURISMO

- **eVisitAR:**

Es una consultora de ingeniería de software española con 25 años de existencia en el mercado que ofrece una potente plataforma SaaS orientada al *eTurismo* para Destinos

Turísticos. Su objetivo es integrar y compartir los contenidos y recursos del Destino con las herramientas y componentes más importantes que conforman el panorama actual de Internet y la movilidad.

Figura No. 1 - Estructura de trabajo de e-VisitAR



Fuente: (eVisitAR, 2017)

Localmente Ecuador cuenta con plataforma eTurismo, como iniciativa de apoyo al sector turístico por el Ministerio de turismo llamada “Vivir Ecuador”.

- **Vivir Ecuador**

El Ministerio de Turismo y la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) dieron a conocer la primer plataforma social “Vivir Ecuador”, una comunidad virtual exclusiva de los becarios ecuatorianos que contiene información turística, fotografías y las mejores experiencias que se pueden vivir en Ecuador, para compartir a nivel mundial.

La dinámica de esta plataforma social, desarrollada por el MINTUR, es muy parecida a un juego virtual en el cual se debe desbloquear un sinnúmero de etapas con las que se asignará una nueva misión para escalar posiciones, de esta manera ganarán

un puntaje que acredite una insignia como: Bandera Tricolor, Chef Ecuatorial, ¡Soy Ecuatoriano!, Escritor de Historias, Detective Nacional, Mi familia, entre otros (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017).

## 2.4 CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO ELECTRÓNICO

La principal característica en el que se enfoca el turismo electrónico, es el de suministrar información al turista para que participe activamente en el proceso de selección, es decir permite planificar las vacaciones según el deseo, gusto o preferencia de los turistas, el e-turismo es la herramienta que se preocupa de mantener y mejorar la calidad de sus mensajes, contenidos, recursos, fotos, videos, rutas, ofertas, actualmente diseñan los recorridos, paquetes de viajes, alojamiento o transporte haciendo un paquete propio de la información que presenta cada agencia turística.

La facilidad hoy en día se encuentra enfocada en el turismo online, por el incremento de las ventas que se eleva cada día más, en donde el cliente está directamente en contacto con la agencia de turismo, evitando costos de comisiones e impuestos establecidos por distribuidores internacionales.

Burkat y Medlik (1981) consideran que el “turismo online facilita la combinación del negocio turístico con otras actividades comerciales, que sirva como nexo de unión entre los clientes”

El turismo virtual ofrece variedad de información en base al negocio, ofertas y productos que existen en el mercado global con el único fin de satisfacer al cliente y así las empresas turísticas puedan mantenerse en la competencia actual, desarrollando estrategias únicas las mismas que sean de mucha utilidad para la empresa.

## 2.5 IMPORTANCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL TURISMO

El turismo electrónico facilita un mayor y mejor conocimiento de los gustos que tiene el cliente permitiendo que las empresas turísticas sean más personalizadas (ejemplo: Hotel Trivago, se dedica a brindar ofertas de hoteles acorde a las posibilidades del pago y lugar de cada consumidor), disminuyendo costos y aumentando la efectividad.

El comercio electrónico se plantea como una alternativa innovadora, cuando se debe aplicar a partir de una reflexión estratégica sobre cómo servir mejor al cliente final, que actividades llevar a término y cómo organizar mejor las actividades de la empresa para lograr los objetivos, siendo necesario crear valor añadido durante todo el proceso (Canals, 2015). También se puede confirmar que gracias a la aparición del turismo electrónico está provocando importantes cambios estructurales. Por ello, las empresas

turísticas deben adaptarse a la nueva situación y aprovechar al máximo las posibilidades que ésta distribución ofrece, relacionado en la reducción de coste y elección del cliente.

## 2.6 EL VALOR DE LA INFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

En la actualidad las empresas turísticas se ven afectadas por los cambios rápidos que afectan la forma de negocio y competencia entre las empresas. La consecuencia de esto es, que se debe disponer de información valiosa para mejorar la gestión del servicio, tomar decisiones que involucren un menor nivel de riesgo y desarrollar estrategias para obtener ventajas frente a la competencia. Las estrategias surgen de la información valiosa que la empresa tiene, además de las ideas y aportaciones de varias personas que involucran el departamento encargado. La información de la industria turística es vital para el desarrollo de la misma, además de tener esa esencia de actividad turística que caracteriza a la empresa o al lugar. Es importante que el tipo de información sea diversa, precisa y oportuna con información relevante, para que el cliente o usuario tenga claro lo que está observando, y lo que quiere. Cada uno de estos detalles son importantes al momento de hacer electrónico todo aquello que promocioe el turismo, ya sea de un lugar, de una cultura o simplemente de las maravillas que existen alrededor del mundo.

## 2.7 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL TURISMO ELECTRÓNICO

La publicidad en internet es un impulso turístico, marketing online, comercio electrónico y posicionamiento web, son las estrategias actuales que una empresa o un país busca para promocionar el Turismo y establecer una economía estable que beneficie al mismo.

Así mismo, como tiene sus ventajas obviamente existe una serie de barreras frente al desarrollo del comercio electrónico, sus principales inconvenientes podrían ser:

- **Seguridad:** Cuando al medio de pago hace referencia a la privacidad de datos del cliente, puede haber encriptación de datos.
- **Dificultad de localizar a las agencias turísticas virtual:** Esto es dado a la variedad de contenidos que hay en el sitio web, también a la inexperiencia al uso de red.
- **Dificultad al realizar proceso de compras:** Cuando existen formularios complejos de información en el sitio web, pero este tipo de barrera ya está desapareciendo gracias a los protocolos de comercio que se desarrolló, en lo que establece que se debe cumplir con dos modalidades primero: *la utilidad*, que se permita al usuario cumplir con sus objetivos y *segundo: la usabilidad* que ésta sea sencilla de utilizar.

Las comparaciones que existen entre ventajas y desventajas ayudan a determinar la importancia del turismo electrónico para las organizaciones y el correcto uso de ésta herramienta estratégica. La finalidad de toda empresa dedicada a brindar este tipo de servicio es llegar a tener millones de consumidores.

## 2.8 ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA

El MIRTUR, busca volcar todo el esfuerzo para avanzar firmes en la construcción de una conciencia turística que se propague rápidamente, entre todos los ecuatorianos y que produzca una ola gigantesca de apoyo en cada una de las acciones emprendidas. Esta Secretaría de Estado está avanzando en un proceso único -e irreversible- al que día a día buscamos enriquecer con la participación de cada uno de los ecuatorianos, pues trabajan desde el 2015 en la calidad turística para convertirse en el 2018 en la primera fuente de ingresos no petroleros, y, para duplicar los ingresos por concepto de turismo en el 2020.

Figura No. 2 - Posición del turismo en la economía.



Fuente: (Ecuador potencia turística, 2016)

En el tercer trimestre del 2016, con más de 1.075 millones de dólares en ingresos, terminando el año con 1.449,3 millones de dólares, el turismo continuó como la tercera fuente de ingresos no petroleros detrás del banano y camarón, contribuyendo de manera directa con el 2,1% del PIB nacional y de manera indirecta con el 5,1%, acorde a la información publicada por la WTTC (World Travel and Tourism Council). Sin duda, Ecuador tiene más de mil razones para ser una potencia turística y un destino de clase mundial. El Ministerio ha impulsado campañas como **Viaja Ecuador Primero**, para motivar a los ecuatorianos a disfrutar de un país diverso y acogedor, que paso a paso, gana cada vez más relevancia en la vitrina internacional (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017).

## 2.9 ACONTECIMIENTOS QUE TRUNCAN EL DESARROLLO DEL TURISMO

El 16 de abril del 2016, el país sufrió una catástrofe natural que atacó con más fuerza a las costas Ecuatorianas, lo cual llevo a que al principio las personas se alejarán un poco en el sector turístico, pero a pesar de aquello Ecuador se levantó y el sector turístico del país experimento una mejoría a partir de agosto del 2016, luego de las secuelas que dejó el Terremoto, el feriado por el 10 de agosto y los cinco días de asueto a inicios de noviembre cambiaron lo que habría sido una baja para este sector.

Según datos del portal de cifras turísticas del Ministerio de Turismo, los extranjeros que dejaron de llegar al país en lo que consiste al 2016 han sido básicamente de Colombia y Perú. Y así lo reconoció el ministro, Fernando Alvarado, en octubre pasado, cuando se desarrollaba Hábitat III. Efectivamente se volvió un país más caro que los vecinos... Los estadounidenses no han dejado de visitar, algo que no sucedió con los colombianos y peruanos” (Ecuador potencia turística, 2016).

## 2.10 E-TURISMO EN ECUADOR

Con la evolución de las nuevas tecnologías Informáticas, de comunicación, el alcance del internet y el comercio electrónico, ha llevado a que el sector turístico en el Ecuador, también se involucre en estas nuevas herramientas para mejorar la gestión empresarial y promocionar el país y sus lugares atractivos. Por ello se ha visto la necesidad de integrarse en esta nueva tendencia de desarrollo que hace que las empresas de diferentes tipos se den a conocer y así crecer en producción y visitas.

En el pasado Ecuador fue uno de los países pioneros en acceder al servicio de internet esto sucede en el año 1989, pero con el pasar del tiempo las cosas cambiaron, ya que terminó listándose en los últimos lugares en América Latina que tenía acceso a este servicio, debido a ciertas circunstancias de infraestructura básica para la instalación o acoplamiento del internet, en varias zonas del país especialmente en las rurales y urbanas marginales no existían los servicios básicos, como es la luz eléctrica, telefonía móvil o fija y ni hablar del servicio de internet. Actualmente, este inconveniente se está mejorando, ya que el gobierno ha implementado diferentes planes y programas tales como el de Desarrollo de las Telecomunicaciones del Ecuador, acceso al servicio telefónico móvil y fijo, Telecentros Comunitarios y el de Internet Para Todos, entregando infraestructura básica para el desarrollo de las telecomunicaciones.

Según publicación de El Telégrafo (2014) en la que indica que:

En Ecuador, más del 60% de los pagos por hotelería se realizan con tarjetas de crédito, no necesariamente para diferir los pagos, sino para evitar llevar efectivo.

Al pagar con dinero electrónico, el hotelero y el cliente ahorrarán la comisión que les cobra la tarjeta de crédito y encarece el servicio al usuario a la vez que disminuye la utilidad al hotelero, se evita el endeudamiento innecesario de las personas, el sector poblacional que no está bancarizado ni digitalizado se torna en un potencial cliente y habrá que buscar las formas de llamar su atención.

Para hacer turismo en Ecuador se ofrecen muchas opciones ya sea de climas, regiones, deportes y variedad de lugares como de flora y fauna. Existen varias páginas web que muestran y ofrecen la belleza del país entre ellas está [www.ecuador-turistico.com](http://www.ecuador-turistico.com) la misma que muestra una gran variedad de ciudades, destinos turísticos y entre otros. A continuación se detalla una a una las 4 regiones turísticas y culturales que tiene el Ecuador.

- **Turismo en la Región Costa**

Litoral Ecuatoriano una las provincias más exóticas del Ecuador por su diversidad en gastronomía y costumbres sus playas, llanuras, colinas, elevaciones, etc. Siendo uno de los lugares más hermosos por los diversos lugares turísticos que posee.

La Costa es unos de los lugares turísticos muy visitados por los turistas nacionales y extranjeros ya que cuenta con su propia página web, la cual es muy visitada por los consumidores en la que se refleja variedad de información como: destinos turísticos, gastronomía, hospedaje, etc. Lo que permite obtener un desarrollo económico estable y fructífero para el país.

- **Turismo en la Región Sierra**

En aquella región se encuentra la capital del Ecuador, “Quito” la misma que se fundó sobre las ruinas de una ciudad inca, esta ofrece todo lo que un viajero moderno pueda necesitar para realizar un hermoso alojamiento teniendo lugares relevantes como los Monasterios de San Francisco y Santo Domingo. Esta enorme ciudad se extiende por un fabuloso valle andino rodeado de picos volcánicos.

En la ciudad de Baños-Ecuador esta ciudad es una de las más activas en Ecuador y en el margen de la jungla, Baños es un destino turístico cada vez más populares para relajarse en las piscinas de aguas termales que se originan por medio de un volcán, también se puede realizar actividades extremas y un sin número de aventuras en esta ciudad.

Cuenca-Ecuador, es donde se enfocan en el arte, es la tercera ciudad más grande del país y de la capital de la provincia de Azuay, al turista aparte de su paisaje, le gusta la creatividad que tienen sus habitantes, especialmente en la elaboración de las hermosas artesanías típicas del Ecuador, tales como: suéteres de Otavalo, instrumentos musicales andinos tradicionales, los sombreros de Panamá, joyas, cerámicas y tejidos de punto, entre otros, las mismas que se pueden encontrar en el céntrico artesanal “Casa de la mujer”. Gracias al turismo electrónico estas Ciudades se prestan para brindar bienes y

servicios para que disfruten los turistas descanso o nuevas experiencias están siendo muy visitadas por sus hermosos paisajes, lugares turísticos, tradiciones o costumbres de cada una de ellas.

- **Turismo en la Región Amazónica**

Región conocida también como “oriental” está formada por seis provincias, caracterizado por bellos paisajes, cascadas impresionantes, culturas ancestrales y sitios rodeados de bosques, que permiten al visitante realizar deportes extremos y turismo de aventura. Gran parte de esta región está protegida como los parques y reservas, la más conocida es la del “Yasuni” la cual también es una atracción turística para los turistas, ya que es reconocida por su extraordinaria y única biodiversidad.

La cultura de esta región es muy importante y también atractiva para muchos y al darlas a conocer a las personas que visitan el país les llama la atención conocer cada una de ellas y visitarlas como también involucrarse en ellas. En Ecuador coexisten 14 nacionalidades, de las cuales diez pertenecen a la región amazónica: Shuar, Achuar, Siona, Secoya, Cofan, Waorani, Shiwiar, zapara, Andoa y Kichuas amazónicos; sin considerar los grupos no contactados Tagaeri y Taromenane, que son un clan de los Waorani. La Amazonía, es el hogar de especies invaluable, que alberga la mayor diversidad de animales y plantas por kilómetro cuadrado del mundo.

- **Turismo en Galápagos**

Galápagos es una de las maravillas del mundo, en 1986 el mar que rodea a las isla fue declarado reserva marina, es por esto que la Unesco incluyó a la región insular Galápagos en la lista de Patrimonio de la Humanidad. El Archipiélago de Galápagos es unos de lugares con mayor atracción científica y turística en el Ecuador, esto se debe por ser uno de los lugares más famosos del país, ya que cuenta con su propia página web en la cual se relata la historia más importante de la isla y a su vez, se promocionan todos los atractivos turísticos, su gastronomía, hospedajes, tours, con los que cuenta la isla.

El turismo electrónico es lo que ha permitido a la isla Galápagos ubicarse en unos de los atractivos turísticos más importante del mundo, permitiendo que esta sea visitada por muchos turistas por la calidad de información que se refleja en la página web.

## 2.11 ¿CÓMO POTENCIAR EL TURISMO ELECTRÓNICO EN ECUADOR?

Ecuador un país rico en vegetación tanto en flora como en fauna y arte cultural. Una de las formas más prácticas para dar a conocer a los demás países del mundo acerca de las diversidades que ofrece el Ecuador en cada una de las cuatro regiones como lo

son: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos es promocionando dichos lugares mediante una agencia de viajes y turismo electrónico que le permita al cliente conocer todos los lugares turísticos, emblemáticos, culturales que ofrece el país, y a su vez que el cliente tenga el privilegio de armar su propio paquete de turismo, dando ofertas de viaje, hospedaje, gastronomía etc., de esta forma se ayudaría a mejorar un poco la economía del país por la demanda de turista que lo visitan a diario.

Aprovechar la diversidad en la gastronomía, para potenciar el turismo es necesario difundir todos los platos típicos exquisitos que existe en cada uno de los rincones del país, también mejorar las infraestructuras de los hoteles para que no exista queja alguna del turista. Es importante que se desarrollen convenios con aerolíneas y hasta capacitaciones muy puntuales para todo el sector turístico y hotelero del país.

Los organismos competentes deben gestionar y canalizar estrategias para atraer a la inversión extranjera, la misma que también aporta en la generación de fuentes de empleo y crecimiento económico en lugares aún no publicitados, la importancia de éste desarrollo es que se cree un turismo sostenible y sustentable.

### 3 CONCLUSIÓN

- Ecuador a pesar de ser un país pequeño por su dimensión geográfica, es muy rico en biodiversidad, el desarrollo económico depende y dependerá del fortalecimiento del turismo, de tal manera que es muy importante que por la situación vivida el 16 de abril del 2016 y la recesión económica por la que atraviesa, los organismos de estado sigan apoyando aquella fortaleza turística con la que cuenta cada una de las regiones, mediante el acertado y ad ecuador uso de las plataformas comerciales que brinda el conocido turismo electrónico.
- El turismo promueve y fortalece la identidad, rescatando los valores ancestrales y culturales de los ecuatorianos, profundizando el sentido de pertenencia al país; además es una de las principales fuentes de divisas en territorio, ocupando el tercer puesto en las exportaciones no petroleras para el caso de Ecuador.
- El MINTUR, como entidad rectora del turismo en el ecuador, estará a cargo de liderar el proceso de implementación de la Política de turismo, en consecuencia, es lógico esperar que los significativos cambios por los cuales ha transitado el turismo en nuestro país obliguen a repensar las estrategias de crecimiento a corto plazo, mediado y largo plazo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Burkart , A., & Medlik , S. (1981). *Tourism*. London : Present and Furute, Heinemann.

Canals, J. (6 de 08 de 2015). *Internet, Innovación y Estrategia de la empresa, Lecciones de un fracaso y oportunidades de futuro*. Obtenido de Economía Industrial.: <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/>

E., E. (6 de Junio de 2013). *Galdon*. Obtenido de <https://www.galdon.com/blog/turismo-electronico/>

Ecuador potencia turística. (27 de 07 de 2016). Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec>

El Telegrafo. (27 de 07 de 2014). *Dinero electrónico beneficiará al turismo*. Obtenido de [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec)

eVisitAR. (02 de 07 de 2017). *e visitar*. Obtenido de <https://www.eturismo.org/>

Llamas, D. E. (2011). EL TURISMO ELECTRÓNICO, UNA NECESIDAD PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR. *Investigación en turismo y desarrollo local*, 4.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (02 de 07 de 2017). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>

OMT. (s.f.). *Glosario básico de turismo*. Obtenido de <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysp.pdf>

Villar, J. (2001). *una aproximación a la firma electrónica, en Derecho de Internet. Contratación*. Aranzadi: Madrid.

## SOBRE O ORGANIZADOR

**DAVID GARCÍA MARTUL** (david.martul@urjc.es) (ORCIDId: <https://orcid.org/0000-0002-0160-9374>). Profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España. Graduado en Historia en la Universidad de Santiago de Compostela y Graduado en Documentación en la Universidad Carlos III de Madrid. Doctor Europeo en Documentación por esta última universidad. Ha impartido docencia en numerosas universidades tanto en España, Universidad Carlos III de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos, como en Universidades Europeas como la School of Journalism, Media and Cultural Studies de la University of Cardiff, en la University of Sheffield, la University of Brighton en Reino Unido o la HoogeSchool de Rotterdam. También ha sido docente en la Universidad de Guadalajara (México) y la UNAM. Ha participado en proyectos de investigación internacionales tanto con países europeos como africanos (con la Universidad Cheik Anta Diop y la Universidad de Cabo Verde) en el campo de la cooperación interuniversitaria para el desarrollo de herramientas de alfabetización digital. Cuenta con más de 60 trabajos de investigación científica en los campos de la Alfabetización Digital y Mediática, Documentación y Comunicación.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Accidente ferroviário 108, 109, 110

Aluguéis corporativos 318, 319

Ambiente 3, 6, 7, 8, 10, 65, 66, 76, 99, 129, 144, 145, 146, 150, 155, 161, 167, 195, 200, 228, 232, 233, 237, 246, 248, 289, 309, 320, 329, 332, 337, 342, 370, 422, 428, 432, 433, 438, 441, 444, 450, 483, 488, 489, 521

Análise envoltória de dados 252, 253, 257, 259, 264

Antivalores 516, 519, 524

Apoio institucional 53, 448, 451, 452, 460, 461

Aptidões dos gestores 300

Arbitraje social 86, 89, 94

Atendimento ao público 19, 21, 33, 34, 37

Atualização de literatura 278

Audit 266, 267, 269, 273, 274, 276

Auxílio-reclusão 71, 72, 73, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85

### B

Big data 387, 388, 390, 391, 394, 395, 398, 399

### C

Campo Benfeito 448, 449, 452, 453, 454, 456, 459, 460, 462, 466, 471, 472, 473

Carreira 241, 242, 245, 246, 247, 250

Cidadã 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70

Cohesión social 96, 98, 99, 105, 107

Comportamento do consumidor 172, 173, 177, 178, 183, 184, 278, 287, 282, 416, 421, 422, 423, 427

Comunicación 91, 93, 104, 110, 113, 114, 134, 137, 138, 200, 503, 505, 510

Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela 482, 483, 484, 489, 493

COSO 128, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277

Cultura 10, 17, 38, 39, 40, 42, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 51, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 69, 70, 76, 127, 135, 139, 153, 163, 168, 187, 245, 287, 308, 310, 312, 347, 351, 363, 388, 395, 423, 428, 430, 431, 432, 433, 434, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 455, 457, 458, 459, 463, 466, 467, 468, 469, 474, 478, 479, 480, 487, 488, 491, 500, 508, 512, 516, 522

Custos de informação 346, 348, 349, 350, 351, 352, 355, 360, 362

## D

Dados em painel 201, 346, 354, 357

Decisiones 94, 98, 99, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 133, 134, 135, 137, 138, 197, 503, 508

Demonstrações contábeis 252, 253, 254, 256, 260, 261, 263, 264

Desastres 98, 99, 106, 108, 109

Desenvolvimento de jogos 38, 41, 42, 45, 47, 48, 50, 53, 59, 60

Desenvolvimento local 15, 328, 334, 343, 344, 444, 457, 459, 463, 480, 501

Desenvolvimento sustentável 228, 329, 339, 408, 428, 443, 463, 468, 469, 479, 480, 488, 489

Desplazamiento 515, 516, 519, 524

Desporto 10, 300, 301, 302, 303, 305, 306, 307, 310, 311, 312, 313, 315, 316

Diagnóstico situacional 186

Diversidade 68, 69, 166, 176, 241, 242, 248, 249, 250, 251, 315, 408

## E

E-commerce 248, 416, 417, 418, 419, 424, 426

Economia da cultura 51, 439, 463, 480

Economias à escala 201

Economia social 170, 440, 463, 466, 469, 470, 478

Educación superior 186, 187, 188, 189, 190, 191, 194, 197, 198, 199, 200, 506

Empreendedorismo 184, 340, 448, 449, 450, 451, 455, 457, 460, 461, 463, 465, 466, 467, 478, 480

Empreendedorismo rural 448, 449, 450, 451, 457, 460

Empresas 38, 40, 41, 44, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 74, 98, 126, 130, 131, 134, 135, 137, 138, 139, 145, 146, 151, 155, 156, 157, 162, 163, 164, 168, 185, 195, 201, 237, 238, 240, 243, 248, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 278, 294, 300, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 322, 347, 349, 350, 351, 365, 366, 370, 376, 386, 387, 388, 392, 393, 394, 395, 409, 413, 415, 417, 418, 419, 420, 425, 426, 427, 433, 436, 438, 449, 450, 451, 460, 479, 489, 502, 503, 505, 507, 508, 510, 514

Ensino Universitário 141

ERM 2017 266, 267, 269, 270, 272, 273, 274, 275, 277

Escolha de universidade 172

Estado e sociedade civil 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 12, 13, 14

Estrategia 4, 98, 105, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 136, 138, 195, 198, 503

Estratégia de Internacionalização da Marca 365

Extensão do self 172, 173, 174, 177, 180, 182, 183

Externalidades do capital humano 201

## F

Financial frauds 266, 267

Função de produção 201, 258

Función cognoscitiva 186, 196

Funciones universitarias 186, 199

Función ideológica 186, 198

## G

Games 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 47, 49, 50, 51, 53, 54, 56, 57, 58, 62, 63

Gastronomia típica 483, 484, 487

Gerencia 125, 126, 127, 128, 131, 135, 138, 139, 140, 190

Gestão de Equipas Empresariais-Comerciais 300

Gestão pública 10, 19, 76, 481

Gestión del riesgo 96, 99, 106

Globalización 139, 187, 189, 199, 503

Governança 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 250, 431, 436, 439, 446, 448, 469

Governança da AML 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

## H

Home bias 346, 347, 349, 350, 351, 352, 353, 360, 361, 362, 363, 364

## I

Imperativo tecnológico 241

Indústria criativa 38, 40, 57, 58

Información 109, 110, 111, 112, 113, 114, 117, 122, 123, 127, 128, 135, 136, 190, 193, 200, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 511, 512, 523

Innovación 96, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 105, 125, 126, 129, 139, 140, 186, 188, 200, 506, 514

Innovación social 96, 98, 99, 100, 101, 103, 105

Investimento estrangeiro 346, 347, 348, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 360

ISO 31000 266, 267, 272, 273, 274, 275, 277

## J

Justiça 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 74, 76, 80, 83, 163, 167, 469

## L

Liderança 33, 300, 303, 304, 310, 311, 313, 314, 315, 316, 367, 368, 385, 386

## M

Marketing de conteúdo 387, 391, 420

Marketing de rede 372, 376, 384, 385, 386

Marketing digital 372, 387, 388, 390, 393, 395, 397, 398, 399, 416, 417, 419, 420, 424, 426, 427

Marketing multinível 372, 376

Marketing público 300, 365, 372, 387, 388, 395, 397, 401

Marketing relacionado com causas 372

Marketing social 372, 401, 408, 409, 413, 414

Marketing turístico-público 387

Mercado de trabalho 160, 161, 166, 169, 248

Mercado imobiliário 319

Metodologias ativas 241, 242, 250

Mobile Marketing 387, 388, 392, 401, 402, 409, 410, 411, 414

Modelos de análise de decisão 252

Mudança 19, 53, 70, 77, 160, 161, 163, 166, 168, 169, 184, 244, 251, 310, 314, 344, 375, 388, 409, 445, 469

Município 9, 12, 13, 14, 19, 21, 23, 24, 34, 64, 67, 68, 69, 449, 457

## O

Organização 4, 5, 10, 11, 16, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 48, 67, 70, 74, 142, 144, 145, 157, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 169, 170, 174, 175, 227, 228, 229, 231, 232, 233, 234, 237, 238, 239, 245, 256, 261, 294, 306, 311, 312, 313, 315, 330, 344, 372, 374, 412, 413, 419, 420, 429, 431, 442, 446, 450, 454, 457, 468, 483, 485, 500

## P

Participação 1

Percepción social del riesgo 96, 99, 100, 102, 104, 105

Pesquisas relevantes 278

Pilares 167, 227, 228, 229, 230, 231, 233, 239, 242, 484  
Planeamento 8, 9, 16, 227, 228, 229, 231, 232, 234, 235, 237, 238, 239, 314, 437, 438, 439, 441, 449, 452, 486  
Políticas culturais 38, 40, 42, 44, 51, 56, 58, 468, 481  
Política social 15, 71, 168, 345  
Políticas públicas 1, 2, 3, 4, 5, 7, 13, 14, 15, 17, 18, 38, 40, 42, 43, 44, 47, 51, 56, 58, 62, 63, 65, 67, 68, 69, 70, 72, 75, 76, 77, 78, 79, 84, 85, 92, 256, 294, 339, 340, 345, 431, 434, 436, 437, 440, 463, 468, 479, 518  
Portugal 1, 2, 10, 15, 16, 17, 108, 161, 166, 168, 201, 202, 203, 204, 212, 223, 225, 226, 227, 230, 232, 240, 266, 300, 314, 346, 348, 353, 354, 365, 368, 372, 375, 379, 387, 395, 401, 408, 428, 429, 430, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 451, 454, 457, 461, 463, 464, 466, 470, 472, 473, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 489, 490, 499, 500  
Previdência social 71, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 83, 84  
Produtor de maracujá 328  
Publicidade e Propaganda 141, 143, 144, 146, 147, 148, 152, 156, 157, 158

## Q

Qualidade em saúde 19, 37

## R

Região de Montemuro 448, 449, 454, 460, 477  
Responsabilidade social 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 163, 170, 365, 366, 369, 372, 401, 408, 413, 414, 415  
Responsabilidade Social Corporativa 141, 142, 143, 145, 149, 152, 157, 158, 401, 408  
Restaurativa 64, 65, 67, 68, 69, 70, 89

## S

Saúde 10, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 37, 75, 76, 166, 169, 227, 229, 230, 231, 232, 233, 239, 240, 283, 332, 336, 342, 345, 372, 374, 376, 401, 408, 409, 412, 441, 454  
Sector de moldes 201  
Segurança 6, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 73, 75, 76, 166, 169, 243, 253, 307, 311, 318, 394, 441, 444, 472, 488  
Sexual 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524  
Situação socioeconômica 328, 330, 331, 336

Sociedades desiguales 86

Sudamérica 86

Sustentabilidade 2, 144, 147, 148, 150, 157, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 238, 239, 240, 330, 428, 433, 437, 444, 457, 468, 478, 486, 497

## T

Tecnología 25, 26, 39, 45, 76, 93, 185, 187, 189, 190, 200, 201, 241, 242, 243, 244, 245, 250, 300, 307, 344, 394, 399, 409, 414, 427, 428, 433, 437, 438, 444, 450, 460, 479, 503, 506

Tendências 70, 136, 191, 201, 281, 291, 318, 319, 387, 388, 390, 391, 395, 398, 400, 422, 435, 446, 487, 488, 500

Território 2, 5, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 26, 102, 196, 366, 411, 428, 433, 436, 437, 438, 443, 444, 446, 451, 457, 463, 464, 465, 473, 475, 478, 479, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 495, 497, 498, 513, 520

Territórios baixa densidade 463

Trabajo Social Forense 86, 87, 90, 95

Transformación adaptativa 96

Transtorno da Compra Compulsiva 278, 294

Triaje 109

Turismo 40, 192, 200, 340, 395, 397, 398, 400, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 449, 457, 460, 468, 478, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 491, 497, 499, 500, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 516, 519, 520, 523, 524

Turismo gastronómico 482, 483, 484, 485, 486, 497, 499

## V

Víctima 89, 111, 114, 115, 118, 516, 517, 518, 519, 521, 522, 524



**EDITORA  
ARTEMIS**