

ISSN N 2661-6955

ITS JAPÓN

A la Vanguardia

*Revista científica
Multidisciplinaria*

*Un espacio
para la **Investigación***

Diciembre 2019

Vol. 9



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

JAPÓN

Amor al conocimiento

Consejo Editorial

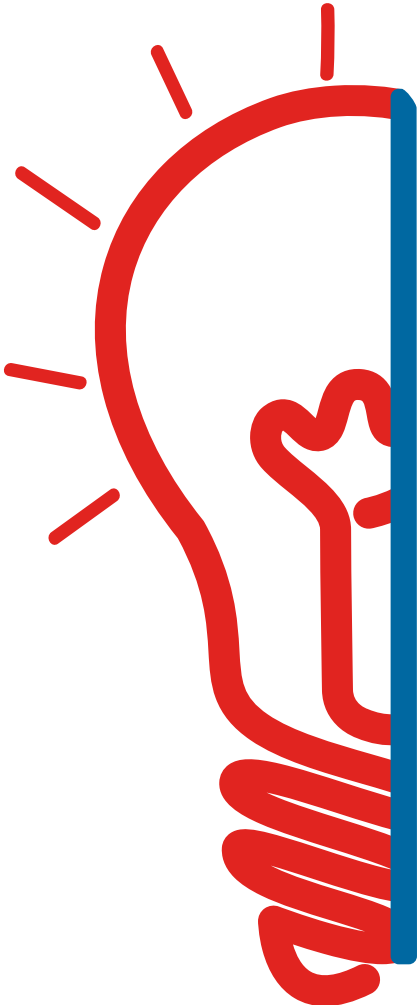
Dra. Sheila Aguilar Pazmiño - Rectora.
Mgs. Milton Altamirano Pazmiño - Vicerrector.
Ing. Alexis Benavides Vinueza - Director Académico.
Mgs. Lucía Begnini Domínguez - Directora de Investigación.
Mgs. Daniel Shauri Romero- Docente Investigador.
Mgs. Cristina Chamorro Benavides - Docente de Parvularia.
Mgs. Karina Jácome Pupiales - Coordinadora de Administración.
Chef. David Conrado Carvajal - Coordinador de Gastronomía.
Ing. Roberto Rivadeneira Herrera - Coordinador de Desarrollo de Software.
Lic. Ximena Figueroa Herrera - Coordinador de Estética Integral.
Lic. Delvis Pérez Álvarez - Coordinadora centro de idiomas.
Lic. Ivette Simeon Zamora - Directora de vinculación con la sociedad.
Ing. Franklin Llumiquinga Gualichico - Coordinador Mecánica Automotriz
Dr. Guillermo Ordoñez Lopez - Director General Sede Sto. Domingo

Esta es una publicación cuatrimestral del Departamento de Investigación y Vinculación con la colectividad producido en Quito-Ecuador.

Coordinación Editorial Dirección:
Lucía Begnini Dominguez.
Coordinación Editorial:
MiltonAltamirano Pazmiño, Alexis Benavides.
Diagramación: Sebastián Gallardo.
Corrección de Estilo: Lucía Begnini.
Diseño: Sebastián Gallardo.

Articulos científicos elaborados por docentes investigadores:
Universidad Internacional del Ecuador e Instituto Superior Tecnológico Japón;
Y estudiantes de las escuelas de Odontología y Mecatrónica de la UIDE.

Hishochy Delgado Mendoza
Mayelin Madrigal Contrera
Luis Guillermo Ordóñez López José Daniel Shauri Romero
Susana Magdalena Cobeña Cobeña



SOMOS LIDERES EN INVESTIGACIÓN



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

JAPÓN

Amor al conocimiento

EDITORIAL

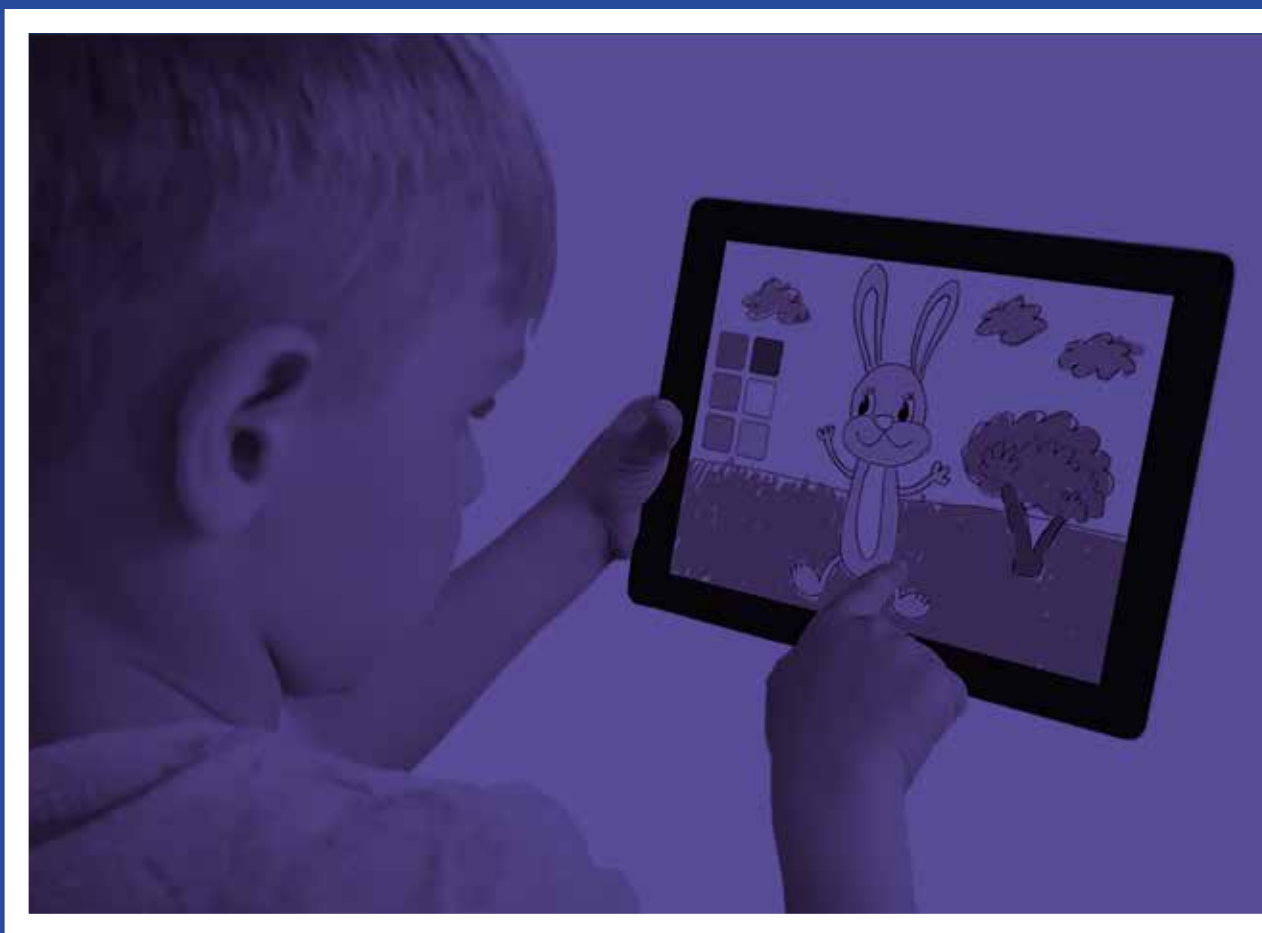
Para el Comité Editorial de la Revista Multidisciplinaria ITSJapon a la Vanguardia el conocimiento científico transforma tanto la manera de pensar y hablar sobre los fenómenos de la naturaleza como la forma de intervenir y actuar sobre ellos. Su adquisición, involucra tanto los conceptos de la ciencia como sus modos de producirlos. Sin embargo, en la mayoría de las clases, tanto del nivel primario como del nivel secundario, se sobredimensiona la enseñanza de los conceptos o productos de la ciencia. Por otra parte, si se realizan trabajos prácticos, como salidas de campo o actividades de indagación en el laboratorio, estos suelen presentarse de modo disociado respecto de la transmisión de conceptos. Es así que, la actividad investigativa es uno de los procesos más importantes en la construcción y generación de nuevos conocimientos que permiten generar procesos de innovación y desarrollo de nuevas formas de satisfacer y solucionar los problemas y necesidades de la sociedad en general. Por lo que, te invitamos a ser parte de este espacio de investigación, reflexión y transmisión de conocimientos.

ÍNDICE

Los niños en el mundo digital, Las tic en el desarrollo del niño en educación inicial.	6-15
Las mujeres y sus formas de producción como aporte al desarrollo económico y social del país.	16-33
La utilización de las amalgamas para restauraciones en pacientes con síndrome de down.	34-41
Introspección de la cultura urbana y las visualidades ontológicas del hip hop a través de una campaña comunicativa comunicación publicitaria y cultura urbana del hip hop	42-60
Implementación de la inteligencia artificial en los procesos industriales del ecuador.	61-70

LOS NIÑOS EN EL MUNDO DIGITAL, LAS TIC EN EL DESARROLLO DEL NIÑO EN EDUCACIÓN INICIAL

AUTORA: VERÓNICA ESPARZA ¹
Junio 2019



1.- Estudiante de Sexto Semestre de la Carrera de Parvularia del Instituto Superior Tecnológico Japón

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento se sintetiza parte de la experiencia de los expositores sobre el uso de las TIC en educación inicial y su influencia en el desarrollo del aprendizaje en niños y niñas en el Ecuador.

En este informe se presenta el contenido sistematizado de los aportes realizados durante la Conferencia dictada por el Dr. Vinicio Chavez Vaca con el tema "LOS NIÑOS EN EL MUNDO DIGITAL y LAS TIC EN EL DESARROLLO DEL NIÑO DE EDUCACIÓN INICIAL" realizado el 01 de Junio del 2019.

En la primera parte se presentan los antecedentes que fueron definidos en la Constitución particulariza aspectos relativos a los ejes de desarrollo y aprendizaje y el manejo del Currículo 2014 por parte de los docentes parvularias de educación inicial.

Se continúa explicando la importancia de la estimulación en niños y niñas de 3 a 4 años siendo este el enfoque del trabajo, en el marco del cual se desarrollan las acciones formativas con un mecanismo virtual que se lleva a cabo en los diferentes niveles y modalidades del sistema educativo nacional y un breve detalle de cada una de ellas.

Posteriormente, se hace especial hincapié en las buenas prácticas de uso de los aparatos electrónicos que favorezcan las acciones formativas orientadas al desarrollo integral de los niños/as en educación inicial, en el campo "Educación y TIC".

Finalmente se abarca un tema importantísimo como lo es la inclusión en educación inicial y los problemas que limitan a una educación inclusiva.

ABSTRACT

This document synthesizes part of the experience of the speakers on the use of ICT in early education and its influence on the development of learning in boys and girls in Ecuador.

This report presents the systematized content of the contributions made during the Conference given by Dr. Vinicio Chavez Vaca with the theme "CHILDREN IN THE DIGITAL WORLD and ICT IN

THE DEVELOPMENT OF THE CHILD OF INITIAL EDUCATION" held on June 1 of 2019.

In the first part the antecedents that were defined in the Constitution are presented, it particularizes aspects related to the axes of development and learning and the management of the 2014 Curriculum by preschool nursery teachers.

It continues explaining the importance of stimulation in children from 3 to 4 years, this being the focus of the work, within the framework of which the training actions are developed with a virtual mechanism that is carried out in the different levels and modalities of the national educational system and a brief detail of each of them.

Afterwards, special emphasis is placed on good practices for the use of electronic devices that favor training actions aimed at the integral development of children in initial education, in the field of "Education and ICT".

Finally, a very important topic is included, such as inclusion in initial education and the problems that limit inclusive education.

KEYWORDS

Estimulación, Inclusión, Educación Inicial, Niños.

INTRODUCCIÓN

Las tecnologías digitales han cambiado radicalmente nuestra sociedad y también el concepto de infancia. Nuestros niños han nacido en la era digital y es responsabilidad de padres y educadores encaminar las TIC en pro del desarrollo del aprendizaje de los niños y niñas de nuestro país. Las TIC cumplen un papel fundamental en el desarrollo de la enseñanza- aprendizaje en Educación Inicial ya que los niños en esta edad son más investigativos, reflexivos, analíticos y aprender a través de la creación de sus análisis les permite construir sus propios conceptos,

En el panorama educativo, las TIC son medios y no fines. Aquí se fortalece el área pedagógica y los aprendizajes significativos, ya que es en esta etapa de revolución del aprendizaje con las TICS, cuando direccionamos su uso como herramientas y mecanismos dinámicos para facilitar el aprendizaje y el desarrollo de las destrezas, debemos tomar en cuenta que el niño aprende a través de las experiencias adquiridas, y las TICS mejora indudablemente este conocimiento, el mediador debe buscar estrategias claras y concisas para desarrollar las habilidades y destrezas de los más pequeños.

El TPACK es el resultado de una fusión primaria de conocimientos, contenidos pedagógicos y tecnológicos los mismos que no se conciben de forma aislada si no que canalizan espacios con relación. Para un docente la integración eficaz de tecnología en la enseñanza resultará de la combinación de conocimientos del contenido tratado, de la pedagogía y de la tecnología pero siempre teniendo en cuenta el contexto social a ser aplicado. La planificación con el modelo TPACK es dinámico creativo y sale fuera de lo cotidiano ayuda no solo al niño a sentirse motivado si no al docente a ser renovador en su praxis pedagógica.

La Educación Inclusiva debe ser concebida como un proceso que permite abordar y responder a la diversidad de las necesidades de todos los estudiantes a través de una mayor participación en el aprendizaje y reducir la exclusión del sistema educativo. La diversidad existe desde siempre en las instituciones educativas, concurren diferentes seres humanos con necesidades educativas y prácticas, estilos de vida y de cultura diferentes, las instituciones están llamadas a diseñar estrategias para acoger a estos alumnos e introducirlos en el aprendizaje y este no debe ser diferente al de los otros compañeros

DESA RRO LLO

Las potencialidades pedagógicas de las TIC responden a los pilares de la educación del siglo XXI, y son reconocidas por las políticas educativas actuales. En este contexto partimos desde la concepción del Currículo de Educación Inicial 2014 el cual nos permite trabajar con los niños de 0 a 5 años mediante 3 ejes de desarrollo y aprendizaje los cuales son 1.- Eje de desarrollo personal y social, 2.- Eje de descubrimiento del medio natural y cultural, 3.- Eje de expresión y comunicación los mismos que mantienen un estrecho lazo con la innovación y flexibilidad atendiendo a la diversidad personal, social y cultural de los niños y niñas del Ecuador. Dando la oportunidad al uso de la tecnología como eje transversal de apoyo a la formación y desarrollo del niño el cual nos permite que el niño adquiera una serie de aprendizajes para la vida, es una educación y adquisición de aprendizajes integral. Como segunda fase el expositor nos precisó que con la etapa de revolución del aprendizaje con las TICs, tenemos herramientas y mecanismos dinámicos para facilitar el aprendizaje y el desarrollo de las destrezas, tomando en cuenta que el niño aprende a través de las experiencias adquiridas, y las TICs mejora indudablemente este conocimiento se debe integrar procesos informáticos dar paso al cambio, la integración y aceptación de la tecnología con el hecho educativo revolucionario destaca algunos

aspectos positivos, como el autoaprendizaje, la agilidad mental y el desarrollo de la memoria visual y el docente debe buscar estrategias claras y concisas para desarrollar las habilidades y destrezas de los niños, el mismo, sin llegar a la sobre estimulación. Es por ello que el Dr. Vinicio Vaca nos da unas premisas con las que podemos trabajar las TIC.

- 1.- No es recomendable el uso de la tecnología en niños antes de los 18 meses. Muchos de los padres usan este medio como niñera de sus hijos y llevan al mal uso y abuso de la tecnología.
- 2.- Entre los 18 y 24 meses el adulto escoge las aplicaciones de carácter educativo como son las Google Play y App Store siendo estas aplicaciones gratuitas educativas, sin embargo un adulto debe estar supervisando la actividad.
- 3.- Los niños de 2 a 4 años siempre deben acceder a la tecnología con aplicaciones de carácter educativo y son los y las docentes las llamadas a darle un buen uso a este medio como herramienta de aprendizaje y no como fuente de entretenimiento.

El tiempo adecuado para exponerlos a estas aplicaciones no debe exceder de 1 a 2 horas y siempre debe estar acompañado de un adulto y de ser el caso el adulto debe interactuar con el niño para el buen uso de estas aplicaciones.

Es en este momento cuando hablaremos de la fase tres que relaciona la estructura pedagógica con el modelo TPACK.

El modelo TPACK es el resultado de una fusión primaria de conocimientos, contenidos pedagógicos y tecnológicos los mismos se interrelacionan entre si dando lugar a conocimientos específicos. Para un docente la integración eficaz de tecnología en la enseñanza resultará de la combinación de conocimientos del contenido tratado, de la pedagogía y de la tecnología pero siempre teniendo en cuenta el contexto social a ser aplicado. La planificación con el modelo TPACK es dinámico creativo y sale fuera de lo cotidiano ayuda no solo al niño a sentirse motivado si no al docente a ser innovador en su praxis pedagógica. Partiendo

desde el punto de vista que el proceso de enseñanza es bidireccional maestro-alumno y alumno-maestro. Para planificar en este concepto se debe tomar en cuenta los contenidos que se encuentran establecidos en el Currículo de educación Inicial se debe colocar los objetivos generales y el eje integrador, la destreza a desarrollarse, sumado a esto se coloca el conocimiento pedagógico que aporta el docente, y el tecnológico, donde se busca la ayuda de las TICS, uso de computadores laptop o teléfonos inteligentes entre otros para el desarrollo y mejor alcance de las destrezas.

En el caso de los niños la tecnología forma parte de su cotidianidad ya que son nativos digitales y es primera generación que nació en el marco de una sociedad que usaba las tecnologías, con el mismo nivel de incorporación de las mismas que el que en su momento hicieron sus antecesores con tecnologías que hoy nos parecen tan básicas como son los libros o la máquina de escribir. La incorporación de las tecnologías digitales se ha hecho a un ritmo vertiginoso y al contrario al desarrollo de la escritura que tardó siglos, el desarrollo e implementación de las tecnologías digitales podemos constatar que se ha producido en tan solo una generación y es importante el ejemplo de la niñez ante los cambios y la inexistencia de fuerzas restrictivas y parámetros cognitivos predeterminados que obstaculizan la aceptación de la tecnología en el hecho educativo. La educación, debe adaptarse a cada individuo, pues, presenta diversas habilidades, destrezas y capacidades cognoscitivas para aprender; la tarea del mediador es saber reconocerlas y tratar de orientar sus estrategias y recursos. Las TIC son herramientas que facilitan el aprendizaje y el desarrollo de habilidades cognitivas, cuando están bien orientadas. Las educadoras del nivel inicial deben estar capacitadas para poder afrontar los nuevos avances y así brindar una educación de calidad a los párvulos que están bajo su cuidado, pues la tecnología no es novedad para ellos. Existen juegos educativos que ayudan al niño a tener memoria visual, retención de palabras, colores, formas.

La segunda parte de nuestra capacitación estuvo enfocada a la educación inclusiva en educación inicial.

Partimos desde el punto de vista que la educación inclusiva es el modelo que busca atender las necesidades de aprendizaje de todos los niños, jóvenes y adultos con especial énfasis en aquellos que son vulnerables a la marginalidad y la exclusión social. Siendo un derecho que tiene los seres humanos, con o sin discapacidad, o dificultad, de aprender juntos, en las diversas instituciones educativas regulares.

Los objetivos de una educación inclusiva son: Formar ciudadanos, eliminar barreras del aprendizaje y fomentar la cultura de respeto y tolerancia. Siendo la UDAI una Unidad de Apoyo a la Inclusión busca mejorar la calidad de educación para niños y niñas con capacidades diferentes. La inclusión se ve como el proceso de identificar y responder a la diversidad de las necesidades de todos los estudiantes a través de la mayor participación en el aprendizaje, las culturas y las comunidades, y reduciendo la exclusión en la educación. Involucra cambios y modificaciones en contenidos, aproximaciones, estructuras y estrategias, con una visión común que incluye a todos los niño/as del rango de edad apropiado y la convicción de que es la responsabilidad del sistema regular, educar a todos los niño/as "

Se basa en el principio de que cada niño/a tiene características, intereses, capacidades y necesidades de aprendizaje distintos y deben ser los sistemas educativos los que están diseñados, y los programas educativos puestos en marcha, teniendo en cuenta la amplia diversidad de dichas características y necesidades.

Se ocupa de aportar respuestas pertinentes a toda la gama de necesidades educativas en contextos pedagógicos escolares y extraescolares.

Lejos de ser un tema marginal sobre cómo se puede integrar a algunos estudiantes en la corriente educativa principal, es un método en el que se reflexiona sobre cómo transformar los sistemas educativos a fin de que respondan a la diversidad de los estudiantes.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Un estudio publicado en la revista *Archives of Disease in Childhood* en diciembre de 2015, entrevistó a 82 padres de bebés de entre 12 y 30 meses, obteniendo los siguientes resultados: el 87% aceptó que les daba la tableta o el celular a sus hijos para jugar y el 62% dijo haberles descargado aplicaciones. Aun más el 91 % de los padres indicó que los menores manipulan y cambian imágenes en la pantalla táctil, 50% reveló que su bebé desbloquea el dispositivo, y 64%, que el infante busca aplicaciones e interactúa con ellas.

“Si sabemos utilizar bien esta tecnología, podemos tener niños con habilidades en zonas cerebrales que antes se desarrollaban más tarde (especialmente las relacionadas con motora fina) y hacen que los niños crezcan con habilidades para utilizar estos dispositivos. Sin embargo no pueden ser un uso pasivo o incontrolado, debe hacerse con la guía de adultos responsables, que participen directamente con ellos y con un tiempo limitado al día”, sentenció Guernsley.

Las investigaciones en educación inicial y TIC son pocas y no se centran en el manejo del computador ya que asumen la tecnología de forma general. Se destacan principalmente tres investigaciones por su enfoque cualitativo y una visión del niño como sujeto: la primera, está relacionada con el uso del teléfono (Gillen, 2002).” En ella la autora encontró que los niños, al conversar por este medio, consolidan prácticas comunicativas con sentido. El teléfono, al proveer en el niño un concepto de

distancia, hace necesaria la proyección de la voz y de sus ideas, tal necesidad le posibilita el manejo de estructuras complejas de lenguaje, además de generar beneficios y promover el desarrollo de estructuras cognitivas y habilidades sociales.” La segunda investigación (Stephen, Mc Pake, Plowan & Berch-Heyman, 2008) “desde el estudio de caso, rastrea las experiencias de los niños de 5 años con la tecnología en su hogar”. Se refieren a la tecnología en un sentido amplio, tomando en cuenta la televisión digital, las cámaras fotográficas, de video, las consolas de juegos, los teléfonos celulares y, por supuesto, los computadores. En la investigación se encontró que los niños se consideran a sí mismos buenos en el manejo de las tecnologías existentes en su hogar, ellos también se consideran buenos en determinados video juegos y en otros saben cuáles son sus limitaciones. Un hallazgo importante fue la evidencia del papel de los hermanos para la apropiación y el manejo de la tecnología. Contrariamente a lo esperado, los niños manifestaron que la escuela no era un buen lugar para aprender a usar tecnologías.

Una tercera investigación se sitúa en el caso colombiano (Iriarte, 2006) “haciendo referencia a la incorporación de las TIC en actividades cotidianas de aula en estudiantes”. El trabajo refleja la existencia de niveles en la incorporación de las TIC en el aula como recurso.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Estimulación Temprana: Las TIC como recurso educativo en Educación Inicial.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) es un aspecto importante que nos moviliza como sociedad. En esta era digital de la que somos parte como Educadoras de Párvulo no debemos cerrar los ojos a lo que hoy en día influye enormemente. La Estimulación Temprana en su fin de abarcar todas las áreas del desarrollo integral de los niños, no puede dejar fuera los avances tecnológicos para la enseñanza de los párvulos y aprovechar la capacidad intuitiva y natural que tienen los niños de interactuar con ellos.

Es por esta razón que toda docente de Educación Inicial debe estar capacitada para el uso de las TIC con el fin de ir modernizando las metodologías y adaptarse a las nuevas formas de enseñanza que sin lugar a dudas busca brindar a los niños una educación de calidad y a la vez este método cumpla los objetivos planteados en su correcto uso. Ser innovadoras y estar al día con la tecnología constituye desarrollar muchas habilidades que es posible trabajar en los niños, tales como: las habilidades cognitivas al trabajar con la memoria visual, retención de palabras, formas, colores, etc.; el desarrollo psicomotor a través del manejo de la razón, el perfeccionamiento del lenguaje a través de la narrativa de cuentos, así como la percepción, la atención y la discriminación.

La educación inicial es la educación que el niño

recibe en sus primeros años de vida, esta es una etapa muy importante en el desarrollo del niño, ya que se influyen el desarrollo de habilidades físicas y/o psicológicas, fomentar su creatividad, se le enseña a ser autónomo y auténtico; aspectos que servirán para abrirse en el mundo por sí solo. El desarrollo del mundo ha transformado no solo la sociedad si no su educación y la educación inicial no debe quedar por fuera, al ser un pilar básico y fundamental en el desarrollo del ser humano este debe ir a la par de las tecnologías y su función en la educación, tenemos la educación nueva y un currículo vigente y moderno, el docente debe centrarse en su propia transformación y concepción de los aprendizaje para dinamizar el proceso de enseñanza- aprendizaje.

Respecto a la educación inclusiva entendemos que es posibilitar por derecho a todos los estudiantes a participar de lleno en la vida y el trabajo dentro de los centros educativos y de las comunidades, sin importar sus necesidades. Es el proceso de mayor participación de los estudiantes en eventos y actos, en educación inicial la inclusión desarrolla valores de respeto, empatía y desarrolla una conciencia social hacia el respeto que todo ser humano se merece, al hablar de inclusión hablamos de estrategia dirigidas al fortalecimiento de la afectividad de las personas con capacidades diferentes, necesidades educativas ligadas o no a la discapacidad

RECOMENDACIONES



Las TIC deben ser un punto de apoyo en el proceso de enseñanza aprendizaje por lo que debemos trabajarlas en esa dirección.

Las TIC deben ser concebidas como herramientas de aprendizaje y no de entretenimiento.

Las TIC no reemplazan a otras herramientas tradicionales vitales en el desarrollo cerebral del niño, por lo que debemos planificar correctamente el uso de este recurso.

Necesitamos apoyo institucional para trabajar en esta era digital y proporcionar a los niños los aparatos tecnológicos necesarios para una educación integral.

Debemos incentivar a los padres de familia para trabajar conjuntamente el correcto uso de los aparatos electrónicos en beneficio de los niños y niñas.

Es importante establecer horas libres de dispositivos tecnológicos como por ejemplo durante las comidas, durante juegos al aire libre o en horarios de descanso y sueño. En esta misma línea se debe establecer lugares libres de dispositivos por ejemplo el comedor, el dormitorio entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Las%20nuevas%20tecnolog%C3%ADas%20en%20ni%C3%B1os%20y%20adolescentes.pdf>

Las nuevas tecnologías en niños y adolescentes. PDF

<https://www.magisterio.com.co/articulo/la-educacion-inicial-y-las-tic-son-necesarias>

https://prezi.com/ql9iltwks-3_/el-uso-de-las-tic-y-su-influencia-en-la-estimulacion-temprana/

<http://www.inclusioneducativa.org/ise.php?id=1>

ANEXOS

LA LLUVIA DE PREGUNTAS AL FINALIZAR LA CONFERENCIA

- 1.- Como trabajar las TIC con niños con necesidades educativas.
- 2.- Como trabajar con los padres el buen uso de la TIC en favor de la educación.
- 3.- Como afecta al cerebro el uso excesivo de la tecnología.
- 4.- Con las TIC seremos mejores docentes.
- 5.- Cuanto es el daño en el cerebro de un niño si utiliza el smarpon más de 6 horas.
- 7.- Cuales son las aplicaciones educativas que pueden utilizar los niños.
- 8.- Como indicar a los padres que no pongan programas como "LA VACA LOLA"



LAS MUJERES Y SUS FORMAS DE PRODUCCIÓN COMO APOORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PAÍS.

AUTORES:

Jácome Pupiales Karina Elizabeth 1
Espín Salas Darwin Daniel 2

1 Ingeniera en Administración de Empresas de la Universidad Central del Ecuador; Maestrante en Gestión y Dirección de Proyectos de la Universidad Benito Juárez. Coordinadora de la Carrera de Administración. Docente del Instituto Superior Tecnológico Japón de las carreras de Administración y Turismo. kjacome@itsjapon.edu.ec; karinaelizabeth.jacome@hotmail.com

2 Economista de la Universidad Técnica de Ambato; Especialista en Finanzas Corporativas Internacionales; Master Universitario en Dirección y Administración de Empresas (MBA) de la Universidad de la Rioja España. Docente de la carrera de Administración de Empresas. Analista de Educación Superior de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, (SENESCYT); Daniel_espin87@hotmail.com

RESUMEN

Para el crecimiento económico y social del país, una de las prioridades es el desarrollo sostenible y sustentable de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas - MIPYMES, pero para mantenerse en el mercado, éstas deben crear e innovar estrategias que le permitan alcanzar su máximo apogeo. Dentro de la presente investigación, se desea plasmar algunas formas funcionales de producción y evidentes en pleno siglo XXI para alcanzar dicho crecimiento, resaltando la inclusión de las mujeres en el campo empresarial. Las MIPYMES independientemente de su actividad económica generan riqueza y continúan produciéndola al dinamizar las actividades entre hombres y mujeres. La importancia de las mujeres corresponde al logro de adaptarse a las tecnologías y realizar una buena planificación y organización en sus puestos de trabajo.

De la misma manera es importante mencionar también que la Educación Superior contribuye a la formación del individuo tanto a nivel personal como profesional, específicamente en las mujeres por ser el tema de estudio es aún más alentador y motivante sobre todo una educación de calidad, ya que abre caminos por un lado

hacia la incorporación de ésta al campo laboral profesional y por otro, el emprender sus propios negocios, facilitando nuevas fuentes de trabajo y aportando al desarrollo no solo económico sino también social. Pese a ello existe la problemática sobre la escasa inserción de las féminas al campo laboral ya que existe todavía la perspectiva de género; en otras palabras, todavía existe la lucha de la feminización en el aumento de la fuerza laboral porque aún no se genera una cultura de equidad e igualdad de género amplia; además, considerando que todo es un proceso, esto lleva tiempo, pero hay que resaltar que es un trabajo de todos. Lo mencionado conlleva a considerar la importancia que es el dar impulso al crecimiento de las MIPYMES, sobre todo con la participación femenina como motor generador de riqueza económica y bienestar social.

Las mujeres además de incorporarse como empleadas u ocupadas por cuenta propia, muchas de ellas han optado por el autoempleo y los micro y pequeños emprendimientos productivos y comerciales; no obstante, las diferencias de género han subsistido, y las mujeres siguen negativamente afectadas en términos de su inserción laboral, la permanencia y calidad del empleo, y por lo tanto, en sus posibilidades de acceso a la independencia económica y la autonomía.

En este sentido, aunque se ha avanzado en el reconocimiento del aporte del sector de las MIPYMES a la generación de empleo y la producción, en general no se toma en cuenta todavía el potencial que representan las mujeres empresarias en el mismo, ni su contribución al desarrollo.

Abstract

For the economic and social growth of the country, one of the priorities is the sustainable and sustainable development of the Micro, Small and Medium Enterprises - MIPYMES, but to stay in the market, they must create and innovate strategies that allow them to reach their peak. Within the present investigation, we want to capture some functional forms of production and evident in the XXI century to achieve this growth, highlighting the inclusion of women in the business field. MSMEs independently of their economic activity generate wealth and continue to produce it by boosting activities between men and women. The importance of women corresponds to the achievement of adapting to the technologies and to carry out a good planning and organization in their jobs.

In the same way it is important to mention also that Higher Education contributes to the formation of the individual, both personally and professionally, specifically in women as the subject of study is even more encouraging and motivating, above all a quality education, since it opens paths on the one hand towards the incorporation of this to the professional labor field and on the other, to undertake its own businesses, facilitating new sources of work and contributing to the development not only economic but also social. In spite of this, there is the problem of the scarce insertion of women in the labor field since there is still a gender perspective; in other words, there is still the struggle of feminization in the increase of the labor force because a culture of equity and broad gender equality has not yet been generated; In addition, considering that everything is a process, this takes time, but it

must be emphasized that it is everyone's job. The aforementioned leads to consider the importance of giving impetus to the growth of MSMEs, especially with the participation of women as a generator of economic wealth and social welfare. Women, in addition to being incorporated as employees or self-employed, many of them have opted for self-employment and micro and small productive and commercial enterprises; nevertheless, gender differences have persisted, and women continue to be negatively affected in terms of their labor insertion, the permanence and quality of employment, and therefore, in their possibilities of access to economic independence and autonomy.

In this regard, although progress has been made in recognizing the contribution of the MSMEs sector to the generation of employment and production, in general the potential of women entrepreneurs in the sector and their contribution to the creation of employment are not yet taken into account developing.

Palabras clave:

MIPYMES, producción femenina, crecimiento económico, inclusión de la mujer, desarrollo social, empresaria, emprendedora, formas de producción femenina.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, describe a la mujer como una de las variables analíticas dentro del mercado laboral y sus principales acciones en mejora del crecimiento económico; misma que constituye uno de los actores más importantes dentro de los tejidos productivos; por tanto, se parte de la identificación de la problemática y su interrelación con las diferentes unidades económicas que conforman los sectores productivos del país.

La utilidad de variables que integran la participación de hombres y mujeres dentro de una economía, se inició en la década de los setenta, cuando se empezó a identificar que los modelos económicos arrojaban resultados que afectaban a los hombres y mujeres. Posterior a esto, en los años ochenta se generaron políticas macroeconómicas con la finalidad de establecer ajustes, ante causas que afectaban a las economías, entre estas, escasos recursos, desigualdad de partición de mujeres en el mercado laboral, todo tipo de discriminación y afectaciones en contra de los derechos humanos.

En la actualidad se han ejecutado debates y políticas en beneficio de la participación de la mujer en la economía, en contra de la discriminación y generar más oportunidades

de acceso a todos los derechos que por ley le corresponde; sin embargo, en el camino se han quedado las acciones de aplicabilidad, siendo la única forma de cambiar la mentalidad de la sociedad y generación productiva de los sectores empresariales.

Dentro del campo amplio y acorde con datos mundiales, la participación de la mujer en la economía mundial es cada vez más importante en el siglo XXI, debido a la innovación tecnológica y a los cambios culturales ya que ocupa más puestos de trabajo y cargos más relevantes en las empresas; asimismo, han podido acceder a carreras universitarias y obtener excelentes resultados académicos.

En los Estados Unidos se indicó que las empresas han tenido mejores resultados en sus cargos ejecutivos liderados por mujeres que obtuvieron mayores ganancias de capital que las compañías que tienen menos damas y por esto los especialistas aseguran que los quipos de trabajo mixtos son más eficientes y pueden manejar mejor las amenazas y resolver dificultades. Elsalario.com.ar (2019)

Además, en los países desarrollados, las mujeres han producido aproximadamente el 40% del Producto Bruto Interno (PBI) y según estimaciones realistas si sumamos el valor de las tareas hogareñas colocaría a dicho porcentaje por encima de la mitad.

La Organización Internacional de Trabajo (OIT) (2018), según publicación, sostiene que la participación laboral de las mujeres aumenta, pero el camino a la igualdad aún es largo en América Latina y el Caribe, aunque las cifras demuestran que cuando se invierte en mujeres se dispara el desarrollo de una nación. Por lo tanto, la equidad de género es lo más inteligente y acertado. En el mundo empresarial es necesario aplicar formas y estrategias que permitan su crecimiento

económico tanto individual y social, pero la mujer juega un papel sumamente importante en dicho desarrollo puesto que existen nuevas formas de producción, iniciativa, comunicación, integración, creatividad y eficiencia que las féminas pueden realizar y que no solamente han llevado a cabo en el campo laboral sino también del hogar.

Entonces con los antecedentes expuestos de manera general la finalidad de la presente investigación es explorar y exponer las formas actuales y maneras estratégicas que las mujeres utilizan y aplican en el campo empresarial del país, además cómo esto aporta al desarrollo económico, sostenible y sustentable de un país, pero sin dejar de lado el trabajo en equipo que se debe llevar a cabo donde la igual de género es fundamental.

Materiales y métodos.

Metodología

El estudio realizado, se basa en métodos: Teórico y Empírico, los mismos que permitieron considerar los fenómenos históricos y sociales.

Por un lado, la aplicación del Método Teórico ha facilitado descubrir en el objeto de investigación las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales. Por ello se apoya básicamente en los procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción y dentro del mismo el Método Histórico que se caracteriza al objeto en sus aspectos más externos, a través de la evolución y desarrollo histórico del mismo.

Por otro lado, el Método Empírico cuyo aporte al proceso de investigación es resultado fundamental de la experiencia, han permitido revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio a través de procedimientos prácticos con el objeto y diversos medios de estudio. Dentro del mismo, el Método de la Observación Científica que ha permitido conocer

la realidad misma con algunas cualidades de carácter distintivo y que ha sido consciente orientado hacia un objetivo o fin determinado, planificada en función de los objetivos y teniendo en cuenta las condiciones, los medios, el objeto y el sujeto de la observación y objetiva que despojada lo más posible de subjetividad apoyada en juicios de realidad y no en juicios de valor.

De igual forma, se ha considerado una revisión bibliográfica puesto que dicha investigación también se basa en la experiencia relacionada al ámbito empresarial.

La investigación cuantitativa aporta al desarrollo de los resultados y discusión con la finalidad de aportar mejor a las conclusiones y tomado de decisiones oportunas; es decir, la aplicación del método cuantitativo cuya herramienta a utilizar es la encuesta, es aplicado para la obtención de datos y una vez ordenados se proceden a ser analizados relacionando las cantidades resultantes con su comprobación.



Partiendo de la problemática, es indiscutible el hecho de que en el campo laboral y social la mujer aún no consigue llegar a los estándares de los hombres, por un lado, la falta de oportunidades al momento de acceder a cargos administrativos. El telégrafo (2018) en su publicación, afirma: "solamente el 37% de mujeres ocupa cargos directivos y administrativos en Ecuador y aún más 6 de cada 10 han sufrido algún tipo de violencia y 1 de cada 4 agresiones sexuales pese a que la población femenina es mayor". Por otro lado, existe una brecha entre la diferencia de género en relación a los ingresos percibidos por trabajo asalariado o independiente; es decir, los ingresos promedios se obtienen, para cada sexo, haciendo el total de remuneraciones percibidas por trabajo asalariado o independiente dividido por el total de trabajadores, por ello encontrar trabajo es mucho más difícil para la mujer que para el hombre y si ella trabaja suele hacerlo por lo general en puestos de baja categoría y en condiciones de vulnerabilidad o si experimenta cargos directivos y administrativos la brecha salarial también es otro inconveniente porque no percibe la misma remuneración que un hombre en el mismo puesto de trabajo.

PROBLEMÁTICA

SITUACIÓN ACTUAL DEL PERSONAL DENTRO DE LAS EMPRESAS.

Según los resultados presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) a través del Directorio de empresas, el personal ocupado con el que cuentan estas unidades económicas a nivel nacional, se evidencia, por una parte que en las empresas aún existen ciertas preferencias por contratar más hombres que mujeres y por otra que de forma periódica existen ciertos crecimientos en las contrataciones.

Tabla 1 Evolución del personal ocupado – afiliado por tamaño de empresa

Año Tamaño de empresa	2016			2017		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Personal ocupado - afiliado a las empresas.						
Grande empresa	728.674	391.051	1.119.725	735.264	405.969	1.141.233
Microempresa	406.582	317.778	724.360	405.417	314.909	720.326
Pequeña empresa	335.273	244.389	579.662	326.473	238.986	565.459
Mediana empresa B	179.704	101.770	281.474	180.791	99.707	280.498
Mediana empresa A	137.358	93.719	231.077	136.109	95.785	231.894
Total	1.787.591	1.148.707	2.936.298	1.784.054	1.155.356	2.939.410

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos-INEC.

Nota: El personal descrito, corresponden al total de las unidades económicas que han registrado las ventas en el SRI, han afiliado al personal en el IESS, o perteneciendo al RISE, pagaron impuestos sobre sus ingresos en el SRI en esos periodos.

De acuerdo a los resultados descritos, la evolución del personal ocupado según el tamaño de la empresa, es importante destacar en el año 2017, las personas mejoraron sus condiciones en el ámbito laboral, ya sea por incremento en sus salarios debido a sus asensos o a su vez por la creación de nuevas oportunidades laborales, esto sucede en especial con el crecimiento del 3,8% de mujeres contratadas en las grandes empresas y apenas el 0,9% de hombres, en relación al año 2016.

Por otra parte, de acuerdo a la totalidad del personal ocupado en todos los tamaños de grupos de empresas, se evidencia en el año 2017 una reducción en contratación de hombres del 0,2%; mientras que la contratación de las mujeres en el mismo año aumentó en 0,2%, siendo más evidente el crecimiento de contratos de este sexo en el grupo de las grande empresas, al pasar del 13 al 14% de personal ocupado afiliado.

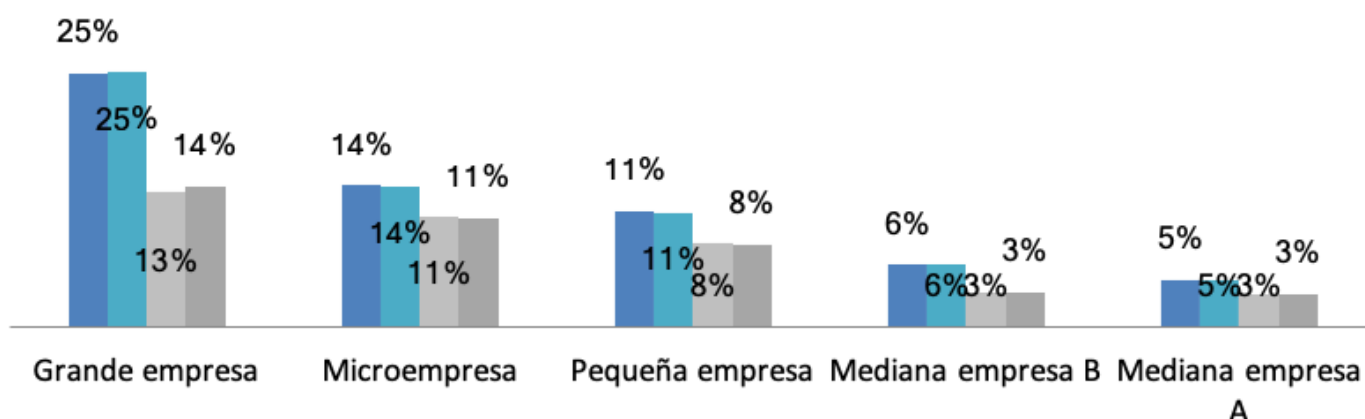


Figura 1 Porcentaje de incremento del personal ocupado en el periodo 2016 - 2017

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos-INEC.

Elaborado por: Los autores.

Además de indagar sobre los niveles de contratación en las empresas según su distinto tamaño, se considera importante, conocer cuál es la composición estructural de la Población Económicamente Activa (PEA), según el INEC, en su encuesta del ENEMDU, diciembre 2018, en el país, la mayor participación de las mujeres que se encuentran distribuidas en cuatro (4) grupos ocupacionales como son: los trabajadores de servicios y comerciantes; Profesionales científicos e intelectuales; empleados de oficina; y las trabajadoras no calificadas, ocupaciones elementales al alcanzar una participación en promedio de 56,3%, frente al 43,7% de los hombres

que se encuentran ejecutando alguna actividad dentro de estos grupos. De la misma forma dentro de este análisis, se describen seis (6) grupos, en los que tienen más representatividad laboral los hombres, destacándose: Técnicos y profesionales de nivel medio; Personal directivo/ administración pública y empresas; Trabajadores Calificados agropecuarios y pesqueros; Oficiales operarios y artesanos; Operadores de instalación de máquinas y montadores; y Fuerzas Armadas que en promedio intervienen 77,4%, en relación al 22,6% de las mujeres

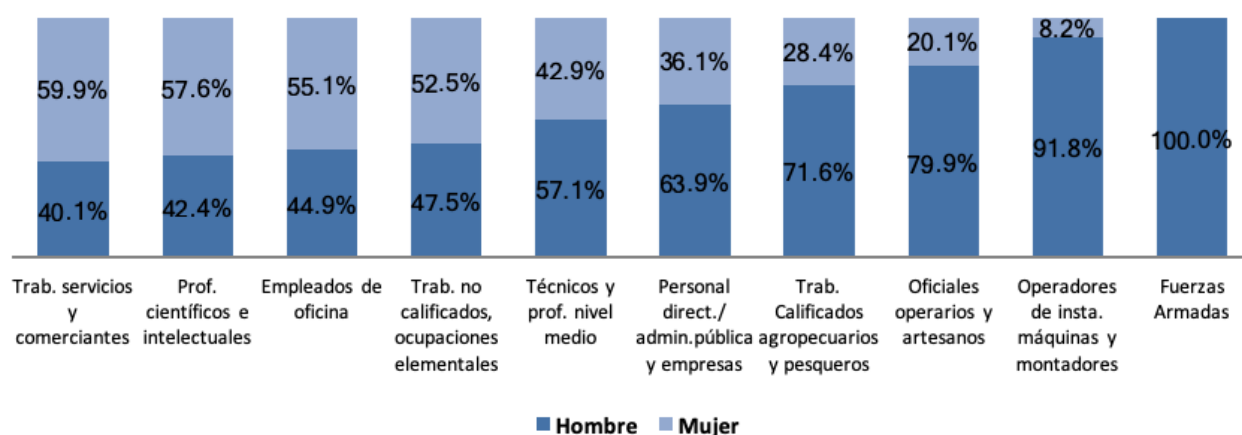


Figura 2 PEA, según grupos ocupacionales.

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos-INEC.

Elaborado por: Los autores.

De acuerdo a la descripción de la figura 2, la mayor parte de la población que se encuentra activa, son los hombres, debiéndose a su alta intervención en la mayoría de los grupos ocupacionales; demostrándose que algunos sectores productivos restringen la participación de las mujeres en el mercado laboral, según las funciones que tienen que desempeñar.

Desde otro punto de vista, en un estudio denominado “Mujeres ejecutivas 2018” describe que la posición de las mujeres en los cargos como: presidenta en una empresa, representa el 13% que en comparación al 2017 existe un crecimiento de aproximadamente 8 puntos. Como vicepresidentas se duplicó en 12%, mientras que como gerente general se mantiene en 18%. De la misma manera en los puestos estratégicos, el 67% de las empresas encuestadas mencionan que tienen hasta 10 ejecutivas en cargos medio alto y alto (frente al 68% de su estudio realizado en el 2017). (Deloitte, 2018)

FORMAS DE PRODUCCIÓN DE LAS MUJERES

A estos surgimientos mencionados anteriormente y con muchas expectativas en la reducción de las brechas del mercado laboral, se suma la variedad de las tareas que ejecutan las mujeres en relación de dependencia y autonomía en la economía, a esto se liga los niveles de formación, estado civil, condición social y otros elementos que a través de la historia han afectado a las oportunidades de la sociedad; en algunos casos participan teniendo algún tipo de formación académica y en otros no; permitiendo que a partir de esta autonomía dispongan de tiempo a su favor para buscar programas de capacitación, formación, intervención de manera activa en la política o a su vez dedicarse a la atención de sus seres queridos, sin que se transformen en una barrera para el cumplimiento de sus objetivos y alcanzar sus propios logros.

Según ONU Mujeres (2015), las mujeres distribuye su tiempo de forma desproporcionada, entre el trabajo remunerado y no remunerado; dedicando de 1 a 3 horas a las actividades domésticas más que los hombres, entre 2 y 10 veces más tiempo para el cuidado de las personas de casa; y entre 1 a 4 horas menos en actividades de mercado; esta distribución del tiempo en sus actividades, demuestra que las mujeres trabajan más que los hombres, por tal motivo pocas de ellas destinan menos tiempo para la educación, el ocio, participación en la política y el cuidado propio.

En el Ecuador, de acuerdo a Revista Líderes (2017), menciona que los sectores productivos a los que se vincula la mayor parte de mujeres son al turismo, financiero, salud y educación, esto de acuerdo a la información analizada del INEC, este es el caso del sector turístico que según cifras en el año 2010 vinculó laboralmente a 90.910 mujeres, frente a 62.385 hombres.

Según la misma revista, al referirse a "La presidenta de la Cámara de Turismo del Azuay, Mónica Flores, considera que las mujeres son más dinámicas y multifacéticas que los hombres, lo que les permite desenvolverse mejor en el trabajo, tanto en hoteles como en restaurantes".

De la misma forma, dentro de los modos de producción en las que intervienen las mujeres para el desarrollo económico; según Medina (2017), menciona la relación de las actividades de "coworking" con el emprendimiento femenino y donde expresa la necesidad de entender que las mujeres han alcanzado altos puesto de trabajo y ello conlleva al cambio de la perspectiva de su rol como mujeres dentro de la sociedad.

Una de las formas de producción en coworking se relaciona a que:

- La estructura tradicional de una oficina, deja de existir para convertirse en cualquier espacio disponible para que las personas realicen sus actividades en horarios de oficina.
- La integración en el trabajo es una base fundamental de los miembros de la empresa para compartir actividades utilizando herramientas como redes sociales, programas de planificación, servicios de alojamiento de información, etc.
- Fomenta el ambiente de trabajo, donde los miembros del espacio que trabaja, estudia, conoce gente, conversa y conoce sobre la existencia de los demás.

El coworking ayuda a los emprendimientos a

tener mayores contactos y formar redes entre los miembros debido a que dentro del espacio se realizan programas que fomentan el desarrollo y crecimiento de los mismos; es decir, si hay buen espacio las personas se sienten cómodas y permanecen por más tiempo y relacionándose mejor con los demás y fomentando mejor la comunidad además de formar vínculos con otras organizaciones y referencias. Con el tiempo la comunidad seguirá creciendo.

De la misma manera, dentro de las formas de producción en que las mujeres se desempeñan, es necesario mencionar como factor vinculante a la educación; en el cual las mujeres aún no logran equiparar las cifras con los hombres que pasan por las aulas mediante un proceso de formación.

Según Revista Líderes (2017), "En IDE Business School, en el programa MBA el porcentaje de mujeres es, en promedio, del 40%. Gabriel Rovayo, director general de la institución, opina que la mujer da nuevos matices a las empresas por su manera de conocer la realidad, su capacidad de estar en los detalles, su delicada intuición y su visión analítica".

De acuerdo al contexto de la intervención de la mujer en la economía y a su desarrollo, las diferentes cifras demuestran que nuestro país aún es fuente de oportunidades; sin embargo, se confirma con opinión de Revista Líderes (2017), "Dos cifras muestran que el mundo laboral ecuatoriano aún es territorio de mayoría masculina. De los 2,4 millones de afiliados que se cuentan hoy en el IESS, 984.000 son mujeres y 1,7 millones son hombres. En salarios, según el INEC, la mujer gana 24,8% menos que el hombre."



Entre las estrategias que se han establecido para lograr la equidad, igualdad y garantizar los derechos en la sociedad, se han generado dentro de la planificación nacional, objetivos, políticas, metas e indicadores que abarquen una de las estrategias que han sido aplicadas desde la política.

Según datos extraídos del Sistema Nacional de Información (SIN) que coordina la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) y de acuerdo con el Objetivo No.1 “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas” del Plan Nacional de Desarrollo “Toda una vida” 2017- 2021; para el año 2019, ésta brecha se encuentra en el 29.7% como lo indica la siguiente figura 3:

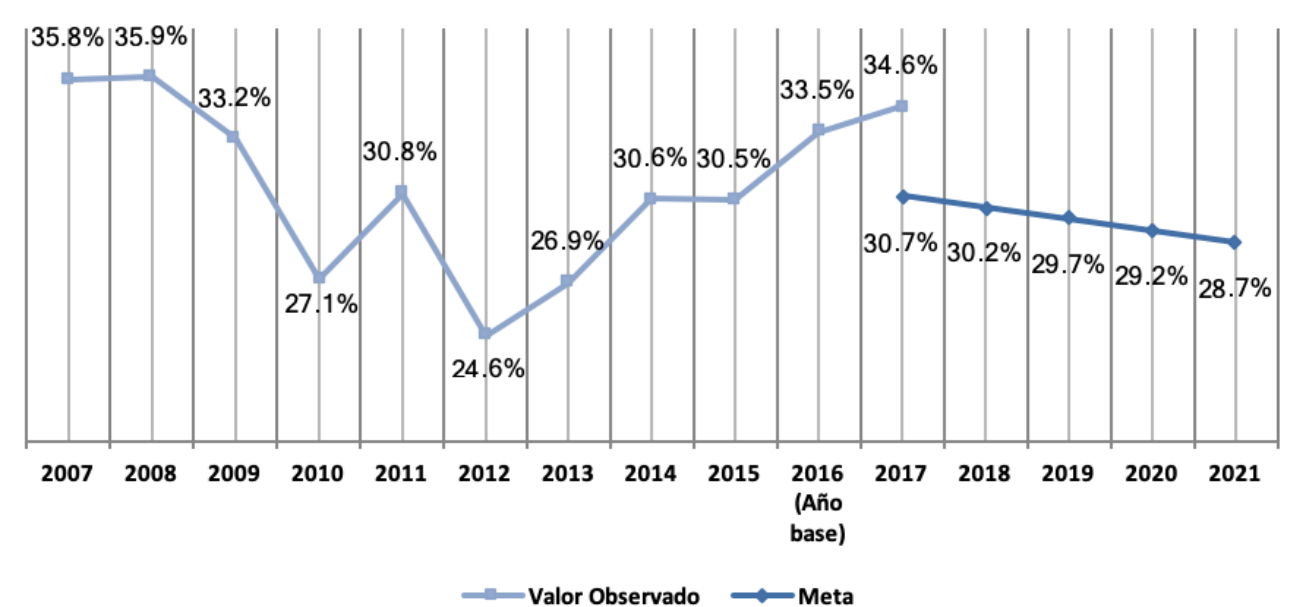


Figura 3 Brecha de empleo adecuado entre hombres y mujeres.
Fuente: Sistema Nacional de Información-INEC-ENEMDU. Brecha de empleo adecuado entre hombres y mujeres año 2019.
 Se puede evidenciar que ventajosamente, la brecha de empleo se ha ido reduciendo a partir del año base “2016”, es decir, dicha brecha era del 33.5% y para el año 2019 representará el 29.7% enfocadas en la meta de reducirla para el año 2021 en el 28.7%

Por otra parte, existe la brecha salarial cuando el valor del trabajo de un hombre y una mujer es el mismo pero el sueldo no; asimismo, según datos del SIN y de acuerdo también con el Objetivo No.1 "Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas" del Plan Nacional de Desarrollo "Toda una vida" 2017- 2021; para el año 2019, ésta brecha se encuentra en el 18.9% como lo indica la siguiente figura 4:

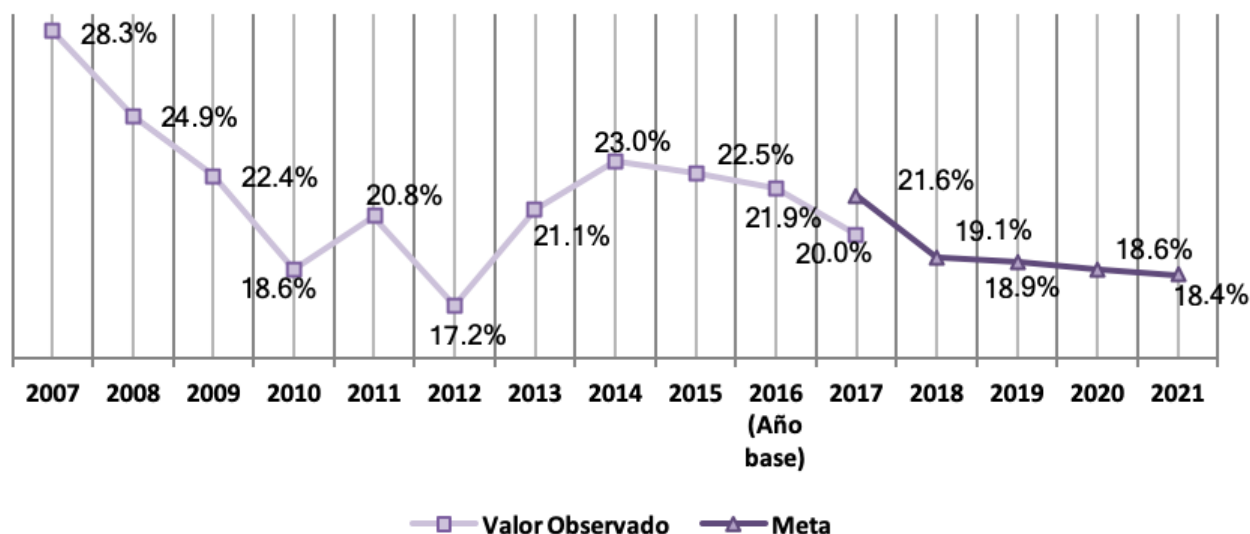


Figura 4 Brecha de empleo adecuado entre hombres y mujeres.

Fuente: Sistema Nacional de Información-INEC-ENEMDU. Brecha de ingreso laboral o salarial entre hombres y mujeres 2019

Como podemos observar, la brecha salarial se ha ido reduciendo a partir del año base "2016", donde correspondía al 21.9% y para el año 2019 representa el 18.9% enfocadas en la meta de reducirla para el año 2021 en el 18.4%.

Esta reducción en la brecha salarial puede deberse a que el sector productivo representada por las empresas de diferente tamaño (Grande empresa, Microempresa, Pequeña empresa, Mediana empresa B, Mediana empresa A), han incrementado sus contrataciones de manera cíclica; así se evidencia en el periodo 2017 en las grandes empresas, han aumentado 21.508 nuevos empleos, representando un incremento del 1,9% y 817 empleos en la Mediana empresa A con una diferencia del 0,4%, en relación al año 2016.

En este sentido, se atribuye la interacción de MIPYMES como un motor principal que activa a una parte de la economía nacional, sinónimo de máxima producción generada por la participación de las féminas en los sectores productivos a través de generación de nuevos establecimientos económicos y por consiguiente un principal aporte para la creación de fuentes de empleo.

RESULTADOS.

Investigación aplicada al Instituto Tecnológico Superior Japón

Encuesta dirigida a estudiantes

De acuerdo a lo expuesto anteriormente y con la finalidad de corroborar la problemática planteada y conocer el aporte que las mujeres brindan al desarrollo empresarial y social; se ha propuesto realizar el estudio en una mínima proporción para lo cual se ha tomado como referente el presente instituto, para lo cual; se ha ejecutado una investigación interna mediante la utilización de instrumentos estadísticos, para su aplicabilidad se involucra a los alumnos del establecimiento.

El presente estudio se dirigió a éste grupo de personas (estudiantes) del ITSJ que se encontró asistiendo regularmente a clases, donde se han tomado datos actuales al año 2019, correspondientes a la matriz ubicada en la ciudad de Quito. La misma pertenece a una población de 115 personas (N). Para calcular la muestra se aplicó el algoritmo del cálculo muestral, el mismo que permite definir la cantidad mínima de personas a ser encuestadas para disponer de datos con un grado de confiabilidad. Además, los datos calculados, fueron porcentualizados. Se ha considerado también que la probabilidad

de ocurrencia (p) y la de no ocurrencia (q) oscilan en el 50% cada una; además, nuestro nivel de confiabilidad (Z) está en 1.96 y finalmente el error de muestreo (E) en el 5%.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 115}{(115 * (0.05)^2) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 89 \text{ encuestas}$$

Se ha procedido a la aplicación de la encuesta a 89 personas, las mismas que han arrojado los siguientes resultados:

Pregunta 1. Género

Tabla 2 Género

GÉNERO	FRECUENCIA	%
Femenino	84	94
Masculino	5	6
TOTAL	89	100

Fuente: Instituto Tecnológico Superior Japón
Elaborado por: Los autores.

Interpretación. - En la mayoría de los casos se aplicaron las encuestas a 84 mujeres correspondientes al 94% de la población.

Pregunta 2. Cree usted que el desempeño de las mujeres en las empresas aporta al desarrollo de las mismas en:

APORTE DE LAS MUJERES EN LAS EMPRESAS	FRECUENCIA	POSICIÓN
Iniciativa	60	2do
Producción	50	4to
Comunicación	59	3ro
Integración	41	7mo
Honestidad	44	6to
Lealtad	32	9no
Sinceridad	36	8vo
Creatividad	64	1ro
Eficiencia	48	5to

Fuente: Instituto Tecnológico Superior Japón
Elaborado por: Los autores.

Interpretación. - Debido a que ésta pregunta tienen varias respuestas por cada persona, no se ha realizado el análisis en porcentaje, sino en posiciones obteniendo en primer lugar los aportes que en su mayoría consideraron y así sucesivamente; identificando en el puesto primero que las mujeres aportan en las empresas con creatividad, seguidamente tenemos que la iniciativa es otro factor predominante; asimismo, en tercer puesto se encuentra la comunicación y la producción en el cuarto lugar.

Pregunta 3. Considera usted que, en comparación con hombres en puestos laborales similares, las mujeres ganan...

Tabla 4 Las mujeres ganan en puestos similares a los hombres

LAS MUJERES GANAN	FRECUENCIA	%
Menos dinero	55	62
La misma cantidad de dinero	29	32
Más dinero	5	6
TOTAL	89	100

Fuente: Instituto Tecnológico Superior Japón
Elaborado por: Los autores.

Interpretación. - Se puede evidenciar que la mayoría que corresponden a 55 personas (62%), consideran que las mujeres ganan menos dinero en comparación a puestos laborales similares que ejercen los hombres.

Pregunta 4. Considera usted que, en comparación con los hombres, las mujeres obtienen...

Tabla 5 Oportunidades laborales de las mujeres

LAS MUJERES OBTIENEN	FRECUENCIA	%
Menos oportunidades de trabajo	54	61
Las mismas oportunidades de trabajo	25	28
Más oportunidades de trabajo	10	11
TOTAL	89	100

Fuente: Instituto Tecnológico Superior Japón
Elaborado por: Los autores.

Interpretación. - Se observa que 54 personas, correspondientes al 61%, indican que en comparación con los hombres, las mujeres menos oportunidades de trabajo.

Discusión.

En base a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, hemos evidenciado:

- Por un lado, comparamos y confirmamos el estudio investigativo relacionando a las mujeres en el campo laboral. Partimos de que en su mayoría las encuestadas son mujeres, por lo que tienen la suficiente experiencia en el campo laboral y social, además su participación ha sido muy importante en el desarrollo de la presente investigación.

- Por otro lado, se habla también del desempeño de las féminas y su aporte en el desarrollo económico y social. Aquí la relación parte del estudio enfocado a las formas y maneras que han sobresalido como características propias

en el desempeño laboral de las mujeres en las empresas. Indiscutiblemente la creatividad es uno de los pilares, ya que existe una habilidad para crear e inventar nuevas ideas y conceptos innatos que en muchas ocasiones las mujeres los poseen. En pleno siglo XXI la tendencia también parte de la iniciativa, siendo ésta la capacidad para idear, inventar o emprender cosas y que si bien tiene relación con la creatividad no es lo mismo, sobre todo en el campo del emprendimiento. La comunicación es otro factor tan importante y preponderante en una empresa ya que éste conlleva a la relación que debe existir entre los miembros de la comunidad, generando así un agradable ambiente de trabajo y a la integración de los mismos debido a que trabajar con las personas independientemente de su género es lo más difícil y más aún mantenerlos.

▪ Los resultados de las tablas 4 y 5, se asemejan más a la problemática planteada en la presente investigación, debido a que verificamos que existe la falta de equidad laboral como pueden darse en los cargos administrativos (que en su mayoría son las mujeres) y los cargos directivos (en su mayoría lo ejercen los hombres). Aquí los resultados obtenidos en las encuestas no se desprenden de la realidad ya que la mayoría considera que existen brechas tanto a nivel salarial donde las mujeres ganan menos que un hombre en puestos similares y tanto a nivel de oportunidades laborales, donde la mayoría considera que las mujeres tienen menos oportunidades de trabajo que los hombres.

▪ Finalmente, por la problemática mencionada y con la finalidad de disminuirla, las mujeres se deben empoderar del campo económico y social, y como aporte a la solución ha sido ejercer la autonomía en crear sus propias empresas. Por ésta razón y al tratarse de un campo educativo, cuya relación directa tiene con el campo laboral, tanto en el desarrollo social como en objetivos

gubernamentales, se ha visto también la importancia y necesidad de que las instituciones de educación superior deben contribuir en la formación estudiantil de calidad en cuanto a emprendimientos se refiere.

CONCLUSIONES

Conclusiones

En resumen y bajo los datos y resultados verificados, podemos decir:

- Actualmente las mujeres han alcanzado ocupar cargos laborales mayoritarios a nivel operativo, aunque a nivel directivo muy poco, pese a ello queda mucho por hacer aún, no pretendiendo superar a los hombres sino más bien luchando por alcanzar la igualdad de género y la equidad laboral. Con ello los ejes principales son las oportunidades laborales presentadas a las féminas que también lo pueden ejercer sin mayor dificultad y el trabajo remunerado por los mismos cargos y puestos de trabajo que asimismo competen a similares funciones desempeñadas por los hombres y remuneradas por la misma razón.
- Es inevitable negar que las formas de producción

de las mujeres han sido muy estratégicas en las MYPIMES, la mujer de por sí es educadora y tiene la habilidad de enseñar y trabajar en equipos, que con el aporte de su creatividad, iniciativa y comunicación, fomenta el desarrollo empresarial (económico) y al desarrollo social. Se concluye también que otro de las formas en cuanto a la tendencia en la producción de las mujeres, es buscar nuevas maneras de emprender donde resalten aspectos nuevos y novedosos como el coworking expuesto en el presente estudio.

- Uno de los objetivos importantes a considerar y que compete al sistema educativo es la incorporación de la asignatura de emprendimiento independientemente de la carrera profesional que cursen los estudiantes, debido a que es una manera de motivar y contribuye al desarrollo personal y profesional del individuo para su incursión en el mercado laboral. También ayudará al empoderamiento laboral de las mujeres y a su interdependencia laboral, generando así nuevos puestos y brindando oportunidades de trabajo no solo a mujeres sino también a hombres, contribuyendo de esta manera no solo a nivel económico sino también social.

- Finalmente podemos decir que si bien el desarrollo económico parte de una empresa, el desarrollo social también va de la mano sobre todo con la incursión de la mujer ya que ha elevado los niveles de ingresos, mejorado las vidas de sus familias, apoyando de manera económica en el hogar y ayudado a estabilizar sus comunidades; es decir, el rol de la mujer no solamente es empresaria sino también madre,

hija y esposa. Por ejemplo, una de las grandes motivaciones para las mujeres emprendedoras son sus hijos, puesto que hacerse cargo no es tarea fácil pero tampoco imposible, más aún si es madre soltera porque se ha demostrado que lo importante es dejar buenos ejemplos, legados, cultura, etc.



BIBLIOGRAFÍA

- **Deloitte. (Marzo de 2018). Recuperado el 08 de Abril de 2019, de Organización Internacional de Trabajo. (08 de Marzo de 2018).**

<https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/deloitte-analytics/articles/mujeres-2018.html#> OIT: La participación laboral de las mujeres aumenta pero el camino a la igualdad aún es largo en América Latina y el Caribe. Recuperado el 09 de Abril de 2019, de http://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_619953/lang--es/index.htm

- **El Telégrafo. (07 de Marzo de 2018). El 37% de mujeres ocupa cargos directivos y administrativos en Ecuador. Recuperado el 04 de Abril de 2019, de**

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/en-ecuador-el-37-de-mujeres-ocupa-cargos-directivos-y-administrativos> **Revista Líderes. (2017). Revista Líderes. Recuperado el 11 de Abril de 2019,** de <https://www.revistalideres.ec/lideres/cuatro-sectores-mujer-presencia.html>

Elsalario.com.ar. (2019). Elsalario.com.ar. Recuperado el Abril de 2019, de

<https://elsalario.com.ar/mujer/participacion-de-la-mujer-en-la-economia-mundial>

Medina, C. (Junio de 2017). El crecimiento del emprendimiento femenino en la ciudad de Quito, desde el año 2014:

Caso impacto, el proyecto de dos mujeres emprendedoras. Quito, Pichincha, Ecuador.

ONU Mujeres. (Febrero de 2015). ONU Mujeres. Recuperado el 10 de Abril de 2019, de

<http://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>

LA UTILIZACIÓN DE LAS AMALGAMAS PARA RESTAURACIONES EN PACIENTES CON SÍNDROME DE DOWN.

RESUMEN

La presente investigación se centra en analizar la facilidad de uso de las amalgamas en pacientes con Síndrome de Down debido a las características morfológicas que estos poseen las cuales dificultan el trabajo del operador por lo cual no se recomendaría el uso de un material estético como serían las resinas compuestas, entonces se prioriza que la restauración sea óptima y no estética, haciendo de esta una restauración óptima para pacientes especiales. Cabe recalcar que las amalgamas poseen alta toxicidad lo cual sería una desventaja tanto para el operador como para el paciente debido a que la amalgama es un material derivado del mercurio, plata, estaño y cobre y este desprende un gas que puede ser inhalado o incorporado a través de la piel, por esta razón se deben tomar precauciones para que el ambiente en el consultorio no sea contaminado. La metodología de esta investigación es bibliográfico documental por lo cual la misma estará fundamentada teóricamente con libros, artículos, tesis doctorales, estudios, entrevista clínica semiestructurada, investigaciones, entre otras, las cuales serán citadas al final.

Palabras claves: pacientes especiales, amalgamas, restauraciones dentales, facilidad, operador.

Autores:

Paula Hinojosa 1

Vinicio Chávez 2

Daniela Iñiguez 3

ABSTRACT

The present research focuses on analyzing the ease of use of amalgams in patients with Down Syndrome due to the morphological characteristics that they have which hinder the work of the operator, so the use of an aesthetic material such as composite resins, then it is prioritized that the restoration be optimal and not aesthetic, making this an optimal restoration for special patients. It should be noted that amalgams have high toxicity which would be a disadvantage for both the operator and the patient because the amalgam is a material derived from mercury, silver, tin and copper and this releases a gas that can be inhaled or incorporated into through the skin, for this reason, precautions should be taken so that the environment in the office is not contaminated. The methodology of this research is documentary bibliographic, so it will be theoretically based on books, doctoral thesis articles, studies, semi-structured clinical interviews, research, among others, which will be cited at the end.

Keywords: special patients, amalgams, dental restorations, facility, operator

1. Estudiante de la Escuela de Odontología de la Universidad Internacional del Ecuador. pau.hinojosa31@gmail.com 0000-0001-9075-4444

2. Docente Investigador del Instituto Superior Tecnológico Japón; Docente Investigador de la Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador, vchavez@uide.edu.ec, <http://orcid.org/0000-0003-3623-4178>

3. Estudiante de la Escuela de Odontología de la Universidad Internacional del Ecuador. imaddie44@gmail.com 0000-0002-0364-5547

INTRODUCCIÓN

El síndrome de Down o también llamado trisomía del par 21, es un trastorno genético causado por una copia total o parcial del cromosoma 21, en el cual los niños poseen características anatómicas y cognitivas especiales, en algunos casos estos suelen presentar problemas relacionados a los órganos dentales en comparación a un niño sin ningún tipo de padecimiento.

Las características de un paciente diagnosticado con este padecimiento pueden variar dependiendo del individuo y de la gravedad con la que este se presente, pero tienen características en concreto como son: el deterioro intelectual, ojos almendrados, cabeza relativamente pequeña con cuello corto, cara aplanada, orejas pequeñas o con aspecto peculiar, además poseen pequeñas manchas blancas en el iris denominadas manchas de Bushfield. Estos pueden a su vez presentar problemas cardíacos, respiratorios, auditivos y otros, por lo que si no son controlados pueden acortar el tiempo de vida del paciente.

En una rutina común tener un control de la salud bucal es importante, sin embargo, si hablamos de personas con síndrome de Down es imprescindible, cabe recalcar que la rutina se vuelve complicada para el operador debido a los problemas conductuales que presentan estos pacientes colocándose en una situación incómoda, se vuelve difícil mantenerlo quieto mientras se está realizando algún procedimiento dental de larga duración complicando así los resultados del mismo.

Si hablamos de odontología restauradora, su objetivo principal es devolver la vitalidad, funcionalidad y estética a los órganos dentales, tras un tratamiento de endodoncia se debe evaluar cual es el material de protección dentino-pulpar que se va a utilizar, es de suma importancia obtener una respuesta pulpar debido a que si esta se deteriora el órgano dental a su vez también se pierde, puesto que la función principal de esta es nutrir al diente como brindarle también una respuesta defensiva, entonces es necesario evaluar las características de cada material en relación a cada paciente para saber cuál es el adecuado en cada caso.

Si hablamos de pacientes con Síndrome de Down se debe priorizar la funcionalidad y vitalidad del diente sobre la estética del mismo, debido a que el uso de ciertos materiales que se ven más atractivos estéticamente no siempre son los adecuados.

Debido a las dificultades anteriormente descritas, el tiempo de trabajo debe reducirse significativamente, se debe utilizar un material óptimo y que tenga una larga longevidad de manera que se reduzcan el número de vistas al odontólogo por estas afecciones, para lo cual se plantea las amalgamas dentales como una solución restaurativa adecuada para los pacientes con Síndrome de Down. Este material es de inserción plástica, el mismo está compuesto de una mezcla de metales como son el mercurio, cobre, plata y estaño, por otro lado, es un material que perdura mucho tiempo en la cavidad bucal o es permanente dependiendo de un trabajo adecuado, algunos de los profesionales los rechaza debido a la toxicidad del mercurio. Es de gran importancia saber que el mercurio pierde su toxicidad si es combinado con los materiales ya antes mencionados lo que lo convierte según la ADA (American Dental Association) en un material seguro de uso dental común afirmando que varios estudios realizados demuestran la seguridad de la amalgama, aclarando que se debe manipular de una manera adecuada este material y tomando ciertas precauciones para evitar la contaminación del consultorio.

MATERIALES Y MÉTODO

Se realizó un estudio exploratorio bibliográfico documental, donde se tuvo en cuenta dos tipos de perspectivas acerca de la amalgama, un material aceptado y rechazado por algunos profesionales odontólogos y representantes de los pacientes con Síndrome de Down. En el que se tomó en cuenta la opinión tanto de dos profesionales de la salud, como dos representantes de los pacientes, para así tener respuestas abiertas por parte de cada uno, ya que se realizó una entrevista clínica semiestructurada conformada por seis preguntas claras y específicas (ver anexo 1) para obtener las respuestas adecuadas al material y su experiencia ante la amalgama.

Además, el contenido e información utilizado acerca del material se ha obtenido de libros, donde específicamente se habla de materiales odontológicos, artículos relacionados con restauraciones odontológicas, informes y consultas acerca de la amalgama y su uso principalmente, teniendo así amplia información sobre esta la cual será citada respectivamente su uso.

MARCO TEORICO

Patologías relacionadas al Síndrome de Down que pueden complicar las enfermedades dentales

El síndrome de Down o trisomía es una enfermedad genética en la cual el individuo en cuestión posee un cromosoma #21 extra, es decir, una persona genéticamente normal posee 46 cromosomas, 23 provenientes de la madre y 23 provenientes del padre, en el caso de un niño con Síndrome de Down hay una traslocación cromosómica por lo cual tienen 47 cromosomas. La recurrencia de la enfermedad dependerá si alguno de los padres es portador de una traslocación, en sí, no influye en

mayor grado la edad materna, pero el riesgo de poseer la enfermedad es más alto si el portador es la madre y finalmente en caso de que los dos padres sean portadores la recurrencia de Síndrome de Down en su descendencia será del 100%.

En los pacientes con Síndrome de Down es indispensable consultas al odontólogo, las cuales deben comenzar a partir de los 2 años de edad debido a la erupción tardía de los dientes en la cual, los molares erupcionan antes que los dientes anteriores, (esta característica puede ser dependiente del individuo) y cabe recalcar que no hay un patrón de erupción establecido, y si hablamos de dentición temporal en niños con Síndrome de Down se completa alrededor de los 5 años. Posteriormente a los dos años, las consultas al odontólogo deben ser cada 6 meses siempre y cuando el paciente mantenga una higiene dental optima y no presente ninguna enfermedad dental.

Hay gran controversia en cuanto a la presencia de caries en niños que poseen Síndrome de Down por lo cual, muchos profesionales de la salud afirman que las probabilidades de que un niño con este padecimiento las presente son menores comparados con los niños que no las tienen esto debido a que estos padecen exceso de salivación y un pH más alcalino en las mismas, otro factor puede estar relacionado a la erupción tardía de los dientes y finalmente el bruxismo el cual es muy frecuente en los niños con Síndrome de Down dejando superficies oclusales planas y lisas por lo cual se facilita su limpieza.

Si hablamos de un paciente pediátrico con Síndrome de Down que a su vez presenta caries debemos considerar que previo a la restauración se debe realizar una endodoncia

con el fin de tratar las alteraciones pulpares y las repercusiones de la misma sobre los tejidos periapicales del diente, en este procedimiento se necesita ser muy meticuloso para lograr que este sea exitoso, se debe ser muy cuidadoso debido a que al ser las caries una enfermedad bacteriana se debe evitar que esta avance de manera acelerada a una infección odontogénica que pueda poner en riesgo la vida del paciente.

La gran mayoría de estos pacientes presentan un sistema inmune deficiente por lo cual, las enfermedades infecciosas avanzan más rápido una vez que se presentan y son más difíciles de controlar que en caso de un paciente sin este padecimiento, por esta razón la importancia del tratamiento.

Los pacientes con Síndrome de Down en 50-60% también presentan cardiopatías por lo cual es indispensable que se le realice un electrocardiograma en los primeros años de vida, odontológicamente es de vital importancia ya que procedimientos dentales pueden tener riesgo de endocarditis infecciosa lo que pondría en riesgo la vida del paciente por lo cual es necesario tener una profilaxis antibiótica en los tratamientos dentales de mayor importancia.

Además, más del 50% presentan problemas tanto oculares como el estrabismo, la miopía, hipermetropía y caratas que son las más frecuentes; como también problemas auditivos en donde la hipoacusia es la más frecuente.

A su vez los pacientes diagnosticados con Síndrome de Down presentan características morfológicas que pueden dificultar del trabajo del odontólogo tanto en el tratamiento endodóntico como en el tratamiento restaurativo.



Alteraciones asociadas al síndrome de Down

Son consecuencia de trastornos neurológicos y matrices, del desarrollo craneofacial y del sistema inmunológico y se resumen en la siguiente tabla:

ÁREA	CONDICIÓN
Paladar	En escalera, altura palatina reducida, forma en V, angostura, hipoplasia maxilar superior
Labios	Queilitis angular, labio inferior evertido, no sellado labial, agrietados, gránulos de Fordyce, frenillo labial superior corto
Lengua	Fisurada, escrotal, macroglosia, protrusión, procesos adenoideos
Dientes	Microdoncia, agenesias, supernumerarios, erupción retardada e irregular en ambas denticiones, retención prolongada de la dentición temporal, taurodontismo, fusiones, facetas de desgaste, abrasiones, hipoplasia del esmalte, baja incidencia de caries
Periodonto	Gingivitis, periodontitis (tipo juvenil, grave) en ambas denticiones, holitis, aumento del pH salival, disminución secreción, progresión severa y rápida
Oclusión	Bruxismo normalmente diurno, mordida abierta, mordida cruzada uni o bilateral, Clase III esquelética por hipoplasia maxilar, pseudoprogatismo
Función	Respiración oral, interposición lingual, hipotonía muscular, sequedad mucosa, mordisqueo línea alba, deglución atípica

Fig1. Tomada de atención bucodental y síndrome de Down

En la tabla 1 se puede apreciar a las alteraciones de los pacientes con Síndrome de Down, por lo cual tras la endodoncia es necesario evaluar un material que se adapte más a las necesidades del paciente y en este caso que tenga una perduración en los pacientes de manera que este procedimiento que es de larga duración y que es realizado meticulosamente se repita lo menos posible y a su vez se evite la incomodidad del paciente ante el procedimiento. Entonces se consideran las amalgamas dentales como una solución a este problema planteado, el objetivo principal de la restauración es devolver la vitalidad pulpar al órgano, dientes que en caso de los pacientes con Síndrome de Down son más pequeños, pueden tener algún tipo de deformación. A su vez por la comodidad del paciente y del operador es necesario que el procedimiento se realice en un número de sesiones lo más reducido posible.

AMALGAMAS

Las amalgamas son un material dental versátil y duradero, por lo cual es una de sus características más importantes para su uso en pacientes con Síndrome de Down cabe recalcar que si realiza un procedimiento adecuado, estas pueden ser permanentes lo que es una ventaja para los pacientes, de esta forma no se tendría que recurrir al mismo procedimiento varias veces o al menos no en un mismo diente.

Es también importante comparar la microfiliación de las amalgamas dentales con la de una resina compuesta que son las más utilizadas actualmente, es de vital importancia en una restauración y más en pacientes con Síndrome de Down que no exista una microfiliación entre el diente y la restauración de manera que no se presente una enfermedad que afecte los tejidos dentales, de manera que el profesional debe realizar este procedimiento de la mejor manera posible para evitar estas consecuencias.

Es de gran importancia saber elegir el material de restauración óptimo, si hablamos a su vez de materiales tenemos gran variedad de opciones en las que normalmente se consideran, la estética y la resistencia mecánica, sin embargo, en estos casos la estética es factor menos importante en tanto se resuelva el problema clínico del paciente cuestión. Por lo tanto, un material óptimo deberá ser fácil de trabajar, tendrá una resistencia mecánica alta y tendrá gran durabilidad en la cavidad bucal.

AMALGAMAS Y OTROS MATERIALES DE RESTAURACIÓN.

Resinas compuestas.

Si bien las resinas compuestas son un material estético no es la mejor opción para pacientes

con síndrome de Down, ya que si bien tienen una fuerza que es mayor a los ionómeros de vidrio, esta no supera la fuerza de la amalgama y a su vez estos se desgatan con mayor velocidad resultado de la abrasión del cepillado de dientes y el de los alimentos y el bruxismo el cual en un paciente con síndrome de Down se presenta con mucha frecuencia, existen varios tipos de resinas compuestas en las que a mayor relleno mayor resistencia y mayor es su módulo elástico sin embargo ningún tipo de resina supera la resistencia de las amalgamas.

Además si el estrés de contracción de las resinas provoca que la restauración se separa de las paredes del diente en cuestión se provocaría micro filtración complicando así el problema, a su vez este es un material que absorbe agua por lo cual al momento de manipularlo el ambiente debe ser lo menos húmedo posible ya que el agua ablanda la matriz de la resina lo que provoca que este material se vaya dañando conforme avanza el tiempo este último se complica debido a que al paciente se le dificulta pasar mucho tiempo y quedarse quieto, además la macroglosia y el exceso de salivación hacen que lograr una restauración optima que perdure sea muy difícil.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se realizó una entrevista con respuestas abiertas a cuatro personas, de las cuales dos fueron tomadas a odontólogos profesionales y dos a representantes legales de los pacientes. Esto permitió que se tenga en cuenta varios puntos importantes en cuanto a las amalgamas dentales.

Tiempo de duración de la amalgama

Se considera al uso de la amalgama dental dentro de la cavidad bucal como uno de los materiales más duraderos y óptimos, según el

criterio de los dos odontólogos entrevistados, ya que alegan una durabilidad de 30 a 40 años dentro de boca para las amalgamas a comparación del uso de las resinas compuestas que tienen un tiempo de perduración de 3 a 4 años estos dependientes de los cuidados que el paciente tenga con la restauración y su cuidado. Al igual que la ADA (American Dental Association), después de varios estudios realizados comprueba la larga durabilidad de las amalgamas dentales en comparación con los otros materiales de restauración.

Facilidad De Uso De La Amalgama

La manipulación de los materiales es un factor muy importante ya que de esta dependerá el resultado final y el éxito de una restauración dental, si bien al utilizar este material los profesionales coinciden que una desventaja es que se debe desgastar mas el diente de manera que la amalgama quede bien adaptada a las paredes del diente para evitar la microfiltraciones de agua y alimentos comparada con los otros materiales restauradores, los profesionales también coinciden que su manipulación es mucho mas sencilla, ya que la amalgama es un material que se une al diente y pertenece en el por retención física y es mucho más rápido realizarla por lo cual el paciente no debe permanecer demasiado tiempo quieto y con la boca abierta lo cual es una ventaja importante si nos referimos a pacientes con síndrome de Down, a diferencia una de la resina compuesta en la que se aplica un agente adhesivo y se debe colocar por capas para evitar el estrés de compresión.

Cabe recalcar que hay que tomar las debidas precauciones en el consultorio dental debido que al ser este un material de toxicidad menor por contener mercurio en su composición puede desprender un gas que a largo plazo puede deteriorar la salud tanto del paciente como del operador.

Los representantes legales de los pacientes con

Síndrome de Down coinciden a que es una gran ventaja utilizar este material debido a que si se realiza correctamente no se deberá realizar el mismo procedimiento más veces.

Restauraciones óptimas

Según uno de los profesionales entrevistados, las restauraciones óptimas hacen referencia en cuanto a sus terminales marginales, a función masticatoria sea adecuada, que no vaya a repercutir con problemas en el paciente que se esté tratando, que se logre remineralizar el órgano dental. Los dos odontólogos coinciden en los mismos criterios en cuanto a restauración óptima se refiere, y concluyo que de igual modo se logre garantizar con cumplir la función de los órganos, principalmente si estos son los dientes posteriores de la cavidad bucal.

Mantener el uso de amalgamas

Según los odontólogos entrevistados, comentan que el uso de amalgamas se ha reducido en su totalidad, por la toxicidad que presentan al momento de su mala manipulación, por tal motivo se requiere una manipulación diferente y adecuada para que se pueda seguir con su uso, ya que su trabajo de ser usadas en restauraciones es muy eficaz para sus pacientes si hablamos de funcionalidad a que de estética, en la entrevista se evidencia que a pesar de que se presente toxicidad se prefiere mantener el uso de la amalgama para restauraciones principalmente en casos especiales como es en pacientes con Síndrome de Down, debido a su rapidez con la que se usa y actúa dicho material.

Se han considerado que las amalgamas deberían seguir usándose con las medidas necesarias y respectivas para que se pueda dar una buena manipulación sin que se dé la afectación tanto para el operador como para el paciente y así, tener restauraciones óptimas.

Reducción de visitas al odontólogo

Al realizar una adecuada restauración odontológica usando la amalgama en pacientes con Síndrome de Down se reducirían las visitas odontológicas para un control adecuado, ya que si se usa amalgamas el tiempo de perduración seria ampliamente duradero, como se nombraba anteriormente alrededor de 30 a 40 años dentro de boca, sobre este aspecto coinciden los representantes de los pacientes la utilización de amalgama en usos especiales principalmente ya que así, se reduciría las visitas y se tendría un mejor resultado ante la restauración.

CONCLUSION

Se ha considerado a la amalgama dental como una alternativa muy interesante y que otorga una facilidad al momento de la manipulación tanto para el paciente como para el operador según la mayoría de los odontólogos entrevistados, debido a que es de vital importancia realizar un trabajo que tenga resultados exitosos para no complicar el diagnostico de estos pacientes agravando su condición, cabe recalcar que si bien no se está tomando en cuenta la parte estética de las restauraciones se está priorizando la funcionalidad de las mismas que es un factor indispensable, y a su vez se reduce la incomodidad del paciente ante los tratamientos de larga duración, reduciendo estos a una sesión exitosa si es posible en una sola.

Entonces podemos decir que la amalgama dental es una restauración óptima para pacientes con necesidades especiales en este caso con Síndrome de Down, en donde se debe tomar las precauciones debidas para que el trabajo en el consultorio sea lo más cómodo posible tanto para el operador como para el paciente en cuestión

BIBLIOGRAFÍA

Aguilera, D. F. (19 de Julio de 2019). Uso de amalgama. (P. Hinojosa, Entrevistador)

Carrillo, D. M. (20 de Julio de 2019). Amalgamas. (P. Hinojosa, Entrevistador)

Henostroza, G. (2006). Estetica en odontología restauradora. España: Ripano.

Hinojosa, D. J. (20 de Julio de 2019). Amalgama. (P. Hinojosa, Entrevistador)

Martinez, D. (19 de Julio de 2019). Citas odontológicas. (D. Iñiguez, Entrevistador)

Salazar, M. (20 de Julio de 2019). Citas odontológicas. (D. Iñiguez, Entrevistador)

Terry, D. A. (2018). Esthetic and Restorative Dentistry. China: Quintessence.

Toffenetti, E. (2010). Odontología restauradora. España: Elsevier.

INTROSPECCIÓN DE LA CULTURA URBANA Y LAS VISUALIDADES ONTOLÓGICAS DEL HIP HOP A TRAVÉS DE UNA CAMPAÑA COMUNICATIVA

Autores

Segundo Marcelo Astudillo Montalbán ¹
Gonzalo Abraham Viñán Carrasco ²
Hishochy Delgado Mendoza ³

RESUMEN

En el presente trabajo investigativo hemos hecho un recorrido por diferentes puntos que enmarcan la comunicación publicitaria, como también el proceso de concientización de los jóvenes para incrementar el respeto hacia la cultura urbana hip hop, teniendo importancia el impacto que generan las imágenes y los mensajes mediante las campañas publicitarias como medio informativo con ideas genuinas. Así mismo con los elementos pertenecientes a la cultura urbana hip hop y sus efectos positivos que generan como aporte cultural urbano a la sociedad.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación publicitaria, cultura urbana del Hip Hop, campaña comunicativa.

ABSTRACT

In this research work we have made a tour of different points that frame advertising communication,

as well as the process of awareness of young people to increase respect for hip hop urban culture, having importance the impact generated by images and messages through advertising campaigns as an information medium with genuine ideas. Also with the elements belonging to hip hop urban culture and its positive effects that generate as an urban cultural contribution to society.

KEYWORDS:

Advertising communication, deconstruction, ontological visuals, urban Hip Hop culture, communicative campaign

INTRODUCCIÓN

Dado el crecimiento de los integrantes de diferentes culturas urbanas de la ciudad de Santo Domingo - Ecuador, entidades gubernamentales de dicho sector implementan diferentes estrategias dirigidas a la ciudadanía para que mediante campañas comunicativas se

¹ Diseñador con mención en Comunicación Visual (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2012-2017), Certificación Internacional de Adobe (2014), Miembro del Grupo de Emprendedores de la PUCESD.

² Magister en Gerencia y Liderazgo Educacional (Universidad Técnica Particular de Loja, 2011- 2013), Licenciado en Diseño Gráfico (Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2004 - 2009), Instructor de herramientas de Adobe EEUU. (2009 - 2017), Director de Investigación y Postgrados PUCE SD (2013 - 2015).

³ Doctorando en Artes y Educación (Universitat de Barcelona, España, 2015-2019), Magister en Ciencias de la Educación (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2012-2015), Licenciado en Historia del Arte (Universidad de la Habana, Cuba, 2004-2009); Docente Investigador del Instituto Superior Tecnológico Japón.

busque la protección integral de estos grupos o movimientos culturales. Una de las recientes estrategias realizadas es sensibilizar a los jóvenes de la ciudad sobre el respeto hacia la cultura urbana hip hop, considerando la igualdad y la inclusión.

Dichas estrategias se encuentran elaboradas mediante características y estilos que se encuentran enmarcados dentro de la comunicación visual, utilizando la campaña publicitaria como medio para crear productos gráficos para sensibilizar a los jóvenes sobre el respeto hacia la cultura urbana hip hop en los diferentes sectores de la ciudad, para esto se aplicaron procesos de investigación, generando resultados que sirvan de información para los productos de diseño de la campaña.

Una campaña publicitaria es una serie de anuncios coordinados en uno o más medios que, aunque capaces de mantenerse independientemente, están basados en una misma estrategia o tema principal (Landa, 2011). Además sirve dentro de la investigación, como un plan de publicidad que cuenta con varios elementos o anuncios coordinados y relacionados entre sí, para que estén presentes en diferentes medios capaces de llamar la atención independientemente, todo en un determinado tiempo y poder así generar un impacto en conjunto.

Por medio de antecedentes se realizó una investigación sobre información relevante, como la campaña realizada al sur de la ciudad de Quito que fue elaborada con el fin de incrementar el respeto hacia esta cultura urbana en este sector de la ciudad capital de Ecuador (Cisneros, 2016). Como también otros tipos de datos apreciables que sirvieron en buena forma en la investigación. Se desarrolló preguntas de investigación, que fueron acompañadas del objetivo general que es elaborar una campaña comunicativa que sensibilice a los jóvenes de Santo Domingo entre 15 a 19 años de edad, sobre el respeto hacia la cultura urbana hip hop, para el "Consejo Cantonal para la Protección de Derechos Santo Domingo-Ecuador." En conjunto a los objetivos específicos

que son el diagnosticar la percepción de los jóvenes y diseñar la campaña.

En cada uno de los objetivos se emplearon el enfoque, el tipo de investigación y el método, que también sirvió para delimitar la muestra donde se obtuvo como resultado el total de 380 jóvenes. Posteriormente para la utilización de los instrumentos de recolección de datos donde se seleccionó a 190 jóvenes para aplicarles las encuestas, a 6 jóvenes para las entrevistas, y el restante 184 para la observación participante en los eventos y actividades que realicen el colectivo de hip hop, y finalmente se planteó el enfoque para la parte gráfica del proyecto.

Los resultados obtenidos se derivaron del análisis de cada una de las técnicas de recolección de datos como sus respuestas, acompañado de sus conclusiones. En esta sección se trabajó independientemente por objetivos para obtener una vista más detallada.

En el primer objetivo, los datos obtenidos tanto en la encuesta como en la entrevista aplicada a los jóvenes que llegan a un promedio de 95% afirman el hecho de que deben existir más campañas que permitan la inclusión de la cultura urbana hip hop y los diferentes movimientos artísticos en la ciudad.

Como segundo objetivo, se aprecia la falta de información que mantiene la ciudadanía y en especial los jóvenes sobre las culturas urbanas de la ciudad afecta a la percepción sobre ellas, siendo este el problema principal sobre la cultura urbana hip hop justifica diseñar una campaña como una alternativa de solución.

EL DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL

La percepción y la comunicación visual

La percepción es muy importante dentro del diseño, ya que permite de manera visual informar acerca de un producto o servicio para conocer cuáles son sus intenciones. Este proceso surge

como un conjunto de sistemas sensoriales en el cual la luz es captada por nuestros ojos para inmediatamente ser interpretada por nuestro cerebro (Archundia, 2012).

La comunicación visual se produce en todo momento en el entorno, desde el momento en que se abren los ojos se observan una variedad de tipos de formas y colores, objetos que se relacionan de diferente manera de acuerdo a un registro histórico de imágenes y conceptos. Según (Munari, 2008, pág. 34), "la comunicación visual prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, etc. Imágenes que tienen un valor diferente, según el contexto en el que están insertas".

En el ámbito de las culturas urbanas, la percepción y comunicación visual tiene como objetivo la comunicación de sus 5 elementos (Graffiti, Break Dance, MCing, DJing, Conocimiento), para ser percibidos e interpretados de manera positiva dentro los aportes que genera a la sociedad.

El diseño gráfico: una aproximación conceptual

El diseño gráfico es un proceso de creación visual con el propósito de comunicar un mensaje a un público definido, mediante la utilización de elementos gráficos, cromáticos y reglas que forman un conjunto para dar más sentido a la comunicación e interpretación del mensaje visual, y a su vez impactar a un público definido (Wong, 2012).

Según (Landa, 2011, pág. 126), el diseño gráfico es una forma de comunicación visual que se utiliza para enviar un mensaje o información a una audiencia. Todo esto mediante la representación visual de una idea basada en la creación, selección y organización de los elementos visuales.

El diseño gráfico es una herramienta primordial que, mediante la utilización de sus elementos

y recursos, permitirá elaborar y codificar de manera gráfica los rasgos característicos de la cultura urbana en cuestión, y así tener una correcta aplicación en los productos dentro de la campaña.

Clasificación del diseño gráfico

Dentro de la siguiente clasificación se compararán los diferentes enfoques que tiene el diseño gráfico en todas sus disciplinas, teniendo en cuenta las aptitudes, propiedades y también las limitaciones de cada una de ellas, para mantener claro el lenguaje comunicacional y los lenguajes propios de cada lenguaje gráfico, lo que se puede comunicar con cada herramienta y que no.

Según Joan Costa, plantea la clasificación en diferentes disciplinas del diseño gráfico, como: Editorial, Publicitario, Embalajes, Identidad, Señalético, y Técnico. Pero a continuación se detallará las disciplinadas afines al actual proyecto de investigación:

Tabla 1:

Clasificación de las disciplinas del diseño gráfico.

Disciplinas del Diseño Gráfico	Producciones	Códigos	Estrategias	Efectos sociales
Editorial	Libro	El texto	La sucesión de páginas	Información sobre datos y acontecimientos
	Revista	La ilustración	La comunicación bi-media	Opinión
	Periódico	El color		
	Comic	La página		
	Publicaciones diversas	La compaginación		
Publicitario	Prospecto	Slogans	Motivación	Persuasión
	Catálogo	Imágenes	Difusión	Estimulación de actos de compra y consumo
	Anuncio	Textos	Repetición	
	Cartel	Marcas Colores		
Identidad	Marcas	Emblemas	Instantaneidad perceptiva	Identificación
	Logotipos	Tipografías	Personalizar las comunicaciones visuales	Imagen de marca de productos, Empresas e Instituciones
	Planes de identificación	Simbología		
		Colores		
		Sistemas de diseñado		

Nota: Se resumen de forma clara las disciplinas del diseño gráfico como producciones, códigos, estrategias. Fuente: Clasificación de las disciplinas del diseño gráfico. (Costa, 2016)

Las campañas comunicativas se basan en la manejo del diseño gráfico publicitario que utiliza estrategias de motivación y difusión con códigos como imágenes, textos, marcas y colores, para persuadir al público objetivo.

Diseño de información persuasiva

Dentro de la clasificación de las disciplinas del Diseño Gráfico, el Diseño Publicitario se caracteriza por la persuasión, que hace referencia a convencer a un determinado público sobre las características de un individuo o grupo determinado, y que este público crea y se convenza de lo que se plantea mediante las estrategias de diseño gráfico.

En otras palabras, este diseño de información se basa en convencer al individuo a que piense y reaccione como uno quiera, siempre y cuando se mantenga cómodo con la información recibida y no presionado. Un efecto que le genere algo positivo que le llame su atención como puede ser un: afiche impactante, agradable, un dialogo, una imagen ingeniosa, entre otras (Rodríguez, 2016).

Retórica y publicidad: un binomio que intenta hacer campaña

Según (Kloter & Armstrong, 2008, pág. 363), "La publicidad es cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado". La publicidad dentro del marco social hace de portavoz del sistema social, no actúa solo como instrumento económico para el consumo, sino también es un instrumento de comunicación y de reproducción social (Alvarado, 2010).

Según los dos autores contrastan en que la publicidad está dirigida a un fin más comercial,

ya que la primera definición claramente señala un pago por un producto o servicio; mientras que en la segunda hace referencia no al pago en sí, sino más bien a la publicidad como instrumento de comunicación; por tal motivo se puede definir a la publicidad como la presentación y promoción de ideas o servicios, tanto comerciales o no comerciales dirigidas a un público específico.

Campaña publicitaria

Una campaña publicitaria es una serie de anuncios coordinados en uno o más medios que, aunque capaces de mantenerse independientemente, están basados en una misma estrategia o tema principal (Landa, 2011).

Dentro de la investigación, la campaña publicitaria servirá como un plan de publicidad que contará con varios elementos o anuncios coordinados y relacionados entre sí, para que estén presentes en diferentes medios capaces de llamar la atención independientemente, todo en un determinado tiempo y poder así generar un impacto en conjunto.

Tipos de Campañas Publicitarias

Los tipos de campañas publicitarias se clasifican según su uso, como se observa en la siguiente tabla:

Clasificación de las campañas publicitarias

TIPOS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS			
Según la identificación del producto	No comerciales	Propaganda	
		Cívica o de bien público	
	Comerciales	De imagen corporativa	Político
			Económicos Sociales Gestión de marca disfrazada
		De gestión de marca propiamente dicha	Industrial o genérica Cooperativa Corporativa Sombrilla De marca
			Individuales
Según el objetivo de la campaña	Campaña de expectativa		
	Campaña de lanzamiento		
	Campaña de Sosténimiento		
	Campaña de reactivación		
	Campaña de relanzamiento		
	Campaña de reposicionamiento		
	De venta fuerte		
Según el receptor de la comunicación	Campañas según la ubicación geográfica del receptor		
	Campañas según la relación que tenga el receptor con la marca		
	Campañas según aspectos demográficos		
	Campañas según la escala de actitudes		
Según la oferta	Campañas según la actitud competitiva		
	De corrección de posicionamiento		
	De recordación o afianzamiento		
Otras clasificaciones	Emocionales o racionales		
	Denominaciones mixtas		
	Especializadas y de poco uso		

Nota: Se resume de forma clara los tipos de campañas publicitarias. Fuente: Tabla de clasificación de las campañas publicitarias (Molina & Morán, 2007)

Las campañas publicitarias son consideradas como técnicas que se utilizan para promover una marca, producto o empresa. Estas, pueden constar de un anuncio puntual o de varias piezas gráficas que generan un impacto en conjunto, a través de diferentes medios o canales, con el fin de lanzar un producto al mercado, reactivar la motivación del consumidor, o a su vez como medio de expectativa, diferenciándose cada una de ellas por su uso, objetivo o el público al cual van dirigidas.

Campaña cívica o de bien público

Este tipo de campañas publicitarias son realizadas por entidades sin ánimos de lucro, donde su fin es cambiar la actitud masivamente con un enfoque positivo hacia los conglomerados sociales (Molina & Morán, 2007).

El desarrollo de la propuesta para solucionar el problema de la investigación, se basa dentro del tipo de campaña según la identificación del producto, con la clasificación no comercial de bien público, ya que se tratará de cambiar la percepción hacia la cultura urbana hip hop en la ciudad.

La Fotografía: un aparato visual que persuade

Se puede definir a la fotografía de manera subjetiva como la captura gráfica de una singular acción de la vida. Una representación de la realidad, más fidedigna que la pintura, tiene la capacidad de retratar de una manera inmediata aquello que está ocurriendo (Barbancho, 2016). El uso de la fotografía es aplicable en diferentes áreas, ya que se puede utilizar los recursos visuales para transmitir el mensaje de forma directa a los espectadores, por tal motivo se puede aplicar en diferentes campañas comunicativas, en este caso para poder plasmar la forma en que los integrantes de la cultura urbana hip hop denotan sus características.

Composición en fotografía

Dentro del área fotográfica, la composición consiste en agrupar las figuras o elementos para así conseguir el mejor resultado posible dentro de una fotografía, así mismo también se lo considera como proceso por la cual el artista maneja la materia del sujeto de que dispone, dentro del espacio de la fotografía (Archundia, 2012).

La composición es aplicada tanto a la fotografía como al diseño gráfico, ya que consiste en ubicar los elementos y distribuirlos para obtener un equilibrio y sensación visual favorable dentro de un espacio determinado.

Formato de la imagen

Dentro del formato de la imagen se tiene el formato vertical y el formato horizontal. El formato vertical es el más difícil de obtener con éxito ya que la visión humana es horizontal y las imágenes apaisadas nos resultan más cómodas. El formato horizontal es el idóneo para fotografía de paisajes, y como se mencionó anteriormente es el idóneo para el ojo humano y el más comúnmente utilizado (Mellado, 2014).

Aunque el formato horizontal es el más idóneo para la vista de los seres humanos, se utilizara con más frecuencia el formato vertical, ya que se pretende por medio de la fotografía plasmar las características de cada integrante de la cultura urbana hip hop.

Géneros fotográficos

En el diverso mundo de la fotografía existe la necesidad de etiquetar a la fotografía en géneros para su fácil distinción, por tal motivo se resaltan a continuación las más principales para la elaboración de la campaña comunicativa (Easterby, 2012).

Los géneros fotográficos expuestos a continuación son los que prevalecen para poder demostrar las cualidades de los integrantes de la cultura urbana hip hop, ya que mediante la fotografía de estudio se podrá resaltar los rasgos de cada integrante; con la fotografía de calle se podrá seguir cuáles son sus reacciones que mantienen con la sociedad y los aportes que brindan y por último con la fotografía retrato se podrá trabajar en la parte de la personalidad de cada individuo.

Fotografía de calle

La paciencia es la virtud fundamental en este tipo de fotografía, ya que es necesario pasar mucho tiempo, inclusive horas esperando la correcta combinación de luz, momento y oportunidad, para obtener fotografías realmente buenas (Easterby, 2012).

Su utilización dentro del proyecto es retratar la realidad en la cual estas personas se desenvuelven, como en los lugares públicos donde los hip-hoperos se encuentren realizando sus actividades culturales, dado que en dichos lugares es donde comúnmente se agrupan.

Fotografía de retrato

En la fotografía de retrato se busca demostrar el carácter pleno de la persona, este tipo de fotografía es contrario a los otros géneros fotográficos donde se espera, se estudia la escena y se dispara. (Easterby, 2012). En la fotografía de retrato dentro del proyecto se trabajará con personas que a emanen características de la cultura urbana hip hop, rasgos faciales y expresiones distintivas de sus integrantes.

Fotografía de eventos

Es el tipo de fotografía en la que el fotógrafo debe estar siempre listo para capturar el momento exacto de la noticia, acción o movimiento que genere el interés en el espectador, se procura

obtener más atención en los interpretes del evento y la reacción que generan en los espectadores, porque al igual que en la fotografía de calle, estos ocurren una sola vez y toca estar preparado para fotografiar (Easterby, 2012).

Culturas Urbanas

Se denominan culturas urbanas a agrupaciones principalmente de jóvenes que se desarrollan dentro de una ciudad, donde todos sus integrantes comparten rasgos comunes: ideologías, gustos musicales, culturales o bailes, entre otros. Aunque el término culturas urbanas puede hacer referencia a tribu urbana o subcultura.

En muchas investigaciones realizadas a agrupaciones de jóvenes, se ha estudiado el punto en cómo estas personas se definen, expresan su identidad, y el nombre con cual se autodenominan. Los nombres que mayormente se conocen son: raperos o hip-hoperos, rockeros, góticos, rastas, entre otros, y que responden a una fuerte carga ideológica e histórica que para algunos de sus integrantes solo se limita a ser diferenciador de los demás, mientras que para otros explica su surgimiento y razón de ser.

Culturas Urbanas en Santo Domingo

El modelo de las culturas urbanas globalizadas es un principio mercantilista y consumista, que provoca en los jóvenes diferentes reacciones, ya sea que brindando un aporte o no. Esto tiene un efecto profundo en la calidad de vida de estas personas, ofreciendo beneficios, pero también perjudicando.

Por tal motivo existe una diversidad de culturas urbanas adoptadas en la ciudad de Santo Domingo, que se basan en las características presentadas por las personas en su etapa de juventud. Entre las que forman en mayor parte el ambiente cultural urbano y de mayor influencia se muestran a continuación.

Tabla 3:

Culturas Urbanas en Santo Domingo de los Colorados

Culturas Urbanas en Santo Domingo de los Colorados				
Hip- hoperos	Rastafaris	Metaleros Rockeros Góticos	Reggaetoneros	Emos

Nota: Datos representativos a nivel local de las culturas urbanas Fuente: Culturas Urbanas en Santo Domingo de los Colorados.

Conclusión:

Los hip-hoperos son el tipo de cultura urbana que se encuentra en estudio; sus integrantes se caracterizan por utilizar ropa ancha, de colores y gorras llamativas. Su estilo musical "hip hop" tiene un tono de denuncia social, desigualdad, discriminación, política, entre otros.

Jóvenes en las culturas urbanas

La mundialización es conocida como la influencia de manifestaciones sociales y culturales en todos los países del mundo, pero esto no implica que todas las personas acojan todo lo que viene desde afuera, sino lo que más se asemeje a cada uno. Ya que los jóvenes son los más expuestos a todo tipo de información en una era digital que se vive en la actualidad, aquellos son los que acogen todas las tendencias que son propagadas por la globalización, entre ellas las culturas urbanas que generalmente tienen un origen exterior.

Algunas de las características comunes que comparten los jóvenes dentro de diferentes culturas urbanas son el lenguaje, vestido, música y literatura, a su vez también como directivas por las cuales se generan este tipo de culturas juveniles, que atraviesan por una serie de factores que inciden en la cotidianeidad, como la adopción,

fusión e inclusive ante patrones de vida y estereotipos (Ulloa, 2006).

De profundis (in art): El hip hop

Al hip hop se lo define como movimiento artístico, musical, popular o cultural; pero también como cultura, subcultura o filosofía, dado que el grupo de personas que están en relación con este género musical tienen una particular manera de ver, pensar y hacer en sus vidas (Rodríguez & Lucía, 2014).

En las últimas décadas ha tenido una gran expansión por varios países, y se lo ha identificado al hip hop con ciertas expresiones artísticas orientadas a producir composiciones rítmicas como el rap, además se identifica a sus seguidores por la ropa que utilizan, que por lo generalmente es ancha, con capuchas, gorras, pañuelos, con zapatos deportivos o botas grandes de colores. Todo esto planteado como una protesta a los cánones del buen vestir establecidos por la sociedad.

Elementos del Hip Hop

El hip hop está relacionado estrechamente con el territorio como espacio de lo simbólico y de las expresiones, un espacio donde nacen relaciones afectivas en base a la música, comunicación

e interacción artística y cultural. Dentro de este espacio de relacionamiento nacen sus elementos de expresión: el MCing (o rapping), el DJing (o turntablism), el Breakdancing (o BBoying), y el Grafiti. Aunque se recalca que a estos elementos de expresión se le han ido uniendo más formas con el paso del tiempo como filosofías, poesía o modas.

Djing (turntablism)

Turntablism (también llamado DJing) es el arte de arreglar o crear música mediante efectos de sonido y manipulación de las rutinas de rotación y lectura de los discos de vinilo sobre un plato giradiscos. Turntablism se podría traducir como el arte de hacer girar las mesas de discos. El término turntable hace referencia a la mesa giratoria o conocida generalmente como plato giradiscos. El turntablism es uno de los cuatro pilares básicos de la cultura Hip Hop y uno de los orígenes de las técnicas de música "dance" actuales.

La primera persona que utilizó el nombre de turntablism para diferenciarse del resto de pinchadiscos, que simplemente ponían y mezclaban canciones, fue DJ Babu (Dilated Peoples). Los turntablists usan técnicas como scratching o beat juggling en la composición musical de un tema (Granda, 2016).

MCing (rapping) Rap-Lenguaje y Ritmo

El término inglés MC son las iniciales de "Master Of Ceremony" (maestro de ceremonias), título que se aplicaba a las personas que se dedicaban a animar al público en fiestas con sesiones de DJ. Actualmente el término MC no sólo se les acuña a los raperos (vocalistas de música rap), sino también a los vocalistas de otros géneros como el reggae, house y funk brasileño (Granda, 2016).

Por lo general en el rap el lenguaje hablado o escrito que presenta, es una rima que sale del

lenguaje estructurado, donde se hablan de diferentes problemáticas de los autores, tales como las vivencias diarias de marginación, o protesta en contra del sistema, donde también comunican de manera intersubjetiva las experiencias vividas por el cantante.

Breakdancing (B-Boying)

Es un baile llamativo que representa conjuntamente con el grafiti otra forma de apropiación del espacio público, ya que los podemos encontrar en las calles, los parques, las plazas, los barrios. En este baile se demuestran complicados movimientos que no solamente son para mostrar sus habilidades, sino más bien superarse a uno mismo, llegando a un nivel que no se imaginaba llegar y con esto liberarse de quienes los oprimen (Yépez, 2014).

Grafiti

El grafiti es una expresión visual derivada de esta cultura urbana que emana una serie de simbologías y conceptos. El origen del grafiti como tal data de inicios de los setenta. Nace en las comunidades afroamericanas de Queens, el Bronx y Brooklyn, en la ciudad de New York aparece vinculada a la marginación social y a una voluntad de presencia física en la ciudad (Ballaza, 2013).

A este estilo cultural se lo puede apreciar por diferentes partes de la ciudad, un ejemplo de estos es los exteriores de la Feria de Exposiciones

Grafiti en Santo Domingo



Figura 1. Ejemplo de Grafitis en la ciudad.

Fuente: Marcelo Astudillo, autor del trabajo de titulación, "Campaña comunicativa que sensibilice a los jóvenes de Santo Domingo sobre el respeto hacia la cultura urbana hip hop"

La cultura urbana hip hop Santodomingueña Existen agrupaciones que desde hace 10 años se han reunido con el fin de sembrar cultura en los militantes que se van integrando al movimiento hip hop. Según José Quiñonez representante de Colectivo de Hip Hop "SDC" (Santo Domingo Crew), este punto es el más importante ya que los nuevos integrantes van tomando una visión más amplia de las actividades que realizan los miembros de este movimiento cultural urbano y el valor que generan estos aportes a la sociedad (Quiñonez, 2016).

El hip hop en la ciudad como espacio de relacionamiento

Desde el punto de vista de la sociedad, existen dos formas por las cuales las personas perciben a los integrantes de este movimiento, la primera se manifiesta como una aceptación al individuo que está solo y no organizado, que por lo general ha implantado su expresión individual desde el

mercado y de la moda.

La segunda forma por la cual se percibe a los integrantes de estos movimientos, es la del rechazo. Estos son criminalizados y estigmatizados como pandilleros, por pertenecer a las masas populares y no responder al canon dominante (Yépez, 2014).

En conclusión, los integrantes de este movimiento en su mayoría son percibidos por los jóvenes en base a imágenes negativas preestablecidas por personas que forman parte de esta cultura urbana hip hop de una manera negativa, mas no forman parte del ámbito cultural.

Relación entre campaña comunicativa y sensibilización de los jóvenes sobre el respeto hacia la cultura urbana hip hop

La campaña comunicativa forma parte de las de bien público, estas se diferencian de las demás por

su contenido con enfoque social. Se denominan como una información persuasiva que debe basarse en las motivaciones a favor del público objetivo (Arens, 2016). El uso de las campañas publicitarias es muy amplio dentro del diseño gráfico, ya que en base a esto se puede aplicar estrategias comunicativas y creativas para poder llegar a un amplio segmento de audiencia. Están estructuradas por el emisor, código, y receptor; como proceso de comunicación donde interviene el diseño gráfico, para plantear el mensaje, canal, y el contexto a utilizarse en la campaña.

La elaboración de una campaña comunicativa permitirá, que los integrantes de la cultura urbana hip hop en la ciudad de Santo Domingo, sean percibidos por parte de la juventud como una agrupación pacífica, con fines culturales y sociales, personas como nosotros que se agrupan por sus gustos musicales, ideologías y formas estéticas, entre otros elementos. Al realizar este tipo de campaña en la ciudad, se dejaría un aporte muy significativo para que pueda aplicarse similarmente a futuros proyectos a favor de las culturas urbanas que aún son desconocidas.

Es muy importante que los productos de la campaña comunicativa contengan propuestas creativas, ya que se pretende promocionar elementos culturales de la cultura urbana hip hop que de cierta forma son atractivos y coloridos, ya sean por sus bailes, pintura o música. Los medios de comunicación juegan un papel muy importante en cuanto a la información que reciben los jóvenes, dado que el público objetivo es juvenil y en su mayoría prefieren contenido de entretenimiento.

Actualmente la importancia que se le da a los grupos culturales urbanos de la ciudad ha mejorado por parte de las instituciones públicas dedicadas a este segmento, en comparación con años anteriores (CCPD-SD, 2015). Pero aparte de esto, la información que actualmente

tiene la ciudadanía es de vital importancia para que crezca ese conocimiento sobre las culturas urbanas que diariamente van en aumento y necesitan totalmente esa inclusión en la sociedad.

METODOLOGÍA

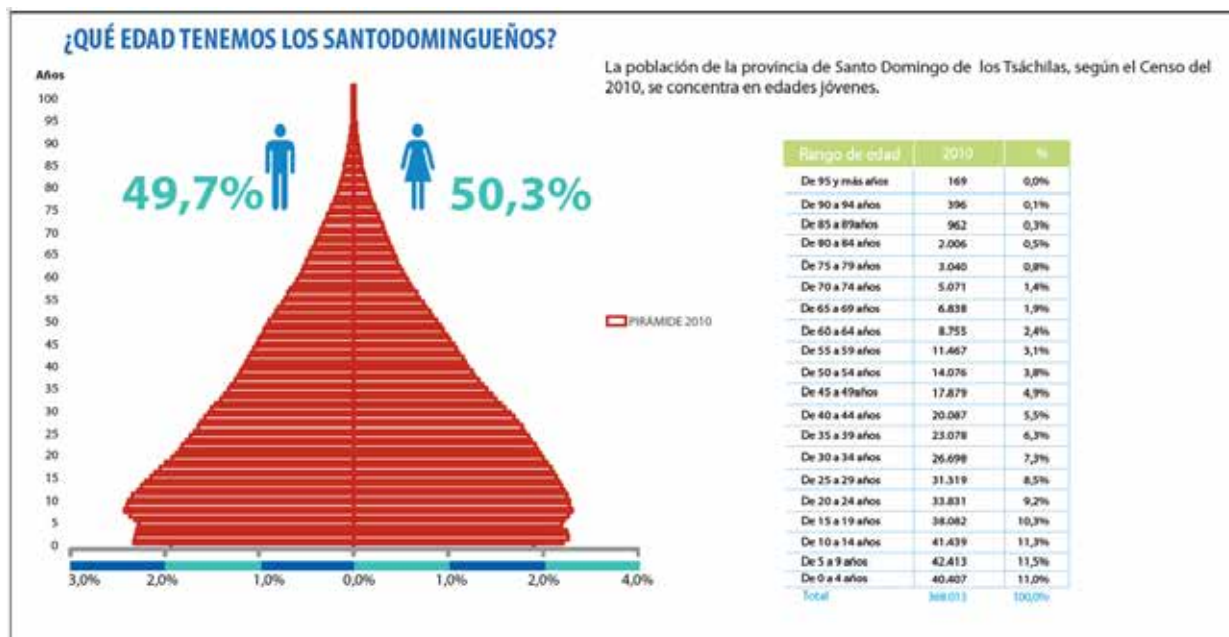
Diseño.- Se aplicó el diseño explicativo secuencial, ya que existió una primera fase de investigación cualitativa donde se analizaron los datos de mayor relevancia y en función de su contenido se realizó una segunda etapa de investigación cuantitativa utilizando el mismo procedimiento de análisis (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 566).

El enfoque de la investigación fue cuali-cuantitativo (mixto), debido a que se obtuvieron estos dos tipos de datos. La característica de este tipo de enfoque es que vincula datos cualitativos con datos cuantitativos, aprovechando cada uno de los atributos que cada enfoque ofrece para obtener un resultado más beneficioso a la investigación.

El enfoque cualitativo permitió obtener información a través de la entrevista en profundidad, observación participante y focus group. Para posteriormente analizarla de forma inductiva. El enfoque cuantitativo se empleó para la búsqueda e interpretación de información estadística, fruto de la aplicación de la encuesta.

Por el enfoque cuantitativo se empleó la investigación descriptiva que permitió tabular, representar e interpretar los datos recogidos en la encuesta. Por el enfoque cualitativo se empleó la Investigación/Acción que permitió estudiar al problema en su entorno y por medio de la recopilación de la información se diseñó una campaña como alternativa de solución a la problemática que presenta la cultura urbana hip hop.

Población y muestra.- La población de jóvenes de la ciudad de Santo Domingo de edades entre 15 a 19 años es de 38.082 habitantes (ecuadorencifras, 2010).



Dato poblacional de santodomingueños según edad.

Fuente: ecuadorencifras, 2010

Para determinar la muestra se aplicó el Muestreo Probabilístico Simple utilizando una heterogeneidad del 50%, un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, teniendo como resultado un total de 380 jóvenes entre las edades de 15 a 19 años de la Provincia de Santo Domingo de los Tsachilas.

Tomando en cuenta la muestra obtenida se aplicó como primer punto la entrevista, ya que permite obtener opiniones del público objetivo, como su percepción hacia la cultura urbana hip hop; para aplicar este instrumento investigativo se ha seleccionado a 6 jóvenes entre las edades de 15 a 19 años, de algunas Unidades Educativas de la ciudad de Santo Domingo.

Posteriormente se aplicó la encuesta, donde se obtuvo información de datos cuantitativos, de las opiniones del público objetivo, sobre su percepción hacia la cultura urbana hip hop; la muestra estuvo compuesta por 190 jóvenes entre la edad de 15 a 19 años de la ciudad de Santo Domingo.

Y finalmente la observación de campo, que fue

aplicada a los miembros de la cultura urbana hip hop y a los jóvenes (objeto de estudio), en los lugares donde comúnmente asisten a observar o realizar sus eventos respectivamente, para determinar los rasgos y elementos gráficos que se transmitiría mediante las piezas gráficas de la campaña comunicativa.

RESULTADOS

Mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos, se pudo percibir la importancia de crear una campaña comunicativa que, mediante la utilización de recursos gráficos, llegue a los jóvenes toda la información necesaria para incrementar el respeto y mejorar la percepción hacia la cultura urbana hip hop de la ciudad, con el fin de aumentar el bienestar común entre la ciudadanía, generando así aportes culturales y sociales.

En esta sección se plantea los resultados redactados en función de los objetivos específicos planteados en el inicio artículo:

OBJETIVOS	RESULTADOS
Diagnosticar la percepción y determinación del mensaje que se transmitirá a los jóvenes de 15 a 19 años sobre la cultura urbana hip hop en Santo Domingo.	Diagnóstico de la percepción que tienen los jóvenes de 15 a 19 años sobre la cultura urbana hip hop en Santo Domingo.
Diseñar una campaña como una alternativa de solución para que las jóvenes respeten la identidad de la cultura urbana hip hop en Santo Domingo.	Resultado del mensaje visual que se transmitirá en la campaña comunicativa. Diseño de una campaña como una alternativa de solución para que las jóvenes respeten la identidad de la cultura urbana hip hop en Santo Domingo.

Matriz de objetivos y resultados.

Fuente: Marcelo Astudillo, autor del trabajo de titulación, "Campaña comunicativa que sensibilice a los jóvenes de Santo Domingo sobre el respeto hacia la cultura urbana hip hop"

RESULTADO / OBJETIVO 1:

Diagnóstico sobre la percepción y determinación del mensaje que se transmitirá a los jóvenes de 15 a 19 años sobre la cultura urbana hip hop en Santo Domingo.

Entrevista.- Para el resultado de este objetivo primeramente se aplicó la entrevista. Su diseño de investigación es explicativo secuencial, donde se obtuvo información de datos cualitativos sobre las opiniones del público objetivo, su percepción hacia la cultura urbana hip hop; para aplicar este instrumento investigativo se ha seleccionado a 6 jóvenes entre las edades de 15 a 19 años, de algunas Unidades Educativas de la ciudad de Santo Domingo.

Encuesta.- Como segundo punto se realizó la encuesta, donde se obtuvo información de datos cuantitativos, de las opiniones del público

objetivo, sobre su percepción hacia la cultura urbana hip hop; la muestra está compuesta por 190 jóvenes entre la edad de 15 a 19 años de la ciudad de Santo Domingo.

Observación de campo.- Las fichas de observación fueron aplicadas a los miembros de la cultura urbana hip hop y a los jóvenes (objeto de estudio), en los lugares donde comúnmente asisten a observar o realizar sus eventos respectivamente, para determinar los rasgos y elementos gráficos que se transmitirá mediante las piezas gráficas de la campaña comunicativa. Utilizando la observación participante, se procedió a estudiar algunos elementos que conforman esta cultura urbana, entre los cuales se escogió: el grafiti, el break dance, y los MC's (Maestros de Ceremonias), tomando como referencia los colores, formas, dibujos, mensajes, entre otras características icónicas.

Resumen de Resultados / Objetivo 1.- Los datos obtenidos tanto en la encuesta como en la entrevista aplicada a los jóvenes que llegan a un promedio de 95% que afirman el hecho de que debe existir más campañas que permitan la inclusión de la cultura urbana hip hop y los diferentes movimientos artísticos en la ciudad, así mismo se puede apreciar en otros temas planteados que los jóvenes se sienten desinformados sobre las culturas urbanas de la ciudad, produciendo a su vez esta desinformación ese concepto negativo hacia los integrantes de la cultura urbana hip hop, otro factor que influye en el desconocimiento es la falta de interés que se observa en los jóvenes para informarse, característica apreciada de la observación de campo y encuestas.

También se puede apreciar el hecho de como los mayores resultados apuntan a los medios de comunicación como la televisión, periódico e internet; por lo que sería indispensable utilizar por lo menos dos medios aplicando la fotografía como herramienta gráfica para poder transmitir los mensajes hacia el público objetivo.

De acuerdo a los datos obtenidos de las fichas de observación se llegó a determinar que en el grafiti que de acuerdo al marco referencial se lo considera como una pintura de aporte cultural urbano emisor de un mensaje determinado, utilizando colores vivos y llamativos, así mismo formas sutiles y pronunciadas que se componen entre imágenes y tipografías personalizadas.

En cuanto al break dance, es un estilo de baile urbano que forma parte del movimiento cultural Hip Hop, surgió entre los barrios afroamericanos del Bronx (EE.UU.) a principios de los años 60. Se observa en su mayoría habilidad y destreza para realizar pasos utilizando variedad de entradas y movimientos circulares como el "airflare"

que consiste en girar parado de manos, y otras habilidades de equilibrio.

RESULTADO / OBJETIVO 2:

Diseñar una campaña como una alternativa de solución para que las jóvenes respeten la identidad de la cultura urbana hip hop en Santo Domingo.

La falta de información que mantiene la ciudadanía y en especial los jóvenes sobre las culturas urbanas de la ciudad afecta a la percepción sobre ellas, siendo este el problema principal sobre la cultura urbana hip hop se diseñó una campaña como una alternativa de solución, que se basa en el objetivo uno que ha permitido obtener información necesaria para caracterizar y representar gráficamente a dicha cultura urbana.

El mensaje visual está estructurado por el concepto de campaña, los elementos visuales y por la técnica, a partir de esto se fueron empleando instrumentos como la encuesta, entrevista en profundidad al representante del colectivo y fichas de observación aplicadas a los integrantes y los jóvenes que formaban parte de eventos, para obtener información que permita llegar al resultado principal. Para esto se dividió en dos secciones, en la primera se trabajó con el concepto de la campaña, y la segunda parte con los elementos gráficos a utilizar.



Figura 2. Proceso de diseño

Fuente: Jimenez & Sanchez, 2016, pp. 81

Brief creativo.- dentro del brief creativo se exponen las condiciones en el cual se encuentra la percepción actual de la cultura urbana hip hop en Santo Domingo, dicha información será necesaria para la elaboración de estrategias creativas y su ejecución dentro de la campaña publicitaria. La información para la elaboración del brief se obtuvo mediante una reunión con el representante del Colectivo de Hip Hop "Santo Domingo Crew" y autoridades del Consejo Cantonal para la Protección de Derechos Santo Domingo (CCPD-SD).

Desarrollo de la propuesta.- La propuesta que se presenta está planteada por una parte en base a los resultados que se obtuvieron por medio de la encuesta, entrevista, y observación participante, y otra parte, por el concepto generador al que se llegó junto al representante del Colectivo de Hip Hop "SDC". Se debe tener claro en cuanto al identificador, que primeramente se desarrollaron bocetos con los cuales se pretendió llegar a la idea final para comunicar el mensaje.



**"LAS APARIENCIAS
NO CONDICIONAN TU
REALIDAD"**

**Concepto e Identificador de la Campaña
Comunicativa**

Fuente: Marcelo Astudillo, autor del trabajo de titulación, "Campaña comunicativa que sensibilice a los jóvenes de Santo Domingo sobre el respeto hacia la cultura urbana hip hop"

Para la correcta aplicación de las propuestas gráficas, se ha planificado un plan de medios en el que se detalla el perfil de utilización y el formato a emplear:

Medios Impresos	Medios Digitales
Diario Centro 500 Afiches 1000 Dípticos 1000 Pulseras 5 Gigantografías	Facebook Twitter Web (CCPD-SD)

Plan de Medios de la Campaña Comunicativa

Fuente: Marcelo Astudillo, autor del trabajo de titulación, "Campaña comunicativa que sensibilice a los jóvenes de Santo Domingo sobre el respeto hacia la cultura urbana hip hop"

Piezas Gráficas.- aquí se detalla el resultado de los elementos gráficos con los que se persuadirá al público objetivo.



Afiches de Campaña Comunicativa

Fuente: Marcelo Astudillo

Validación.- En la etapa de la validación de la campaña se ha empleado la utilización del focus group con un grupo de personas expertas relacionados al tema como son los integrantes del colectivo de hip hop, representantes del consejo cantonal, y personas en relación con campañas y su ejecución, así mismo se empleó un testeo aplicado a jóvenes en una institución educativa y un parque recreacional con quienes se realizó el diagnóstico para la construcción del objetivo 1.



Validación de la Campaña Comunicativa

Fuente: Marcelo Astudillo

Resumen de Resultados / Objetivo 2.-

En respuesta al objetivo 2 se realizó una campaña comunicativa para promover el respeto hacia la identidad de la cultura urbana hip hop dirigida a los jóvenes de Santo Domingo, como parte del proceso de desarrollo se planteó un concepto creativo que es el que rige toda la campaña, desde la perspectiva del autor (Landa, 2011) una campaña debe tener una slogan o frase que refuerce al mensaje principal, este concepto fue plasmado en un identificador que es el eje central de la campaña, como lo considera el mismo autor un identificador le ayuda a que el mensaje sea recordado.

A través del mensaje y del identificador se desarrollaron aplicaciones según el plan de medios, para otros autores (Molina & Moran, 2007) una campaña debe tener 4 etapas definidas: que son la creación, la estrategia creativa, la ejecución y la evaluación. Esto se ve reflejado luego de haber aplicado los elementos gráficos en el público objetivo dentro de los eventos organizados por el colectivo en margen de la campaña.

Para determinar el alcance obtenido por las piezas graficas dentro de la campaña se ha realizado un focus group que se basó en dos partes, la primera por integrantes expertos acerca del tema de estudio y del ámbito de la comunicación, donde se concluyó en la mayoría de los integrantes que los elementos gráficos cumplían con los parámetros planteados al inicio de la campaña comunicativa para poder llegar de forma directa a los jóvenes.

Así mismo se realizó un testeo aplicado a jóvenes asistentes a eventos organizados por el colectivo de hip hop SDC, para lo cual se evaluó sus apreciaciones con respecto a los elementos gráficos y comunicativos de la campaña, donde igualmente se concluyó que los elementos gráficos cumplieron su función comunicacional, ya que en totalidad los jóvenes mostraron empatía al evento y se observó una participación voluntaria.

CONCLUSIONES

1. Para el diagnóstico del problema se respaldó en técnicas de investigación como la encuesta, entrevista y la observación, que fueron fundamentales ya que arrojaron datos importantes sobre la igualdad, el respeto, que a su vez fueron reflejados en conceptos manejados en la campaña.
2. Al observar por medio de la investigación del problema que existe en mayor parte de los jóvenes un desconocimiento y poco interés sobre la cultura urbana hip hop y sus elementos expresivos, se elaboraron productos gráficos creativos con un enfoque juvenil en diferentes medios y soportes para informar a este público objetivo.
3. El realizar un focus group y testeo como parte de validación de la propuesta fue fundamental, debido a que los profesionales y los jóvenes decodificaron el concepto acorde a lo que estaba estimado, esto evidencia que a través de los elementos gráficos se puede persuadir al segmento juvenil para el cual se ha estado configurando el mensaje.
4. El utilizar rasgos de los elementos que componen a la cultura urbana hip hop dentro de las piezas graficas de la campaña para transmitir el mensaje al público objetivo, permitió brindarles una correcta apreciación e información en base a las características de estos elementos de estudio incrementando así el conocimiento y la aceptación de la cultura urbana hip hop.



BIBLIOGRAFÍA

Cisneros, A. (2016). Campaña publicitaria en pro del respeto hacia la cultura Hip Hop en el sur de Quito (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Israel, Ecuador.

Ecuadorencifras. (2010). Censo de población y vivienda. Obtenido de Ecuador en Cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). Metodología de la investigación (5ta edición ed.). México D.F.: McGRAW-HILL.

Jimenez, S., & Sanchez, A. (2016). Elaboración de un catálogo de íconos de atractivos turísticos de la parroquia Puerto Limón (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.

Landa, R. (2011). Diseño gráfico y publicidad. Madrid: Anaya Multimedia.

Molina, J., & Morán, A. (2007). Viva la publicidad viva 3. Bogotá: Politécnico Grancolombiano.

Moranga, M., & Solorzano, H. (Diciembre de 2005). Cultura Urbana Hip Hop. Revista Última Década, 77-101.

Munari, B. (2008). Diseño y Comunicación Visual. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Rodriguez, A., & Lucia, I. (junio de 2014). La cultura hip hop, posibilidades como herramienta educativa. Salamanca, España: Ediciones Universidad de Salamanca.

Ulloa, C. (2006). Apuntes de comunicación. Loja: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.

IMPLEMENTACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS PROCESOS INDUSTRIALES DEL ECUADOR.

Dennis Alexander Gordillo Villamar ^{1*},
Brenda Soledad Lasluiza Yanez ²
Vinicio Alexander Chávez Vaca ³

Resumen—

Según Haugeland (1988), la inteligencia artificial actual se encuentra conceptualizada como una verdadera ciencia con base teórica en la interpretación de los símbolos e instrucciones con el objetivo de que sean ejecutados por una máquina o computadora. Para otros autores la IA se define como “la capacidad de las máquinas para realizar tareas que suelen necesitar la implicación de la inteligencia humana (apd,2018)”. En este mundo que se mueve a pasos agigantados con respecto a la tecnología es imposible quedarse atrás, según estudios en el Ecuador hay un atrasado con 30 años en tecnología en comparación con las potencias. En los últimos años la inteligencia artificial se ha destapado generando un auge increíble, ya que la mayoría de aparatos ya viene con esta tecnología.

Algunos ejemplos de esta tecnología son los celulares, con los que se puede interactuar, autos híbridos, cuyo sistema está diseñado para que cuando se acabe la energía de la batería pase a utilizar automáticamente el combustible fósil y con la energía cinética del movimiento se cargue. Desde ese punto de vista se ve la necesidad de ya adaptarse a , trabajar en conjunto para obtener excelentes resultados; Sin embargo en el Ecuador aún se tiene recelo al trabajar con estas tecnologías, esto se debe a la falta de conocimiento que se tiene, aún la gente le tiene miedo y es normal ya que el ser humano en toda su historia siempre ha temido a lo desconocido; justamente esa es la finalidad del este artículo, dar todas las vista, todos los puntos, todas las aplicaciones de esta nueva tecnología, todos sus parámetros y

Implementación

1. Estudiante de la Escuela de Mecatrónica, Universidad Internacional del Ecuador
2. Estudiante de la Escuela de Mecatrónica, Universidad Internacional del Ecuador
3. Docente Investigador del Instituto Superior Tecnológico Japón; Docente Investigador de la Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador, vchavez@uide.edu.ec, <http://orcid.org/0000-0003-3623-4178>

como ha simplificado la vida de grandes países y como podría mejorar el Ecuador principalmente va enfocado a las industrias del país, cuales ya trabajan con ella y que falta para mejorar.

Keywords—

Artificial Intelligence, Industry, New Technology.

Palabras Clave—

Inteligencia Artificial, Industria, Nueva Tecnología.

Abstract—

According to Haugeland (1988), today's artificial intelligence is conceptualized as a true science with a theoretical basis in the interpretation of symbols and instructions with the aim that they are executed by a machine or computer. For other authors AI is defined as "the ability of machines to perform tasks that often require the involvement of human intelligence (apd,2018)". In this world that moves by leaps and bounds with respect to technology it is impossible to stay behind, according to studies Ecuador is 30 years behind in technology compared to the powers. In recent years the artificial intelligence has been uncovered generating an incredible boom, since most of the devices we already come with this technology. Some examples of devices with this technology are cell phones, with which we can interact, hybrid cars, whose system is designed so that when the battery power runs out to automatically use the fossil fuel and the synergetic energy of the movement is charged. From that point of view we see the need to adapt ourselves to it, to work together to obtain excellent results; however in Ecuador people still have resentment when working with these technologies, this is due to the lack of knowledge that people have, even people have fear of it and it is normal since the human being in all its history has always feared the unknown; Just that is the purpose of this article, to give all views, all points, all applications of this new technology, all its parameters and how it has simplified the life of large countries and how it could improve ours,

INTRODUCCIÓN

La inteligencia artificial nace 1956, pero años anteriores, los experimentos de Alan Turing ya habían dado un inicio al proceso de creación de la primera máquina con inteligencia artificial. Si bien se sabe el propósito de la inteligencia artificial es la construcción de artefactos con la finalidad de asistir al hombre en sus labores diarios. Desde aplicaciones de conteo, reconocimiento de patrones, clasificación de objetos y automatización de robots, la IA (Inteligencia artificial) ha dado su paso en la historia permitiendo así el día hoy trabajar dentro del campo laboral con más rapidez y eficacia, para años anteriores este tipo de tecnología era trabajada en sistemas inteligentes dentro de laboratorios, sin embargo, para la actualidad el alcance de las distintas aplicaciones se ve reflejado en el ámbito industrial. Según un estudio realizado en el grupo comercial Adecco, trabajar con inteligencia artificial favorece en el incremento de productividad, esto con un 98 % a favor. A nivel global investigaciones realizadas el 9 de mayo de 2018 los países que están más aptos para la implementación de la Inteligencia artificial y robótica en los campos de educación y mercado laboral son: Alemania, Corea del Sur y Singapur, esto en el ámbito de educación debido a que ellos han reformado sus mallas curriculares y los alumnos estarían mejor preparados para adaptarse a esta implementación, por otro lado el 75 % de las

empresas que emplearon inteligencia artificial elevaron en un 10 % sus ingresos, según la revista Vanguardia 3 de cada 4 empresas que implementaron IA aumentaron su cifra de ventas y también aumentaron los puestos de trabajo, del 83 % de las 1000 empresas encuestadas se supo que al implementar IA también generaron puestos de empleo, pero cómo se crea este empleo? Pues bien, se crea categorías profesionales situando 2 de cada 3 en niveles de gerencia y alta dirección y como dato adicional 63 % no ha quitado puestos de trabajo. Por otro lado, el 58 % de empresas dice que no ha sido tan relevante la implementación ya que sus ganancias no han subido ni ha generado empleos en contexto general. En otros ámbitos como en telecomunicaciones, comercio minorista y financiero han implementado un 49 %, 41 % y 36 % de inteligencia artificial respectivamente según estudios hechos por Instituto de Transformación Digital de Capgemini entre el periodo de marzo y junio de 2017 a directivos de empresas pertenecientes a siete sectores (automoción, banca, seguros, industria, retail, telecomunicaciones y utilities), en nueve países (Australia, Francia, Alemania, India, Italia, Países Bajos, España,

Reino Unido y Estados Unidos). La Inteligencia artificial aplicada en Reino Unido revela datos poco agradables, se piensa que podría afectar en un 30 % a los empleos, claro que depende de la zona geográfica donde fue hecha la prueba, esta oscila entre un 22 % y un 39 %, sin embargo se prevé que no ocurra un daño en los trabajos ya que donde se realizaría la implementación es en el campo laboral desierto, es decir ciudades que poseen alta gama industrial y debido a la desindustrialización esto a quedado abandonado es decir en resumen que no se haría daño a ningún ser humano más vale se potenciaría la industria Inglesa dando más poder

económico al dicho país. En Ecuador se posee casi el 10 % de chatbots según estudios hechos en América Latina, también se evidenció que de 5 chatbots que había en 2017 aumentó a 23 chatbots en el 2018, En el Ecuador Sophi se presenta como "Hola soy tu agente virtual del banco del pacífico" por otro lado se presenta Ada como tu agente virtual del Banco de Guayaquil. También según el investigador Ros, quien realizó el sondeo, aclara que Produbanco también implementará chatbots en su servicio en línea, esto se debe que los bancos que han implementado esto han aumentado su demanda por el servicio rápido y eficiente que presentan. En la Ecuador, en algunos campos, ya se ha estado trabajando con IA; sin embargo, la gente al desconocer esto no sabe cómo le podría sacar el mayor provecho a esta nueva tecnología, y seguimos en el pasado. También la inteligencia artificial no es algo que se pueda tomar a la ligera, es un tema complejo de entenderlo al cien por ciento. Algunos ejemplos que se tiene de maquinaria que opere con esto son: En los hospitales: La toma de placas pasa por un proceso de purificación de imagen mediante un algoritmo matemático y como saltado de las imágenes. Autos: Los coches híbridos como por ejemplo la empresa automotriz Toyota con su modelo Prius Sport cada vez ganan más campo en el país, la inteligencia artificial radica en su funcionamiento, una vez que el carro se esté quedando sin energía eléctrica pasa a utilizar el combustible fósil que es la gasolina y la batería no necesita de un enchufe para cargarse, se carga con energía cinética que produce en coche cuando está en reposo. La empresa General Motors empresa estadounidense fabricante de carros trabaja con esta tecnología. En la Agricultura: Empresas agrícolas tiene sus invernaderos con esta tecnología para el control de sembrado con el fin de mejorar la calidad de los productos.



METODOLOGÍA

Según Abascal Grande (2005), a la encuesta se la denomina como una técnica de recolección de datos, que tiene como base un objetivo a realizar y posee como características la coherencia y el orden. Dentro del mundo del análisis existen tres tipos de encuestas: abiertas, cerradas y la combinación de ambas. Las encuestas de preguntas abiertas no son de importancia, dentro de esta investigación debido a que se relacionan directamente con la metodología cualitativa, debido a que sus preguntas no tienen una finalidad de recolección de datos, solo sirven para adquirir opiniones con respecto a una pregunta. En cuanto a las encuestas con preguntas cerradas está especializada en obtener información es decir que las preguntas tienen ya sea una rama de opciones o boxes to tick que son predefinidas, ya sea especificando un rango o diferentes puntos de respuesta. Por último, se encuentran las encuestas que tienen tanto preguntas abiertas como cerradas, en la actualidad las investigaciones dirigidas hacia el mercado laboral presentan muchos ejemplos de encuestas mixtas debido a que se necesita la opinión del comprador como sus evaluaciones para distintos productos. El método seleccionado para la elaboración del artículo fue tomado a consideración con distintos aspectos tales

que permitan obtener resultados que concuerden con lo solicitado dentro del objetivo propuesto previamente. También se escoge un método a partir de la metodología con la cual se está trabajando en este caso se necesitaban escoger datos cuantitativos que se relacionen con el tema. Con anticipación de este preámbulo se determinó las encuestas como uso principal de recolección de datos. El tipo de encuesta seleccionada para esta investigación fue de tipo cerrada debido a que los resultados eran más flexibles para ser evaluados y manejados para el análisis posterior. La investigación se basó en datos obtenidos por parte de dos empresas participantes, en las cuales se tomó a consideración el área de sistemas debido a que es de vital importancia dentro del desarrollo de futuras tecnologías ya que se lleva a cabo todo el proceso de elaboración de algoritmos y control de datos los cuales permiten la optimización de procesos dentro de un sector industrial. Una vez seleccionado el área de enfoque de la investigación se puede obtener la población para realizar las encuestas. Nivel de confianza al 96 % porque estamos tratando con gente adulta, empleados de las empresas y el margen de error de 0,229 porque talvez algunos no están bien informados y otros sí. Como la población no estaba definida se aplica la fórmula de

Las preguntas realizadas dentro de la encuesta abarcan todo el tema de implementación de nuevas tecnologías. Para las respuestas se evaluaron en un

$$n = (z^2 * p * q) / e^2 \text{ y se obtiene el valor de 20 personas.}$$

TABLA I
VALORES DE N

N	Rango numérico
z	96 %
p	0.
q	0.5
e	0.229

rango del uno al tres, con su respectiva asignación. Califique cada pregunta con el rango de números del 1 al 3, tomando a consideración el valor de satisfacción asignados para cada uno de estos: 1 = Si 2 = No veo influencia alguna 3 = No

Las preguntas que se utilizaron son:

1. Usted como empleado, ¿Está de acuerdo con la implementación de nuevas tecnologías en su trabajo?
2. Dentro del área laboral, ¿Está usted dispuesto a trabajar en conjunto con esta nueva tecnología?
3. En cuanto a la optimización de tiempo ¿ Creería usted que las nuevas tecnologías facilitarían el trabajo?
4. De verse involucrado con las nuevas tecnologías, ¿Tomaría usted medidas de riesgos?
5. ¿Cree usted, que las nuevas tecnologías afectan al trabajo realizados de los seres humano?
6. ¿Cree usted necesario un curso de capacitación para el uso y control de nuevas tecnologías?
7. En su campo laboral, ¿Existen nuevas tecnologías implementadas?
8. ¿Cree usted que actualmente las nuevas tecnologías están desplazando al trabajo humano?

ANÁLISIS DE RESULTADOS

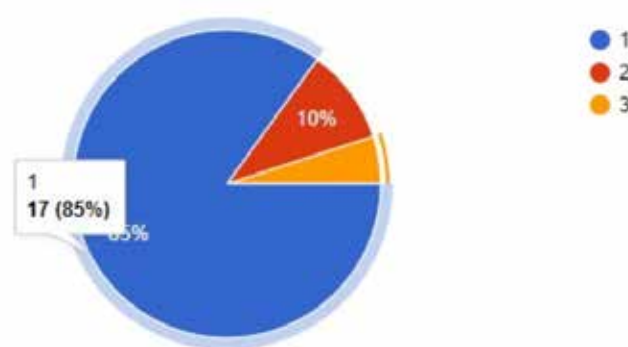


Fig. 1. Diagrama 1

En cuanto al análisis de los datos cuantitativos la aplicación de Google drive permitió generar algunos diagramas de pastel a partir de las encuestas.

1.- Usted como empleado, ¿Está de acuerdo con la implementación de nuevas tecnologías en su trabajo?

A partir del diagrama generado se puede inferir que el 85 % de las personas encuestadas está de acuerdo con la

implementación de nuevas tecnologías, el 10 % no ve alguna influencia y el 5 % no se encuentra de acuerdo.

2.- Dentro del área laboral, ¿Está usted dispuesto a trabajar en conjunto con esta nueva tecnología? A partir del diagrama generado se puede inferir que el 90 % de las personas encuestadas está de acuerdo con trabajar con nuevas tecnologías, el 10 % no ve alguna influencia.

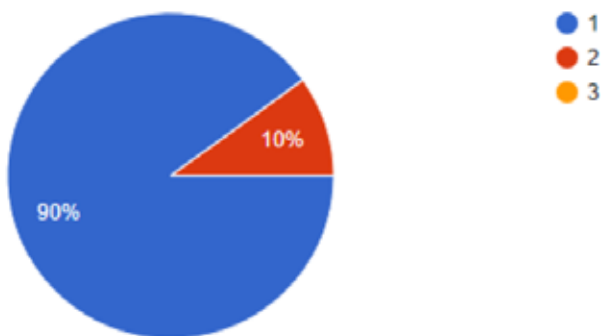


Fig. 2. Diagrama 2

3.- En cuanto a la optimización de tiempo ¿Cree usted que las nuevas tecnologías facilitarían el trabajo?

A partir del diagrama generado se puede inferir que el 90 % de las personas encuestadas piensa que las nuevas tecnologías facilitarían el trabajo, el 10 % no ve alguna influencia.

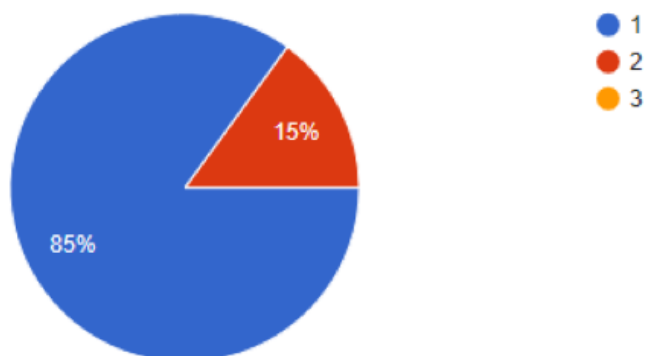


Fig. 3. Diagrama 3

4.- De verse involucrado con las nuevas tecnologías, ¿Tomaría usted medidas de riesgos? A partir del diagrama generado se puede inferir que el 60 % de las personas encuestadas tomaría medida de riesgo, el 25 % no ve alguna influencia y el 15 % no tomaría medida de riesgo.

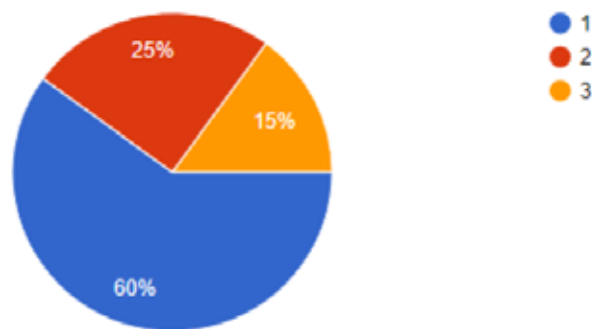


Fig. 4. Diagrama 4

5.- ¿Cree usted, que las nuevas tecnologías afectan al trabajo realizados de los seres humano?

A partir del diagrama generado se puede inferir que el 50 % de las personas encuestadas creen que las nuevas tecnologías afectan al trabajo realizado, el 35 % no ve alguna influencia y el 20 % no ve afectación.

6.- ¿Cree usted necesario un curso de capacitación para el uso y control de nuevas tecnologías?

A partir del diagrama generado se puede inferir que el 90 % de las personas encuestadas tomaría un curso de capacitación, el 10 % no ve alguna influencia.

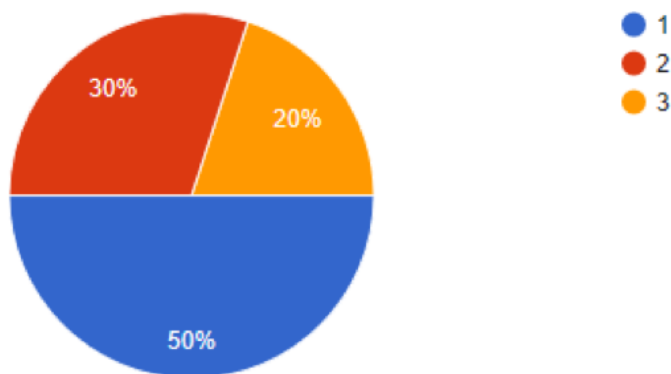


Fig. 5. Diagrama 5

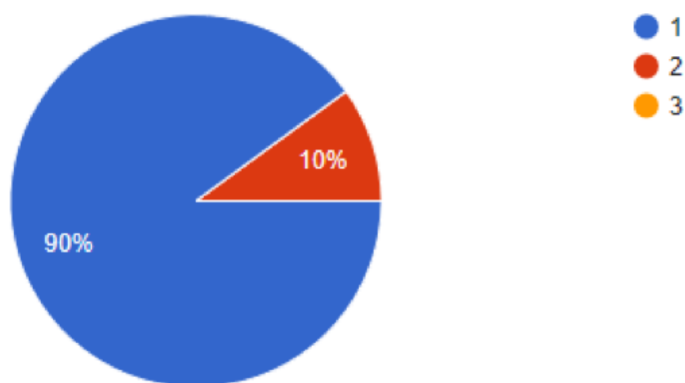


Fig. 6. Diagrama 6

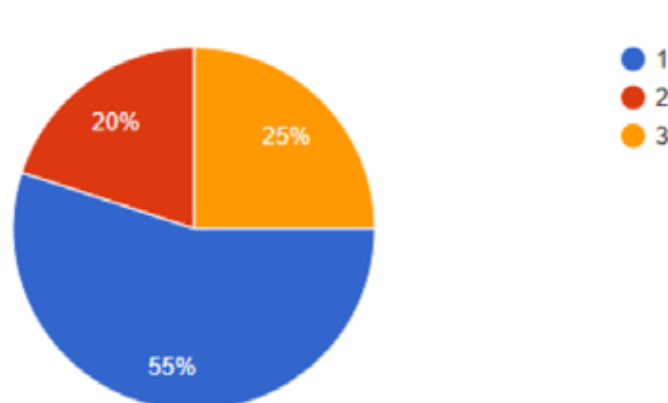


Fig. 8. Diagrama 8

7.-En su campo laboral, ¿Existen nuevas tecnologías implementadas?

A partir del diagrama generado se puede inferir que el 50 % de las personas encuestadas trabaja con nuevas tecnologías, el 25 % no ve alguna influencia al trabajar con estas y el otro 25 % no trabaja.

CONCLUSIONES

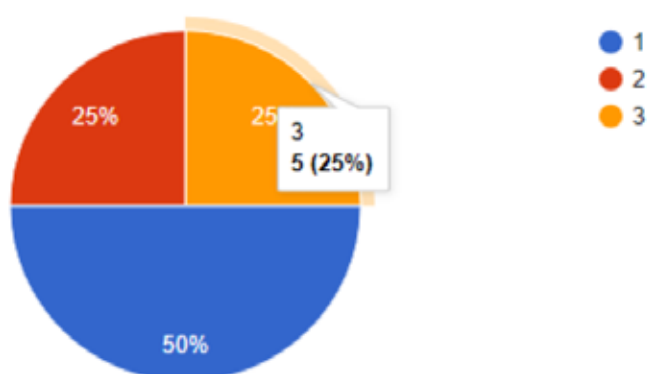


Fig. 7. Diagrama 7

8.-. ¿Cree usted que actualmente las nuevas tecnologías están desplazando al trabajo humano? A partir del diagrama generado se puede inferir que el 55 % de las personas encuestadas piensa que las nuevas tecnologías si desplazan el trabajo del ser humano, el 20 % no ve alguna influencia y el otro 25 % no piensa en el desplazamiento del ser humano.

Como conclusión de la investigación una vez obtenidos los resultados se puede determinar varios aspectos tales como: En el Ecuador todavía no existe un gran número de personas que trabajen en una industria y que se encarguen del proceso de optimización, ya sea por el diminuto avance en la tecnología, cómo las cotizaciones que abarca trabajar con tecnologías extranjeras que no se disponen dentro del país. Otro aspecto importante que va de la mano con el primero es la disposición del ser humano para trabajar con nuevas tecnologías

, las cuales no pueden ser manejadas sin previa capacitación.

La implementación de la inteligencia artificial como nueva tecnología dentro de procesos industriales se abre paso poco a poco dentro de algunas empresas en las cuales se requieren optimizar tiempo para generar mercado. La IA se puede analizar desde las bases de datos hasta prótesis.

RECOMENDACIONES

- Para futuras investigaciones se recomienda ampliar campos distintos a la industria para generar un enfoque arbitrario a lo que se observa en el sector industrial.
- Las empresas poseedoras de procesos industriales que demandan espacio y tiempo deberían utilizar nuevas tecnologías y tratar de no evitarlas por el miedo a fracasar en campos nuevos que podrían facilitar ciertas operaciones.
- Los gobiernos correspondientes a países tercer del tercer mundo deberían explotar la tecnología que poseen para solo adecuarla al conocimiento correcto.



BIBLIOGRAFÍA

1. **Ávila, R. Á.** (2008). Aplicaciones de la inteligencia artificial en la Medicina: perspectivas y problemas.
2. **Balnaves, M.** and Caputi, P. (2001) Introduction to Quantitative Research Methods: An Investigative Approach, London: Sage.
3. **Caparrini, F.S.** (2019). LIBRARIES C++: algoritmo Q Learning. Retrieved May
4. **2019, from** <https://www.programmingsimplified.com/c/graphics.h>
5. **Magazine, I. N. (2018, January).** Inteligencia artificial para el bien en el mundo. ITU, 42. 5. Hinojosa, V. (2018). Inteligencia artificial: países más preparados para su implantación (Diario 560). España: Edición España.
6. **Rodríguez, P. R. (2018).** Inteligencia artificial Cómo cambiará el mundo (y tu vida). (G. Planeta, Ed.) (Primera ed.). España: Artes Graficas Huertas, S.A.
7. **Bernard, H.R. (2000)** Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, Thousand Oaks, CA: Sage.
8. **Bryman, A.** and Cramer, D. (2001) Quantitative Data Analysis with SPSS Release 10 for Windows: A Guide for Social Scientists, (new edition) Hove: Routledge.

ITS JAPÓN

A la Vanguardia

Revista científica
Multidisciplinaria

Propone ser referente en temas de investigación y difusión del accionar del Instituto Tecnológico Superior Japón.

Este medio desde su primera edición en el 2017, se ha convertido en un espacio de consulta para docentes, estudiantes y administrativos de instituciones de educación superior, que les permite estar al tanto de cómo la investigación fortalece los procesos educativos, ya que, ante los cambios acelerados de conocimiento y la diversidad de paradigmas, se requiere contar con medios de difusión alternativa que permita evidenciar los procesos de investigación que se encuentra llevando adelante el Instituto

Diciembre-2019

Instituto Superior Tecnológico Japón
AMOR AL CONOCIMIENTO



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

JAPÓN

Amor al conocimiento