

2023



 **Ciencia &  
Turismo**

**VOL. 2 NUM. 4**

**CIENCIA Y DESARROLLO**

OCTUBRE - DICIEMBRE 2023

[www.cienciayturismo.org](http://www.cienciayturismo.org)  
[www.cienciadigitaleditorial.com](http://www.cienciadigitaleditorial.com)

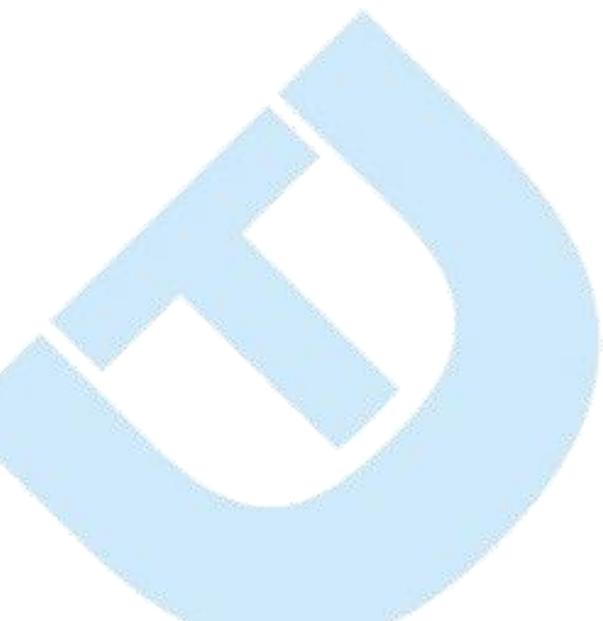
**REVISTA CIENTIFICA EVALUADA POR PARES**

La revista Ciencia & Turismo se presenta como un medio de divulgación científica, se publica en soporte electrónico trimestralmente, abarca temas de carácter multidisciplinar y de turismo.

Los aportes para la publicación están constituidos por:

Tipos de artículos científicos:

- **Estudios empíricos:** Auténticos, originales, que comprueban hipótesis, abordan vacíos del conocimiento.
- **Reseña o revisión:** evaluaciones críticas de estudios o investigaciones, análisis críticos, para aclarar un problema, sintetizar estudios, proponer soluciones.
- **Teóricos:** Literatura investigada, promueven avances de una teoría, analizan las teorías, comparan trabajos, confirma la validez y consistencia de investigaciones previas
- **Metodológico:** Presenta nuevos métodos, mejoran procedimientos, comparan métodos, detallan los procedimientos.
- **Estudio de casos:** Resultados finales de un estudio, resultados parciales de un estudio, campos de la salud, campos de la ciencia sociales.





## EDITORIAL CIENCIA DIGITAL



**Contacto:** Ciencia & Turismo, Ambato- Ecuador

**Teléfono:** 0998235485

### Publicación:

**w:** [www.cienciayturismo.org](http://www.cienciayturismo.org)

**w:** [www.cienciadigitaleditorial.com](http://www.cienciadigitaleditorial.com)

**e:** [luisefrainvelastegui@cienciadigital.org](mailto:luisefrainvelastegui@cienciadigital.org)

**e:** [luisefrainvelastegui@hotmail.com](mailto:luisefrainvelastegui@hotmail.com)

### Director General

Dr.C. Efraín Velastegui López. PhD. <sup>1</sup>

*"Investigar es ver lo que todo el mundo ha visto, y pensar lo que nadie más ha pensado".*

**Albert Szent-Györgyi**

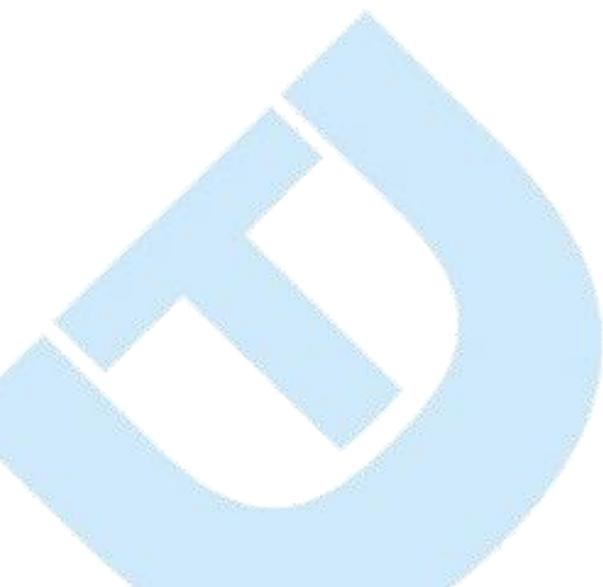
<sup>1</sup> Magister en Tecnología de la Información y Multimedia Educativa, Magister en Docencia y Currículo para la Educación Superior, Doctor (PhD) en Conciencia Pedagógicas por la Universidad de Matanza Camilo Cien Fuegos Cuba, cuenta con más de 60 publicaciones en revista indexadas en Latindex y Scopus, 21 ponencias a nivel nacional e internacional, 13 libros con ISBN, en multimedia educativa registrada en la cámara ecuatoriano del libro, una patente de la marca Ciencia Digital, Acreditación en la categorización de investigadores nacionales y extranjeros Registro REG-INV- 18-02074, Director, editor de las revistas indexadas en Latindex Catalogo Ciencia digital, Conciencia digital, Visionario digital, Explorador digital, Anatomía digital y editorial Ciencia Digital registro editorial No 663. Cámara ecuatoriana del libro, director de la Red de Investigación Ciencia Digital, emitido mediante Acuerdo Nro. SENESCYT-2018-040, con número de registro REG-RED-18-0063.

## PRÓLOGO

Es un placer presentarles esta edición única de nuestra revista, donde la ciencia y el turismo convergen en un fascinante viaje hacia el conocimiento y la exploración. En estas páginas, desentrañamos las maravillas que emergen cuando la curiosidad científica se encuentra con la belleza del mundo que nos rodea.

El turismo, más allá de ser un simple desplazamiento, se convierte en una travesía de descubrimiento. A medida que exploramos destinos, no solo nos sumergimos en la riqueza cultural y natural, sino que también nos encontramos cara a cara con fenómenos científicos fascinantes. Esta revista nace de la convicción de que la ciencia y el turismo son aliados naturales, tejiendo un tapiz en el cual cada rincón del mundo se convierte en un laboratorio de aprendizaje.

Cada página es un testimonio de que, cuando la ciencia y el turismo se dan la mano, la experiencia se enriquece, y el viaje se transforma en una oportunidad para aprender y maravillarse. Les invitamos a sumergirse en estas historias, a explorar con ojos curiosos y a descubrir cómo la ciencia y el turismo dan forma a nuestro entendimiento del mundo y enriquecen nuestras experiencias de viaje. ¡Bienvenidos a esta extraordinaria travesía!



# Índice

1. Análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR

(Rocío Celia Redero Orozco, Raúl Batista Garzón, Edgar Núñez Torres)

06-18

---

2. Análisis de la red social Facebook de las entidades de alojamiento del MINTUR.

(Emilio Enrique Guerra Castellón, Edgar Núñez Torres)

19-31

---

3. Evaluación de factores influyentes sobre la calidad de ofertas en la panadería-dulcería "Agusto", del grupo SERVISA

(Beatriz Romaní Bendig, Adalys Ma. Mesa Reyes, Julia Ma. Espinosa Manfugás, Joel Vidal Lafargue, Julio A. Díaz Abreu)

32-52

---

4. El *Toxoplasma Gondii* en la Salud Pública

(Fiama Samantha Reyes Méndez, Juan Carlos Gómez Villalva)

53-60

---

5. *Sarna sarcoptica* en perros (*Canis lupus*) como un problema de salud pública.

(Luísa Maria Mancheno Lucio, Juan Carlos Gomez Villalva)

61-75

## Análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR

*Analysis of the websites of the MINTUR accommodation business groups*

- <sup>1</sup> Rocío Celia Redero Orozco   
Estudiante, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba. Raúl Batista Garzón.  
[rocio.redero04@gmail.com](mailto:rocio.redero04@gmail.com)
- <sup>2</sup> Raúl Batista Garzón   
Estudiante, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba.  
[raulbatistagarzon@gmail.com](mailto:raulbatistagarzon@gmail.com)
- <sup>3</sup> Edgar Núñez Torres   
Profesor, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba, Máster en Informática para la Gestión Medioambiental.  
[enunez8609@gmail.com](mailto:enunez8609@gmail.com)

---

### Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 14/07/2023

Revisado: 04/08/2023

Aceptado: 12/09/2023

Publicado: 05/10/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.32>

---

### Cítese:

Redero Orozco, R. C., Batista Garzón, R., & Núñez Torres, E. (2023). Análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR. *Ciencia & Turismo*, 2(4), 6-18. <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.32>



*CIENCIA & TURISMO*, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad.

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) [www.celibro.org.ec](http://www.celibro.org.ec)



Esta revista está protegida bajo una licencia *Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International*. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

---

**Palabras claves:**

Sitios web, SEO, entidades de alojamiento.

**Resumen**

La evaluación de los sitios web de las entidades turísticas es un tema que actualmente ha ganado auge en la historia del turismo y la tecnología. Con la creciente importancia de internet en el sector turístico, los especialistas en marketing y los operadores turísticos han comenzado a prestar aún más atención a la calidad y eficacia de sus sitios web. El surgimiento de la web 2.0 en el siglo XXI marcó un punto de inflexión en la forma en que las empresas de viajes interactuaban con los viajeros y comercializaban sus productos y servicios. Los sitios web se han convertido en herramientas esenciales de publicidad y marketing turístico que permiten a las empresas llegar a grandes audiencias y generar una mayor interacción con los clientes. En este contexto, la evaluación y análisis de sitios web se ha vuelto cada vez más importante para asegurar la efectividad y calidad de las estrategias de marketing turístico online. El presente trabajo muestra un análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento pertenecientes al MINTUR (Ministerio de Turismo), mediante la utilización de las herramientas Nibbler y Webite Grader y llegando a la conclusión que el sitio web con mayores problemas es el de Islazul.

**Keywords:**

Websites, SEO, hosting entities.

---

**Abstract**

The evaluation of the websites of tourism entities is a topic that has currently gained popularity in the history of tourism and technology. With the increasing importance of the internet in the tourism sector, marketers and tour operators have begun to pay even more attention to the quality and effectiveness of their websites. The emergence of web 2.0 in the 21st century marked a turning point in the way travel companies interacted with travelers and marketed their products and services. Websites have become essential tourism advertising and marketing tools that allow companies to reach large audiences and generate greater interaction with customers. In this context, the evaluation and analysis of websites has become increasingly important to ensure the effectiveness and quality of online tourism marketing strategies. The present work shows an analysis of the websites of the accommodation business groups belonging to the MINTUR (Ministry of Tourism), through the use of the Nibbler and Webite

---

---

Grader tools and reaching the conclusion that the website with the greatest problems is that of Islazul.

---

## Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes en todo el mundo y en la actualidad, las entidades turísticas tienen que hacer frente a un mercado cada vez más competitivo.

A través de los sitios web las empresas turísticas pueden promocionar sus servicios y atraer a nuevos clientes. Esto puede incluir información sobre las habitaciones, instalaciones, servicios de restaurante y spa, entre otros servicios. También los sitios web permiten a los clientes realizar reservas en línea, lo que facilita el proceso y puede aumentar la eficiencia del hotel. Los sistemas de gestión de reservas pueden estar integrados en el sitio web del hotel, lo que permite a los clientes reservar habitaciones directamente. (Sharma, 2022)

Los sitios web les permiten a las entidades proporcionar información detallada sobre sus servicios y políticas como, por ejemplo, política de cancelación, horarios de check-in y check-out, políticas de mascotas, entre otros y les posibilita la comunicación con los clientes a través de formularios de contacto, chat en vivo y correo electrónico. Esto puede ayudar a resolver preguntas y problemas de los clientes de manera eficiente. Por esta razón, es crucial que estas empresas cuenten con sitios web efectivos que les permitan atraer y retener a los usuarios. Se tomarán como objeto de estudio de los grupos empresariales Gran Caribe, Cubanacán, Islazul, Campismo Popular

## Problema que resuelve

¿Cómo se comportan los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR?

## Objetivo

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el estado de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento del MINTUR, haciendo uso de las herramientas Nibbler y Webite Grader.

## Marco Teórico Referencial

¿Qué es un sitio web?

Un sitio web es un conjunto de páginas web que están conectadas entre sí y se encuentran alojadas en un servidor web. Este espacio virtual es accesible para cualquier persona con conexión a internet, que lo visite por medio de un navegador web. Se compone de diferentes tipos de contenido, como texto, imágenes, videos y elementos interactivos (Coppola, 2023)

Un sitio web sirve para tener presencia en la red. Cumple diferentes funciones con base en los objetivos planteados. Sirve para informar, vender productos o servicios, crear una comunidad o impulsar una causa, interactuar, capacitar o educar, ofrecer soporte o atención, o divertirse.

### ¿Qué es el posicionamiento web?

El posicionamiento Web o SEO consiste en aplicar diversas técnicas orientadas a lograr que los buscadores de Internet sitúen determinada página web en una posición y categoría alta (primeras posiciones) dentro de su página de resultados para determinados términos y frases clave de búsqueda. (Acibeiro, 2021)

El posicionamiento web orgánico o natural en Google y demás buscadores es una de las estrategias más efectivas a medio y largo plazo para captar potenciales clientes desde Internet.

### **Herramientas para la evaluación de los sitios web**

#### **Nibbler**

Es una herramienta de análisis muy completa que proporciona una puntuación de 0 a 10 en la que se resumen importantes aspectos que debe cumplir un sitio web, como la accesibilidad, el SEO, la integración con las redes sociales y la tecnología empleada. (Luján Mora, 2012)

Además, se evalúan 4 dimensiones compuestas por diferentes parámetros las cuales son:

- **Accesibilidad:** Nos permite conocer que tan accesible es la página web para dispositivos móviles. Sus parámetros principales encabezados, links internos, compatibilidad móvil, títulos de páginas, formato URL.
- **Experiencia:** Permite saber que tan satisfactorio es el sitio web para los usuarios. Sus indicadores son popularidad, comportamiento del servidor, links internos, cantidad de contenido, Twitter, Imágenes, compatibilidad móvil, imprimibilidad, formato URL y frescura.
- **Marketing:** Permite conocer que tan bien comercializado y cuan popular es el sitio web. Sus parámetros son popularidad, encabezados, links internos,

cantidad de contenido, Twitter, análisis, títulos de páginas, enlaces entrantes, etiquetas meta, frescura.

- Tecnología: Permite saber que tan bien diseñado se encuentra el sitio web. Sus indicadores son comportamiento del servidor, encabezados, links internos, imágenes, compatibilidad móvil, imprimibilidad, formato URL y etiquetas meta.

### **Webite Grader**

HubSpot presenta una herramienta gratuita que ayudará a las empresas a saber si su página web está en sintonía con sus estrategias digitales. En la última década, la dinámica de cómo las personas interactúan con las marcas ha cambiado mucho: el diseño, funcionalidad y propósito se enfocan en nuevas tendencias. Con esto en mente, HubSpot diseñó Website Grader con criterios de clasificación que ofrece un informe personalizado de sitios web en materia de rendimiento, adaptabilidad móvil, SEO y seguridad. Las empresas que deseen aprovechar la herramienta deberán acceder al sitio oficial e introducir la URL de su sitio web, así como un correo electrónico. Una vez que el sistema haya realizado el análisis, el sitio recibe un resultado del 1 al 100 considerando: Rendimiento, Diseño adaptable, SEO y Seguridad. (HubSpot , 2017)

### **Materiales y métodos**

Se utilizó para el desarrollo de este trabajo el método de revisión bibliográfica, el cual permitió el análisis teórico existente a nivel internacional de la utilización de la

Web 2.0 y los sitios web. Adicionalmente, se utilizó el método analítico – sintético e inductivo - deductivo para la elaboración del marco teórico referencial y para la interpretación de los resultados obtenidos. Por otra parte, la observación fue otro de los métodos, la misma permitió identificar las principales cualidades en el uso de los sitios web en las organizaciones analizadas.

### **Resultados**

#### Análisis de los sitios web de los grupos empresariales de alojamiento pertenecientes al MINTUR

Luego de analizar los sitios web de las entidades turísticas a través de la herramienta Nibbler se obtuvo los siguientes resultados:

##### *Evaluación general*

La mayor puntuación general la alcanzó el grupo empresarial Gran Caribe, con una calificación de 9.1 y la menor puntuación la obtuvo el Grupo Empresarial Campismo Popular con una calificación de 7.5 como se puede observar en la figura 1.

**Figura 1:**

Evaluación general por sitios web



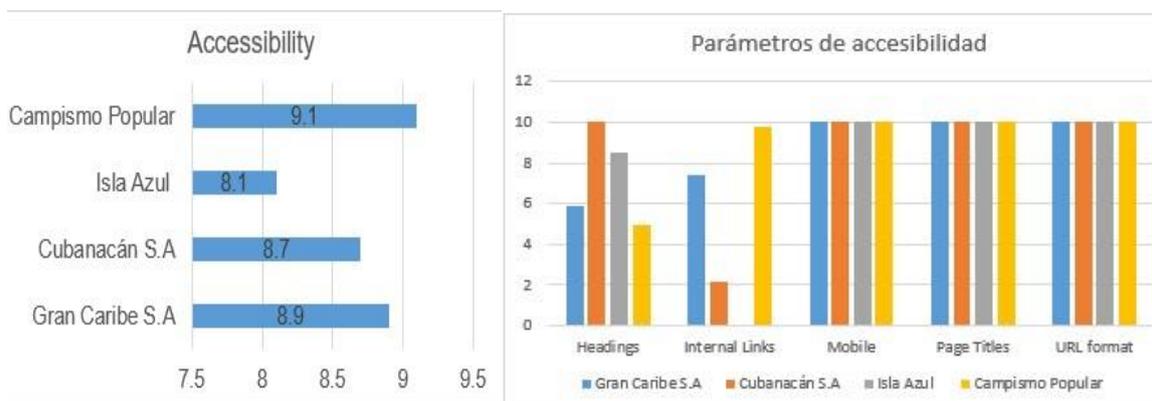
Esta evaluación general que brinda la herramienta Nibbler es el resultado de promediar las 4 dimensiones generales: tecnología, accesibilidad, marketing y experiencia.

*Accesibilidad*

En la figura 2 se muestra el grado de accesibilidad que presentaron los grupos empresariales de alojamiento objeto de estudio, arribando a la conclusión que todas presentan un adecuado rendimiento en cuanto a la accesibilidad.

**Figura 2:**

Dimensión accesibilidad



La menos accesible es el Grupo Islazul presentando una calificación de 8.1, ya que presenta como característica negativa que muchos encabezados (10,0%) estaban vacíos o mal definidos. Algunas páginas no definían correctamente los encabezados. Además, el indicador de enlaces internos también se encuentra afectado ya que 85 links no presentan texto descriptivo en su destino.

En cambio, el Grupo Campismo Popular posee la mejor puntuación de la dimensión accesibilidad ya que presenta una mayor puntuación en cuanto a los encabezados y los enlaces internos lo que la hace superior con respecto a las demás. Posee como fortalezas

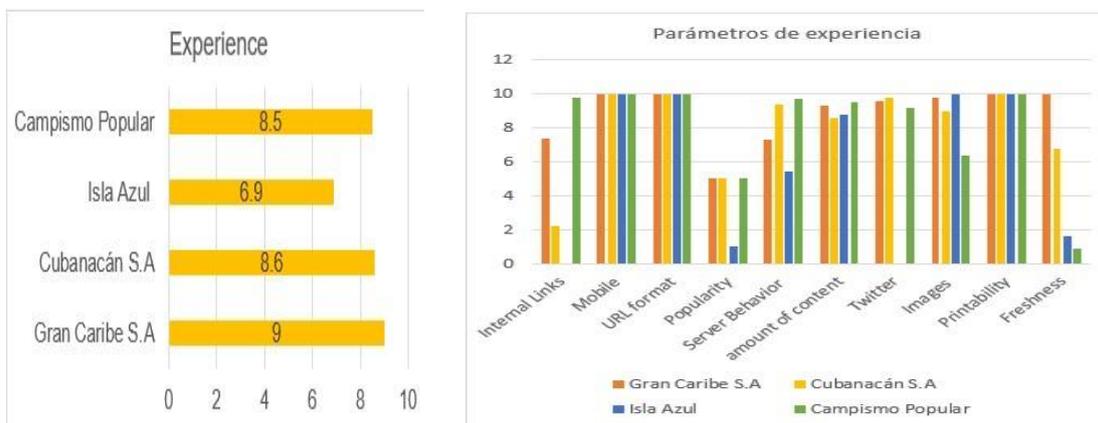
su compatibilidad con dispositivos móviles, su correcta utilización de los títulos de página y su apropiada escritura de los formatos URL.

*Experiencia*

En la figura 3 se muestra el nivel de experiencia que presentaron las entidades de alojamiento objeto de estudio, llegando a la conclusión que todas presentan un adecuado rendimiento en cuanto a esta dimensión de manera general. La entidad que alcanzó mayor puntuación en relación con la experiencia que brinda a los usuarios es Gran Caribe, siendo superior a las demás.

**Figura 3:**

Dimensión experiencia



El grupo empresarial Islazul es la entidad que más deficiencias presenta. Se pudo constatar que existen problemas con los enlaces internos de su sitio web, pero también presenta afectación en el indicador popularidad ya que se tiene un número muy bajo de visitas mensuales (73 visitantes orgánicos). Ninguna imagen tiene tamaños definidos y no posee cuenta en Twitter. Además, este sitio web se actualizó por última vez el jueves 1 de abril de 2021; esto es negativo porque los visitantes pueden descartar este sitio web como obsoleto. También, no trabaja con la codificación GZIP. La compresión GZIP es ampliamente compatible y reduce el tiempo de carga de una página web. Este sitio web devuelve el contenido de la página con o sin una barra diagonal en las URL, esto no es correcto ya que los motores de búsqueda pueden verlos como páginas separadas con contenido duplicado que podrían penalizar.

*Marketing*

En la figura 4 se evidencia el nivel de comercialización y popularidad que presentaron los OSDE de alojamiento, quedando demostrado que todas presentan un adecuado rendimiento en cuanto a esta dimensión de manera general.

**Figura 4:**

Dimensión marketing

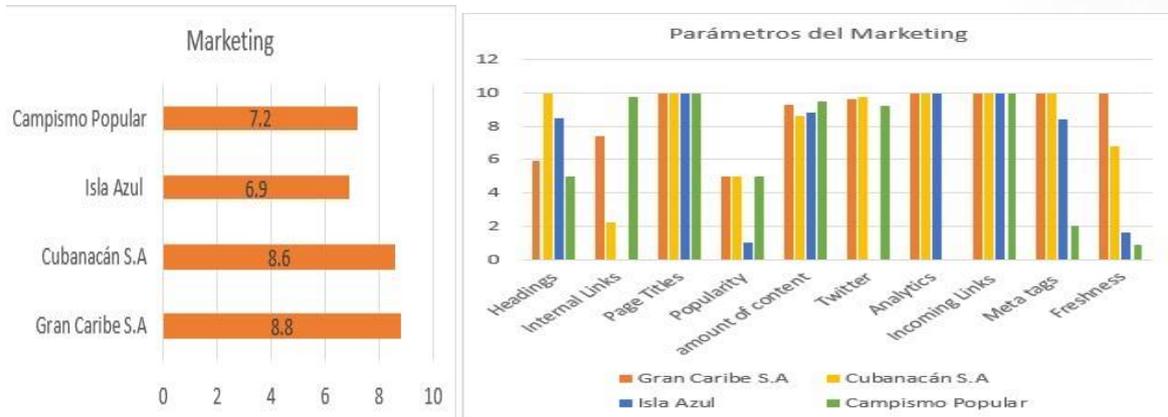


Figura 4: Dimensión marketing

Gran Caribe constituye la entidad turística de mayor puntaje en esta dimensión con una calificación de 8.8. Este sitio web tiene como fortalezas que todas las páginas incluían una meta descripción. Además, cada página de este sitio web utiliza algún tipo de software de análisis y existen 29634 páginas en 197 dominios que enlazan este sitio web. Tiene como aspectos positivos la cantidad de contenido, la popularidad, los títulos de páginas y la frescura, parámetros evaluados anteriormente

Islazul se ubica en la posición más baja en cuanto al marketing. Sus principales debilidades se encuentran en los indicadores enlaces internos, popularidad, frescura y encabezados.

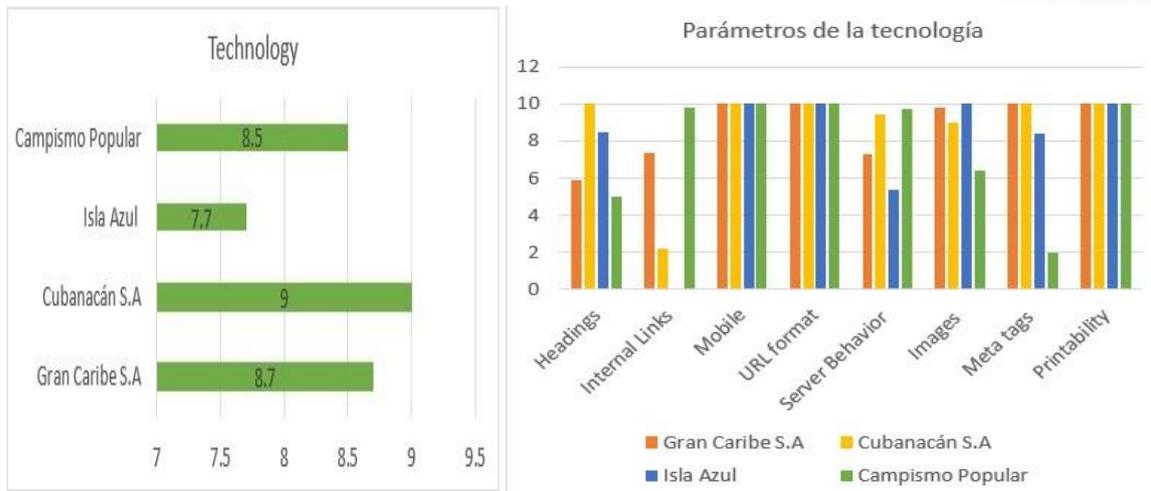
*Tecnología*

En la figura 5 se evidencia la puntuación alcanzada por las entidades de alojamiento en cuanto a su diseño web, quedando demostrado que todas presentan un eficiente rendimiento.

Hoteles Cubanacán tiene la mejor puntuación en cuanto al diseño web con un puntaje de 9. Tiene como fortalezas que la hacen superior con respecto a las demás entidades la compatibilidad con dispositivos móviles, los encabezados, la imprimibilidad, las etiquetas meta, el comportamiento del servidor y el formato URL.

**Figura 5:**

Dimensión tecnología



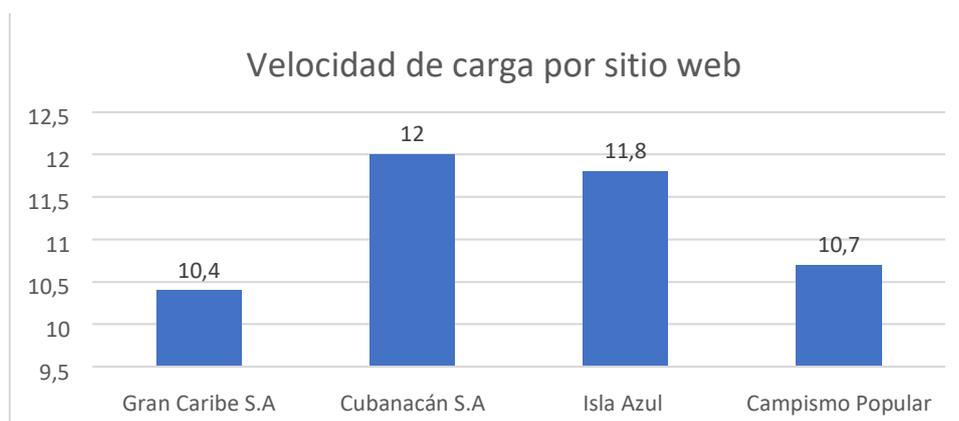
Islazul se ubica en la posición más baja en cuanto al indicador de diseño web. Tiene como debilidades principales los encabezados, el comportamiento del servidor y los enlaces internos.

*Velocidad de carga*

Este parámetro fue evaluado a través de la herramienta webite grader y se obtuvo que el Grupo Empresarial Gran Caribe S.A es el que presenta mayor velocidad de carga, demorándose 10.4 segundos, como se muestra en la figura 6. Además, presenta un tamaño de página de 6.4mb que según Webite Grader debe ser mejorado ya que para poseer un óptimo desarrollo debe encontrarse este aspecto por debajo de los 3mb.

**Figura 6:**

Dimensión velocidad de carga



Los sitios web de los Cubanacán S.A e Islazul son los de mayor tiempo de demora. Deben disminuir las solicitudes HTTP, algunas imágenes no se adaptan muy bien y no tiene los JavaScript minimizados.

### **Impactos**

- Promocionan el sitio web en los perfiles de redes sociales y utilizan publicidad en redes sociales para llegar a una audiencia más amplia. También utilizan técnicas de marketing de contenido, como publicar en foros relevantes o blogs, para atraer a más personas al sitio web.
- Ofrecen incentivos a los usuarios para que visiten el sitio web, como descuentos o promociones especiales.
- Optimizan el contenido existente utilizando técnicas de SEO, como la inclusión de palabras clave relevantes y la optimización de la estructura del contenido.

### Recomendaciones para estos sitios web

- Definir los encabezados ya que a los usuarios y los motores de búsqueda les puede resultar más difícil determinar el contenido de la página de este sitio web.
- Precisar correctamente los enlaces internos porque estos ayudan al SEO (Optimización de los motores de búsqueda), es decir, a la visibilidad y el posicionamiento, resultados de búsqueda de Google y ayudan a la accesibilidad.
- Optimizar el código de los sitios web ya que puede afectar el rendimiento del servidor.
- Utilizar caché para almacenar temporalmente los datos de un sitio web en el navegador del usuario o en el servidor, para que la próxima vez que se acceda a la página, se cargue rápidamente.
- Emplear imágenes optimizadas y comprimidas para reducir el tamaño de los archivos y reducir la carga del servidor.
- Revisar y actualizar regularmente el contenido existente en el sitio web para asegurar de que siga siendo relevante y útil para la audiencia.
- Es importante encontrar un equilibrio adecuado entre la cantidad y la calidad del contenido en el sitio web, se debe asegurar de que la cantidad de contenido sea suficiente para satisfacer las necesidades e intereses.
- Utilizar imágenes de alta resolución que tengan una resolución adecuada para el tamaño en el que se van a mostrar en el sitio web. Las imágenes de baja resolución pueden verse borrosas o pixeladas y pueden estirarse al

aumentar su tamaño. Asegurarse de que todas las imágenes de estos sitios web estén en formato JPEG, PNG, SVG o GIF

- Agregar botones con enlace a Twitter en el sitio web para que los usuarios puedan seguirte y compartir tu contenido en Twitter.
- Utiliza herramientas de analítica web como Google Analytics para recopilar datos sobre el comportamiento de los usuarios en el sitio web.
- Utiliza un alojamiento web adecuado para garantizar una buena velocidad de carga del sitio web. Elige un proveedor de alojamiento que ofrezca un buen ancho de banda, un tiempo de actividad confiable y un soporte técnico de calidad.

### Conclusiones

- Es importante la evaluación de los sitios web de las entidades turísticas ya que constituye un proceso vital para asegurar su efectividad en línea y mejorar la experiencia de usuario. Durante la investigación, se ha podido comprobar que un sitio web bien diseñado y optimizado puede contribuir significativamente al éxito de una empresa del sector turístico.
- Las empresas que han logrado una presencia efectiva en línea han sido capaces de atraer y retener a los clientes, mejorar su imagen de marca y aumentar sus ventas en el mercado turístico. Por otro lado, las empresas que no prestan suficiente atención a la evaluación y mejora de sus sitios web corren el riesgo de perder a los clientes y de no estar a la altura de sus competidores. Se recomienda a las entidades turísticas del MINTUR que dediquen tiempo y recursos suficientes para evaluar y mejorar constantemente sus sitios web para utilizarlos de manera efectiva y beneficiosa llegando a llamar la atención de más clientes.

### Conflicto de intereses

Los autores aclaran que no existen conflictos de interés.

### Referencias

Acibeiro, M. (19 de Julio de 2021). *Qué es el posicionamiento SEO y por qué es tan importante?* Obtenido de Godaddy: <https://es.godaddy.com/blog/que-es-posicionamiento-seo/>

Coppola, M. (23 de Enero de 2023). *Que es un sitio web, para que sirve y cuales son sus elementos.* Obtenido de Hubspot:

<https://blog.hubspot.es/website/que-es-sitio-web#que-es>

HubSpot . (31 de 10 de 2017). Obtenido de HubSpot lanza Website Grader, la herramienta que te permite conocer la calificación de tu página web:

<https://hubspot.another.co/hubspot-lanza-website-grader-la-herramientaque-te-permite-conocer-la-calificacion-de-tu-pagina-web>

Luján Mora, S. (29 de abril de 2012). *Nibbler, una herramienta de análisis muy completa*. Obtenido de Accesibilidad en la Web:

<https://accesibilidadenlaweb.blogspot.com/2012/04/nibbler-unaherramienta-de-analisis-muy.html?m=1>

Sharma, M. (26 de Agosto de 2022). *Principales funciones de los sitios webs de hoteles que impulsan los ingresos*. Obtenido de Hotelogix:

<https://www.hotelogix.com/es/blog/2022/08/26/principales-funciones-de-lossitios-web-de-hoteles-que-impulsan-los-ingresos/>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.



## Análisis de la red social Facebook de las entidades de alojamiento del MINTUR.

*Analysis of the Facebook social network of the MINTUR accommodation entities.*

- <sup>1</sup> Emilio Enrique Guerra Castellón   
Estudiante, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba.  
[emilito042@gmail.com](mailto:emilito042@gmail.com)
- <sup>3</sup> Edgar Núñez Torres   
Profesor, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba, Máster en Informática para la Gestión Medioambiental.  
[enunez8609@gmail.com](mailto:enunez8609@gmail.com)

---

### Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 15/07/2023

Revisado: 05/08/2023

Aceptado: 12/09/2023

Publicado: 05/10/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.33>

---

### Cítese:

Guerra Castellón, E. E., & Núñez Torres, E. (2023). Análisis de la red social Facebook de las entidades de alojamiento del MINTUR . Ciencia & Turismo, 2(4), 19-31. <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.33>

---



**Ciencia  
Digital**  
Editorial

*CIENCIA & TURISMO*, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad.

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) [www.celibro.org.ec](http://www.celibro.org.ec)

---



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

---

---

**Palabras claves:**

Transformación digital, redes sociales, entidades de alojamiento.

**Resumen**

Las redes sociales en la actualidad son herramientas esenciales para interactuar y establecer comunicaciones con los clientes desde cualquier lugar, promocionar productos, servicios, así como lograr retroalimentación y mejora de su experiencia. Las entidades turísticas deben evaluar constantemente su presencia en las redes sociales para mejorar su estrategia en esta novedosa forma de mercado y mantenerse competitivos constantemente, todo ello sobre la base de la transformación digital que se ha gestado en los últimos años. El presente trabajo muestra un análisis sobre el empleo de las redes sociales (en particular Facebook, ahora llamada Meta) de las entidades de alojamiento del Ministerio de Turismo (MINTUR). La evaluación se realizó a partir del uso de la herramienta BuzzSumo, arrojando resultados satisfactorios, aunque se deben analizar las debilidades que se manifiestan para trazar un plan de medidas que permitan su solución.

**Keywords:** Digital transformation, social networks, accommodation entities..

---

**Abstract**

Social networks today are essential tools to interact and establish communications with customers from anywhere, promote products and services, as well as obtain feedback and improve their experience. Tourism entities must constantly evaluate their presence on social networks to improve their strategy in this new form of market and constantly remain competitive, all based on the digital transformation that has taken place in recent years. This work shows an analysis of the use of social networks (in particular Facebook, now called Meta) of the accommodation entities of the Ministry of Tourism (MINTUR). The evaluation was carried out using the BuzzSumo tool, yielding satisfactory results, although the weaknesses that appear must be analyzed to draw up a plan of measures that allow their solution.

---

**Introducción**

El turismo es uno de los principales sectores económicos a nivel mundial. Por ello, es que la transformación digital en el turismo sea de vital importancia año por año. Solo

debemos fijarnos en los millones de personas viajando de un lugar a otro mes a mes y es cierto que la forma de hacerlo ha cambiado bastante respecto a años anteriores. Las empresas que se dedican al sector turístico se han tenido que ir adaptando al continuo avance de la tecnología y han sufrido un proceso de transformación para poder adaptarse al nuevo modelo de turista. La transformación digital en el turismo ha cambiado la forma en la que las personas viajan, por esta razón las empresas han cambiado también su forma de trabajar y se han hecho dueñas del famoso “renovarse o morir”. El principal objetivo de la transformación digital actualmente es aprovechar todas aquellas oportunidades que ofrece la tecnología para mejorar la experiencia que tienen los turistas durante su viaje. Hay que intentar controlar todas las fases por las que pasa cualquier viajero. La transformación empresarial es una realidad, es el presente de todo negocio, hay que reorientar todas las estrategias con el fin de adaptarse a los nuevos cambios y oportunidades que ofrece el mercado, con el objetivo de ser más eficaz y eficiente. (Redator WindUp, 2019)

La tecnología ha cambiado completamente la vida de las personas y el mundo de los negocios, dando herramientas a las empresas para mejorar su imagen y su competitividad. También ha transformado todos los sectores económicos, particularmente el turismo, a través del desarrollo de páginas web, blogs, aplicaciones, y redes sociales que rompen las fronteras geográficas y crean nuevas posibilidades. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) intervienen en la forma en la que el turista se sirve de la información, desde simplemente informarse, reservar, comprar y pagar en línea, hasta compartir la experiencia vivida. En efecto, la aparición de Internet ha generado un fuerte impacto en el sector turístico debido a las múltiples posibilidades que ofrece para la comunicación. Los usuarios, gracias a su conexión a la red, pueden decidir qué destino elegir, o qué actividades van a realizar en dicho destino, lo cual ha modificado la forma de concebir y planificar los viajes, tanto para viajeros como también para las empresas. Entre finales del siglo XX e inicios del XXI Internet comienza a ofrecer posibilidades para la promoción y venta, y la difusión de información en el sector turístico. Inicialmente mediante la creación de páginas webs. Posteriormente surge la Web 2.0, llamada también Web Social. En los primeros días de Internet, con la Web 1.0, la información publicitada online era estática y las interacciones con otros usuarios de Internet eran casi inexistentes. Por contraste, la Web 2.0 se caracteriza por sitios como por ejemplo Tripadvisor y plataformas sociales, como Facebook o Twitter, que han traído una revolución en las redes sociales llevando al termino Socialnomics, es decir, la economía que se mueve alrededor de las redes sociales. De hecho, las redes sociales permiten a los usuarios establecer comunidades de viaje virtuales que les hacen más fácil a los turistas obtener información, mantener conexiones, desarrollar relaciones y tomar decisiones referentes a viajes. (Gascó González, 2022)

En el sector hotelero, las redes sociales se utilizan como herramientas de estrategia comercial o marketing. Son útiles especialmente para la promoción, la gestión comercial y la investigación. En ellas, las páginas de fans dan a los alojamientos hoteleros la oportunidad de promocionar sus marcas, sus productos y sus servicios y mostrarlos a una audiencia global. (Solano Rubio, 2020)

Es por esta razón que las plataformas digitales dentro del sector hotelero han ido ganando espacios, dado que permite mantener relaciones más directas con el cliente atendiendo y satisfaciendo de mejor manera las necesidades. Las redes sociales permiten saber más sobre el cliente, mejorar la marca, lanzar nuevos productos o servicios gracias al feedback que se genera con el cliente, así como personalizar la oferta. ( Toapanta Varela & Pinargote Montenegro, 2022)

### **Problema que resuelve**

¿Cómo se comportan las entidades de alojamiento del MINTUR en la red social Facebook?

### **Objetivo**

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el comportamiento del contenido de las páginas oficiales de la red social Facebook de las entidades de alojamiento del MINTUR, haciendo uso de la herramienta BuzzSumo.

### **Marco Teórico Referencial**

#### Web 2.0

El surgimiento de la Web 2.0 supone el auge de las redes sociales en las que los consumidores no sólo reciben información, sino que la generan, a través de publicaciones, dando sus opiniones o recomendaciones, con sus experiencias a través de comentarios, imágenes o vídeos, y con la oportunidad de intercambiar comentarios entre los propios usuarios. Las empresas se han lanzado a usar también esta Web 2.0 tanto para analizar la información que hay allí sobre sus propias marcas, como para comunicarse con el propio consumidor e impulsar que los consumidores generen sus propios contenidos. Cada vez más turistas deciden viajar de manera independiente y no utilizar los servicios de las agencias de viajes. Las tecnologías de la Información han favorecido este cambio, debido a que los turistas pueden encontrar más información por sí mismos, reservar, y hasta pagar online los distintos servicios que van a necesitar. La información que los viajeros van a usar oscila desde aquella más oficial, presentada por las propias empresas de forma más estática, por ejemplo, en sus sitios webs, o más dinámica, como es a través de sus redes sociales, y también se van a buscar información de anteriores

turistas, que vierten en dichas redes sociales sus opiniones, experiencia, y hasta recomendaciones. (Gascó González, 2022)

### Red Social Facebook

Creada por Mark Zuckerberg en 2004, Facebook pasó rápidamente de ser una herramienta para los estudiantes de Harvard a convertirse en la red social con mayor número de usuarios del mundo. El proyecto se vio posteriormente ampliado con adquisiciones de la talla de Instagram o WhatsApp, y ha gozado durante el último decenio de un éxito sin parangón. En octubre de 2021, la compañía comunicó el cambio de su nombre por el de Meta. Con ello, dejaba entrever la intención de Facebook de centrarse en lo que considera que es el siguiente paso de las tecnologías en la red: el metaverso. A nivel general, ni el nombre ni el funcionamiento de Facebook y el resto de aplicaciones se ven afectados, pero ahora se sitúan bajo el paraguas de Meta (Fernández, 2023).

### Herramienta de análisis de redes sociales: Buzzsumo

Afortunadamente, existen herramientas gratuitas que las organizaciones cubanas pueden utilizar para analizar sus redes sociales y mejorar su estrategia de posicionamiento. Estas herramientas son fáciles de usar y proporcionan información valiosa sobre el comportamiento de los usuarios en las redes sociales. Unas de estas herramientas es Buzzsumo.

Es una herramienta que posibilita crear, de manera inteligente, el mejor contenido a partir de recursos que permiten: descubrir cuáles contenidos son más compartidos; rastrear marcas, la competencia y backlinks; identificar influencers y enlaces compartidos por ellos; generar informes de análisis por asunto y otros filtros. De esta manera, Buzzsumo ofrece las herramientas necesarias para garantizar que el contenido se destaque, genere engagement y sea compartido. También puede ayudar a aumentar la autoridad del sitio, así como analizar backlinks y los de la competencia con el objetivo de mejorar posición en los motores de búsqueda. Nuevos contenidos son publicados a diario, como consecuencia de esta alta demanda, se generan problemas en el momento de acompañar sus resultados y saber cuáles pasos son necesarios para optimizar las estrategias digitales. (Redator Rock Content, 2019)

### Materiales y Métodos

Se utilizaron para el desarrollo de este trabajo el método de revisión bibliográfica, el cual permitió el análisis teórico existente a nivel internacional de la utilización de la Web 2.0 y las redes sociales. Adicionalmente, se utilizó el método analítico - sintético y el inductivo - deductivo para la elaboración del marco teórico referencial y para la interpretación de los resultados obtenidos. Por otra parte, la observación fue otro de los

métodos, la misma permitió identificar las principales cualidades en el uso de las redes sociales en las organizaciones analizadas.

## Resultados

### Análisis del contenido de las páginas de Facebook de las entidades de alojamiento del MINTUR

Para desarrollar el estudio se realizó un análisis comparativo del uso de la red social Facebook entre las entidades de alojamiento que administra el MINTUR. En la tabla 1 se muestra el número de suscriptores de cada página de Facebook de dichas entidades.

**Tabla 1:**

Número de suscriptores y cantidad de personas que le gustan las páginas.

Entidad de alojamiento	Suscriptores en Facebook	Cantidad de “Me gusta”
Grupo Empresarial Hotelero Gran Caribe S.A.	32 000	28 000
Grupo Empresarial Hotelero ISLAZUL S.A.	38 000	28 000
Corporación de Comercio y Turismo Internacional, Cubanacán S.A.	62 000	53 000
Grupo Empresarial Campismo Popular.	13 000	10 246

**Fuente:** Elaboración propia.

Para este trabajo que se presenta, se analizaron 617 publicaciones de las cuatro páginas oficiales de las entidades de alojamiento del MINTUR desde noviembre de 2022 hasta mayo de 2023, donde existe un compromiso total<sup>1</sup> de 38813 y un promedio de 316.

**Tabla 2:**

Total de publicaciones y compromiso generado

Entidades de alojamiento	Post analizados	Compromiso total	Compromiso medio
Grupo Empresarial Hotelero Gran Caribe S.A.	255	14738	57

<sup>1</sup> El compromiso de Meta es la cantidad de veces que las personas interactúan con una publicación a través de me gusta, reacciones, acciones compartidas y comentarios.

**Tabla 2:**

Total de publicaciones y compromiso generado (continuación)

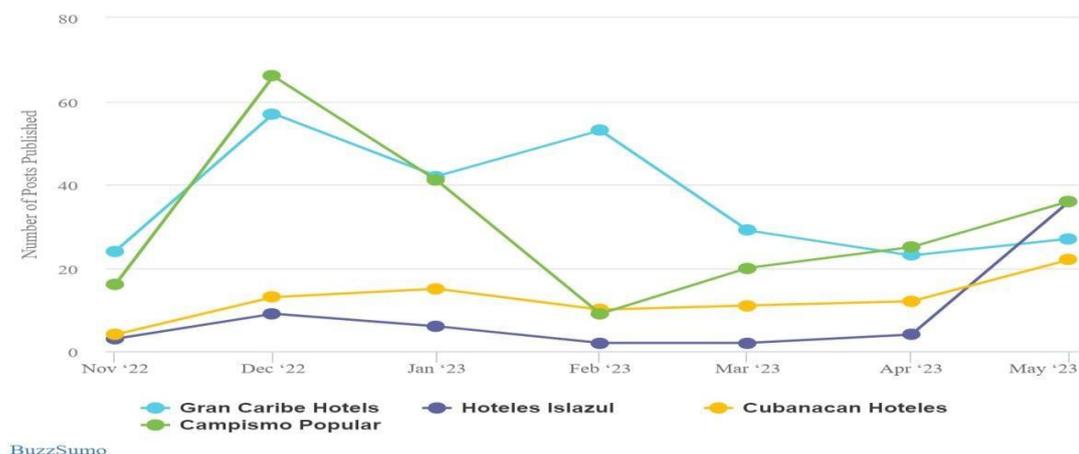
Entidades de alojamiento			Post analizados	Compromiso total	Compromiso medio	
Grupo ISLAZUL S.A.	Empresarial	Hotelero	62	4247	68	
Corporación de Comercio y Turismo Internacional, Cubanacán S.A.				87	14483	166
Grupo Popular.	Empresarial	Campismo		213	5345	25
<b>Totales</b>				<b>617</b>	<b>38813</b>	<b>316</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

Durante este período se puede observar (figura 1) cómo se comportaron la cantidad de publicaciones, quedando reflejado que la entidad de alojamiento con más post realizados fue Gran Caribe S.A con 255, pero la que más publicó en un mes fue Campismo Popular en diciembre con 66 posts. También se puede apreciar cómo Hoteles Islazul mantuvo una cantidad muy baja de publicaciones durante 5 meses con respecto a las otras.

**Figura 1:**

Publicaciones realizadas en el período analizado.

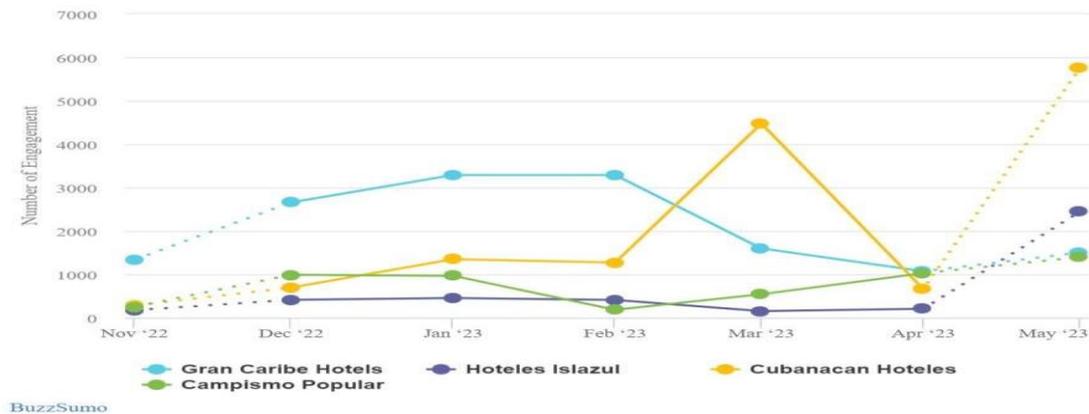


BuzzSumo

En la figura 2 se presenta el compromiso total que generaron las publicaciones en cada mes, resultando ser Gran Caribe S.A la que más interacciones alcanza con un engagement total de 14 738 en 255 posts. Sin embargo, Cubanacán S.A que publicó menos en relación con la anterior, generó un compromiso similar de 14 483 en tan solo 87 publicaciones, esto es debido a que está mejor posicionada en las redes sociales y cuenta con más seguidores, es decir, tiene una mayor popularidad. Además, se percibe que las entidades con más bajas interacciones son Islazul S.A y Campismo Popular con un compromiso total de 9592 entre las dos. La entidad que más interacciones tuvo en un mes fue Cubanacán S.A en mayo de 2023 con un total de 5752 en 22 posts.

**Figura 2:**

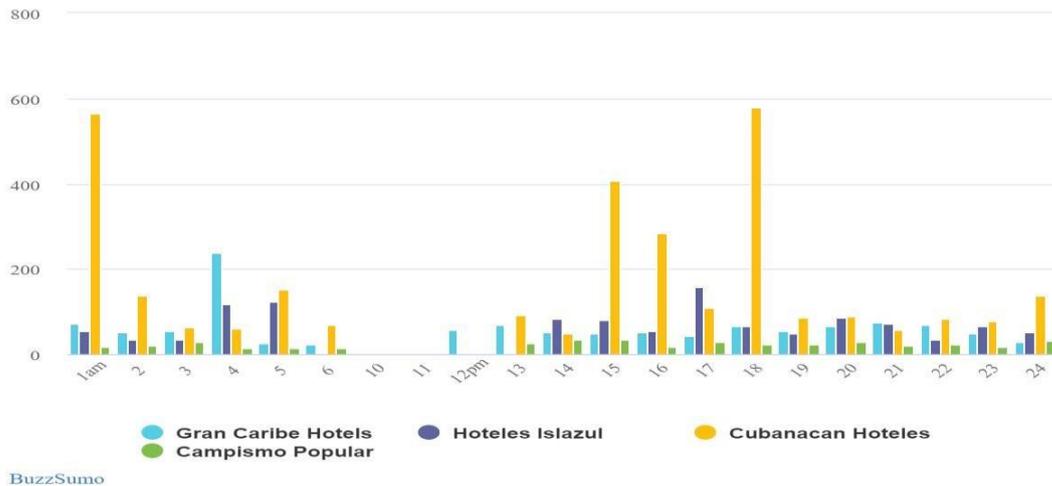
Compromiso total en el período.



Por otra parte, las figuras 3 y 4 muestran cómo los diferentes momentos pueden afectar el compromiso en la red social. La entidad que más logra por día y hora fue Cubanacán S.A con más de 500 interacciones alcanzadas los sábados, donde el mayor compromiso se produjo entre la 1:00 am y las 6:00 pm, estos resultan ser los horarios más factibles para publicar, ya que hay más usuarios en línea que pudieran visualizar el post e interactuar. Cabe resaltar que no es recomendable realizar publicaciones entre las 10:00 am y 11:00 pm, pues se puede apreciar que durante ese momento no hubo interacciones con las publicaciones en ninguna página, producto de que las personas pudieran estar realizando otras actividades.

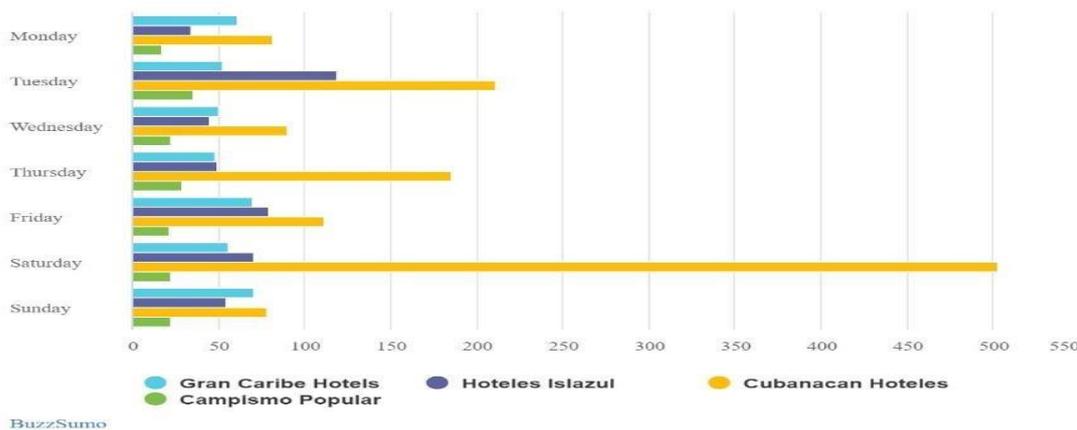
**Figura 3:**

Compromiso promedio por tiempo publicado.



**Figura 4:**

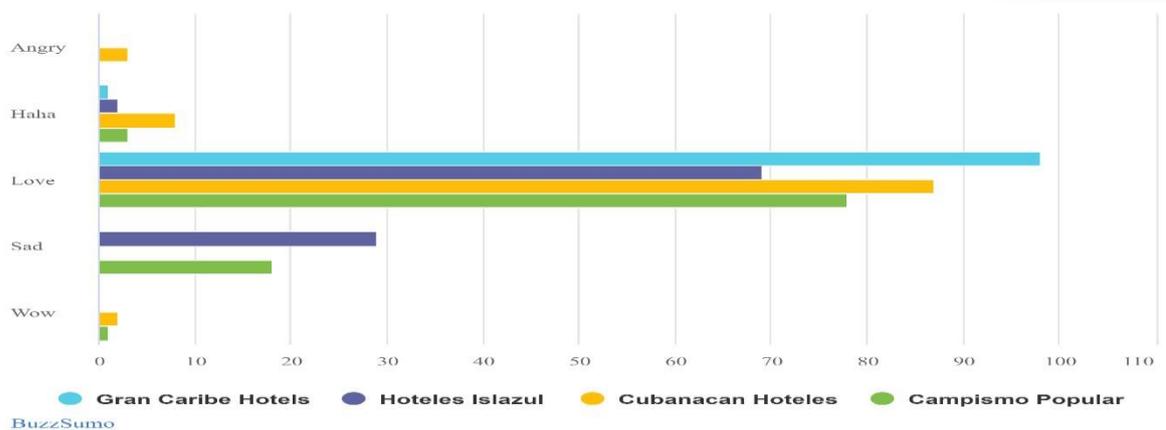
Compromiso promedio por día publicado.



Por último, se analizó las reacciones al contenido que se publica (figura 5), obteniendo que la gran mayoría de las personas que reaccionaron, aman las publicaciones, pues el mayor porcentaje de reacciones fue de “Amor”.

**Figura 5:**

Reacciones al contenido



### Impacto

Mediante la herramienta BuzzSumo se analiza, evalúa y monitorea las páginas de Facebook de las entidades de alojamiento del MINTUR, contribuyendo a:

- Evaluar la efectividad de la estrategia de contenido y determinar qué tipos de publicaciones generan más engagement y participación de los clientes.

- Identificar a los influencers y líderes de opinión del nicho de mercado y su colaboración con ellos para promocionar su marca y aumentar su alcance.
- Monitorear y analizar la actividad de la competencia y comparar el rendimiento en línea.
- Identificar tendencias, temas populares y crear contenido relevante y atractivo para la audiencia.
- Mejorar la estrategia de promoción, marketing digital, aumentar la presencia en línea y alcance.

### Soluciones a implementar en función de mejorar el marketing digital en las entidades

- Después de haber realizado el análisis de las páginas, estarán en condiciones de identificar los contenidos más populares sobre temas relacionados con la entidad, por lo que se debería analizar los tipos de contenido que más generan interacciones y tratar de crear contenido similar para generar más engagement o compromiso.
- Cuando se analizan los competidores, es recomendable indagar sobre los contenidos que funcionan mejor para ellos y crear contenido similar, pero mejorado. Lo mismo ocurre, si identificamos influencers que hayan compartido contenido relacionado con su marca. Se podría intentar contactar con ellos u otros de mayor popularidad en esta red social para aprovechar su gran cantidad de seguidores para promocionar el contenido de la entidad y generar ventas.

- Tener en cuenta los horarios en los que se generan mayor o menor engagement, pues así se garantiza que más personas puedan ver el contenido y reaccionar, sobre todo, si se trata de empresas que están empezando y no tienen una alta popularidad. Esto es debido a que, por ejemplo, las marcas populares y consolidadas tienen un punto a favor, sus clientes reales y potenciales constantemente abren sus páginas para ver sus ofertas y contenidos.
- BuzzSumo te permitirá identificar tendencias o modas en el sector y descubrir temas que son más populares en Meta. Esto ayudará a crear contenido que esté en línea con las tendencias actuales, lo que permitirá atraer seguidores, que las publicaciones sean más compartidas y, con ello, se logren ventas y atraer más y más clientes.
- Se recomienda publicar al menos una vez al día para mantener una presencia constante y mantener a los seguidores comprometidos. Esto significa que, como mínimo, se debería publicar al menos 30 veces al mes. Sin embargo, se debe tener en cuenta que la calidad del contenido es más importante que la cantidad. Es mejor publicar menos, pero con contenido de alta calidad que publicar mucho contenido de baja calidad.
- Otro de los aspectos fundamentales que actualmente podemos apreciar y, sin lugar a dudas, incide en el compromiso, es la interacción de la marca con los clientes. Es importante responder a los comentarios y mensajes de la audiencia de manera oportuna y profesional. Esto demuestra que la entidad está comprometida con los clientes y valora su opinión. Para ello se debería asignar responsabilidades claras a los miembros del equipo encargados de responder los mensajes de los clientes; establecer tiempos de respuesta, permitiendo saber a los usuarios cuándo pueden esperar una respuesta y ayuda a mantener una comunicación efectiva; automatizar algunas respuestas mediante chatbots con IA (inteligencia artificial) y respuestas predeterminadas, ayudando a responder preguntas frecuentes de manera rápida y eficiente, liberando tiempo para responder a mensajes más complejos y personalizados.

## Conclusiones

- Es importante para las entidades de alojamiento del MINTUR utilizar las redes sociales de la manera más responsable y beneficiosa, es decir, que se aproveche al máximo su potencial. Al fomentar su uso eficiente, estos grupos de alojamiento pueden obtener muchos beneficios como aumentar la visibilidad y el alcance, interactuar con los clientes, promocionar servicios y productos a gran escala; analizar datos, tendencias y generar contenido de calidad; aumentar las reservas directas, esto significa que los hoteles no tendrán que pagar comisiones a terceros (agencias de viajes-Intermediarios-turoperadores); mejorar las tasas de ocupación, pues atraerán más clientes y, por consiguiente, aumentarán los ingresos de la entidad.

- Se obtuvo que la red social Facebook ha generado notables resultados como medio de comunicación para las actividades desarrolladas por las entidades de alojamiento del MINTUR, tanto para comunicarse con los clientes y promocionar sus productos y servicios.
- La realización de este trabajo ha permitido conocer la importancia que tiene evaluar la red social Facebook de las entidades del MINTUR con BuzzSumo para mejorar su posicionamiento web, las interacciones con los clientes y generar contenido de marketing de calidad que le reporten a las entidades beneficios e ingresos en una nueva forma de mercado que ha ganado auge por un proceso que ha acaparado los flashes en los últimos tiempos: la Transformación Digital.

### Conflicto de intereses

Los autores aclaran que no existen conflictos de interés.

### Referencias bibliográficas

- Toapanta Varela, M. G., & Pinargote Montenegro, K. G. (2022). LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN LA DEMANDA HOTELERA EN LA CIUDAD DE MANTA. *Journal Business Science*, 17.
- Fernández, R. (22 de 03 de 2023). *La red social Facebook (Meta) en el mundo - Datos estadísticos*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/temas/9060/lared-social-facebook-en-el-mundo/#topicOverview>
- Gascó González, M. (2022). *El Impacto de las Redes Sociales en el sector del Turismo*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Redator Rock Content. (7 de 06 de 2019). *Buzzsumo: cómo utilizar la herramienta de buzz en tu estrategia de Marketing*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/buzzsumo/#:~:text=Buzzsumo%20permite%20que%20entiendas%20cu%C3%A1les,tambi%C3%A9n%20a%20los%20propios%20influencers>.
- Redator WindUp. (15 de Mayo de 2019). *La transformación digital en el turismo*. Obtenido de WindUp: <https://windup.es/blog/la-transformacion-digital-en-el-turismo/>
- Solano Rubio, C. (2020). *El uso de las redes sociales en el sector hotelero de la región de Murcia*. Cartagena, España: Universidad Politécnica de Cartagena.

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.



## Evaluación de factores influyentes sobre la calidad de ofertas en la panadería-dulcería “Algusto”, del grupo SERVISA

*Evaluation of the quality influencing factors upon the "Algusto" bakery offers, of the SERVISA group*

- 1 Beatriz Romani Bendig  <https://orcid.org/0000-0002-8853-9443>  
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Cuba (Dr. C. de los Alimentos).  
[bea\\_romani@ftur.uh.cu](mailto:bea_romani@ftur.uh.cu)
- 2 Adalys Ma. Mesa Reyes   
Hotel Royalton Paseo del Prado, Cuba (Lic. en Turismo)
- 3 Julia Ma. Espinosa Manfugás  <https://orcid.org/0000-0002-7453-0800>  
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Cuba (Dr. C. de los Alimentos).  
[julia\\_espinosa@ftur.uh.cu](mailto:julia_espinosa@ftur.uh.cu)
- 4 Joel Vidal Lafargue   
Ministerio de Turismo, Cuba (MSc. en Gestión Turística).  
[director.operaciones@mintur.gob.cu](mailto:director.operaciones@mintur.gob.cu)
- 5 Julio A. Díaz Abreu   
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Cuba (DrC. Técnicas).  
[ja.diazabreu@nauta.cu](mailto:ja.diazabreu@nauta.cu), [jadiaz46@gmail.com](mailto:jadiaz46@gmail.com)

### Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 15/07/2023

Revisado: 05/08/2023

Aceptado: 12/09/2023

Publicado: 05/10/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.23>

### Cítese:

Romani Bendig, B., Mesa Reyes, A. M., Espinosa Manfugás, J. M., Lafargue, J. V., & Díaz Abreu, J. A. (2023). Evaluación de factores influyentes sobre la calidad de ofertas en la panadería-dulcería “Algusto”, del grupo SERVISA. *Ciencia & Turismo*, 2(4), 32-52. <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.23>



*CIENCIA & TURISMO*, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad.

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) [www.celibro.org.ec](http://www.celibro.org.ec)

Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

**Palabras claves:**

Si ofertas, panes-dulces, calidad, factores influyentes.

**Resumen**

Esta investigación tuvo como objetivo determinar el comportamiento de los factores que inciden en la calidad de las ofertas de panes y dulces en la panadería-dulcería especializada Augusto del Grupo Empresarial SERVISA S.A. Para la realización del estudio se aplicaron métodos teóricos y empíricos, realizándose dos entrevistas -una a los directivos de SERVISA y otra a especialistas de Augusto-, además de una lista de chequeo a esa panadería-dulcería. Asimismo, se aplicó un cuestionario de encuesta a los hoteles y restaurantes que recibieron suministros de Augusto en dos meses del año 2021. El procesamiento de los datos se realizó mediante la estadística descriptiva y el diagrama de Pareto; se evaluó la confiabilidad de la encuesta mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. En ese procesamiento de la información se empleó el paquete estadístico SPSS para Windows (versión 24.0). Se realizó también una Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada para una Clasificación (MICMAC). Los resultados evidenciaron distintos niveles de concordancia con los requisitos de la lista de chequeo, siendo la higiene del personal, la capacitación de los trabajadores y el estado de conservación del equipamiento tecnológico los que presentaron un menor grado de cumplimiento. Se identificaron diez factores que inciden directamente sobre la calidad de los panes y dulces; de ellos dos son clasificados como “objetivo”, uno “regulador”, dos “resultado”, uno “determinante”, dos “clave”, uno “autónomo” y uno “palanca secundaria”. Se propusieron ocho acciones para la mejora, en correspondencia con los resultados obtenidos.

**Keywords:** offers, breads-sweets, quality, influencing factors

**Abstract**

The objective of this investigation was to determine the behavior of the factors that affect the quality of the offers of breads and sweets in the specialized Augusto bakery-candy shop of the SERVISA S.A. Enterprise Group, To carry out the study, theoretical and empirical methods were applied, conducting two interviews -one to the SERVISA managers and the other to Augusto specialists-, as well as a checklist in that bakery-candy shop. Likewise, a survey questionnaire was applied to the hotels and restaurants that received supplies from Augusto in two

---

months of the 2021 year. Data processing was carried out through the descriptive statistics and the Pareto diagram; the reliability of the survey was evaluated using the Cronbach Alpha coefficient. In that processing of the information, the statistical package Statistic Program for Social Sciences (SPSS) for Windows (version 24.0) was used. Also, a Matrix of Crossed Impacts Multiplication Applied for a Classification (MICMAC) was made. The results showed different levels of concordance with the requirements of the checklist, being the personal hygiene, worker training and state of technological equipment conservation those with the lowest degree of compliance. Ten factors, that directly affect the quality of breads and sweets, were identified; of those, two are classified as “objective”, one “regulatory”, two “result”, one “determinant”, two “key”, one “autonomous” and one “secondary lever”. There were proposed eight improvement actions, in correspondence with the obtained results.

---

## Introducción

El turismo se ha posicionado como una actividad muy relevante en el mundo y es fundamental para el desarrollo económico de numerosos países. En Cuba, es un sector de los de mayor aporte a la economía nacional e innegable “motor” impulsor del desarrollo sociocultural. En la actividad empresarial, una tendencia acentuada es el ambiente competitivo que conlleva la necesidad de equiparse con herramientas oportunas para lograr eficiencia. Esta situación ha hecho de la calidad un elemento imprescindible para la supervivencia en el mercado, tanto de las empresas productivas como las de servicios (Blanco y Font, 2021; OMT, 2016).

El nivel de exigencia de los consumidores sobre la calidad es cada vez más elevado y el sector de la hostelería y el turismo es de los mejores exponentes de esa excelencia, a la que deben aspirar empresas y profesionales (Carrasco, 2013; Bagur-Fermenías et al., 2019). Las entidades de hospedaje y restauración constituyen un componente esencial de la oferta turística y, para el viajero, el servicio en estos se ha convertido en un determinante al momento de decidir qué lugar visitar (Santana, 2022). Eso implica que los destinos potencialmente turísticos también deben enfocar sus esfuerzos en brindar productos y ofertas de alimentos y bebidas que sean del interés y agrado para el turista (OMT, 2016). El término restauración se refiere a diferentes tipos de negocios

dedicados a la elaboración y servicio de comidas y bebidas, tales como cafeterías, casas de comidas, restaurantes, bares, mesones, vinotecas, bodegas, “chiringuitos” y otros (CAMPUSSEAS, 2020). La restauración, como producto turístico, permite establecer las acciones y los mecanismos encaminados a lograr una oferta de alimentos y bebidas que satisfaga al cliente (Espinosa et al., 2010).

Los productos de panadería, pastelería y repostería en general, están compuestos por harinas, grasas y azúcar. Tanto el azúcar como las grasas poseen un extraordinario valor al potenciar sabores y convertirlos en productos muy aceptados, siendo posiblemente una de las razones de su consumo (Velero et al., 2018; Gastronomía Internacional, 2020). También inciden en la estabilidad, inocuidad y vida útil del producto (Carrillo y Reyes, 2013). Relacionado con las panaderías-dulcerías, han aparecido nuevos conceptos que se reinventan para convertirse en un modelo de restauración por derecho propio, lejos de quedarse en las panaderías tradicionales. Los nuevos conceptos mantienen el “saber hacer” tradicional de la panadería, pero con valores añadidos y una interesante diferenciación en la restauración (Le monde des Boulangers, 2022).

El papel esencial que desempeñan los sabores en la alimentación es incuestionable y los postres asumen un papel relevante dentro del menú, como tendencia muy actual (Flores, 2022). Según Arruabla et al. (2018), “...el postre dentro de la carta menú de un restaurante se convierte en el cierre ideal de un buen plato de comida”. Algo similar afirmó García (2015): “Todos los postres, de forma genérica, se usan como plato final de una comida o cena con la finalidad de dejar una sensación agradable, al finalizarla. Una excepción a esta regla es el caso de los quesos, ya que se pueden incluir indistintamente al inicio, durante o al finalizar esta...”. Las necesidades del cliente no dejan de evolucionar y la restauración debe estar a tono con los nuevos requerimientos de los comensales, cada día más conscientes de cómo influye lo que comen, no solo en su salud, sino en el entorno. Según Balanzino (2022): “...conjuguar el placer gastronómico, con una actitud de cuidado... al cuerpo, el entorno inmediato y al planeta”.

En Cuba, dentro de la restauración turística, se realizan grandes esfuerzos para que el servicio de alimentos y bebidas sea satisfactorio, con elevado valor percibido por el cliente, pues esto constituye un medio para garantizar que la experiencia del turista sea memorable. Pero además porque, según se revela en la encuesta nacional de satisfacción (ENS), históricamente el servicio de alimentos es de los aspectos más devaluados por los clientes en el destino (Romaní, 2020; Calás, 2014). El Grupo Empresarial SERVISA S.A., del Ministerio de Turismo (MINTUR), se diseñó para brindar servicios de apoyo que garanticen la plena satisfacción de los clientes. Dentro de sus líneas de negocios fundamentales se encuentran las Producciones Alimentarias, las que abastecen de diversos productos a las instalaciones turísticas. Una de las principales unidades

empresariales del Grupo y que distribuye este tipo de productos en la provincia, es la denominada “Algusto” (Vidal-SERVISA, 2022). En los últimos tiempos han surgido insatisfacciones relacionadas con panes y dulces semi elaborados por esa entidad y que se ofertan en hoteles y restaurantes en La Habana. Debido a lo anterior, la Dirección de operaciones del Mintur solicitó la realización de estudios, como el presente. El **objetivo** fue: Determinar el comportamiento de los factores que inciden en la calidad de las ofertas de panes y dulces en la panadería-dulcería especializada “Algusto”.

### **Metodología de Trabajo**

En la investigación se aplicó una metodología mixta, combinando componentes de la cuantitativa (recolección de datos con medición numérica y análisis estadístico) para descubrir patrones de comportamiento, así como de la tipo cualitativa (recolección de datos sin medición numérica) para descifrar preguntas durante la interpretación (Hernández et al., 2010). También el estudio fue de tipo descriptivo no experimental y de corte transversal, por tratarse de la búsqueda de propiedades y/o características, sin la manipulación deliberada de variables.

#### I- Métodos teóricos:

A) Histórico - lógico: para realizar un diagnóstico sobre comportamiento de la calidad en el surtido de productos de esta panadería-dulcería especializada; B) Análisis – síntesis: a partir de la información obtenida, se analizan los resultados y se organizan en correspondencia con los razonamientos hechos para el estudio; C) Hipotético – deductivo: para arribar a consideraciones sobre el objeto de estudio, a partir del análisis de los datos obtenidos.

#### II- Métodos empíricos:

- *Análisis documental*: se identificaron y consultaron las fuentes bibliográficas necesarias para la investigación -libros, artículos científicos, revistas sobre turismo y restauración, trabajos y tesis de graduación, sitios web y normas- extrayéndose los datos esenciales para el estudio.
- *Entrevistas*: Se aplicaron dos entrevistas semi-estructuradas mediante guías de preguntas, una a directivos del Grupo SERVISA S.A. y la otra a especialistas de la empresa “Algusto”. La primera, tuvo como objetivo conocer los criterios de los especialistas con respecto al comportamiento de los factores que influyen en la calidad de los panes y dulces elaborados por Algusto, así como con el marco regulatorio por el cual se rigen, si se realiza el proceso de medición de la satisfacción de sus clientes y los instrumentos que utilizan para ello, cuáles son sus principales proveedores y clientes, de qué forma propician la capacitación de

sus trabajadores, cómo ha influido la crisis económica actual en la producción de la panadería-dulcería, así como entender su funcionamiento de manera general.

La segunda entrevista tuvo como objetivo recopilar información sobre el conocimiento de los especialistas acerca del funcionamiento de la panadería-dulcería, sus opiniones con respecto a la misma, si se cuenta con los documentos básicos para trabajar, el comportamiento de la calidad y estabilidad del surtido de materias primas para operar, así como conocer cómo se sienten con respecto a su capacitación y motivaciones laborales.

- *Observación científica*: registro sistemático y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías (Hernández et al, 2010); se realizó aplicando una **lista de chequeo** en la panadería-dulcería especializada Algusto, para determinar si se cumplen los requisitos de calidad establecidos y cuyos aspectos principales se relacionan a continuación: la infraestructura constructiva, higiene y saneamiento, control de plagas, barreras sanitarias, higiene del Personal, capacitación, almacenamiento de materias primas, almacenaje en seco, almacenaje en frío, procesos y productos terminados, estado e integridad del equipamiento tecnológico, envases, embalajes y etiquetado, transportación, manejos de residuos y la metrología

Se tuvo en cuenta lo establecidos en las guías para la inspección y evaluación sanitaria de SERVISA S.A. y del MINTUR de Cuba, según el Programa de Salud y Seguridad Higiénico Epidemiológico del Ministerio de Salud Pública (MINSAP, Doc-3 del 2005) para el Turismo; se tuvieron en cuenta también las normas cubanas NC 453: 2014 y NC 455: 2014 sobre alimentación colectiva y manipulación de alimentos, respectivamente. Para su procesamiento se realizó un análisis a partir del cumplimiento de los aspectos evaluados, tanto de manera general, como específica por cada sección de la lista.

- *Aplicación del cuestionario*

Para conocer la calidad percibida por los clientes con los panes y dulces que se elaboran en la instalación objeto de estudio, se aplicó un cuestionario (Anexo 1) adaptado a partir del instrumento establecido dentro del proceso de retroalimentación del Grupo Empresarial SERVISA S.A., con el objetivo de profundizar en los indicadores relacionados con la oferta.

El cuestionario fue aplicado a especialistas y directivos de la totalidad de las instalaciones a las que Algusto les brindó suministros durante dos meses de 2022. Los encuestados fueron los jefes de calidad, maître, chef y panadero-dulcero de las respectivas instalaciones.

## Resultados y Discusión

### Diagnóstico de la calidad en la panadería-dulcería “**Algusto**”, de SERVISA S.A.

#### Resultados de las entrevistas aplicadas a **directivos** del Grupo Empresarial Servisa S.A.

Fueron entrevistados **seis directivos del Grupo SERVISA**): director, jefa de operaciones, jefe de compras y jefa de calidad con sus dos especialistas. En cuanto al funcionamiento de la panadería-dulcería especializada **Algusto**, los entrevistados expresaron que es un centro especializado que produce panes y dulces de alta calidad, con materias primas (m.p.) que antes se importaban según las demandas anuales, como por ejemplo los “mix” y los refrigerados (como manteca pastelera); sobre los mercados principales plantearon que es el sector extra-hotelerero y, tiempo atrás, hoteles de alta categoría con dulces finos y altos precios de venta, pero hace dos años el Centro se renovó, con pastelería y panadería, surtiendo más al Grupo **Palmares** y sus puntos de venta. Las producciones son: *Gaceñiga Algusto*, *Medio baguette*, *Pan molde especial* y *Croissant criollo* y el proveedor principal y encargado de la importación de materias primas es la mayorista International Trading House (ITH), pero le sigue la Industrial Molinera de La Habana (IMSA), además reciben materias primas (en menor medida) de algunas MIPYMES.

Los entrevistados expresan también que se rigen por las normas cubanas (como la NC 633 de 2008, la NC 143 de 2010 y las NC 455 y 456 de 2014), para asegurar “buenas prácticas”; -Después de la Covid-19 no se han reportado quejas, las mayores insatisfacciones son por las escasas producciones. La satisfacción de los clientes se mide a través de encuestas. El procedimiento de retroalimentación de la empresa establece que se deben aplicar las encuestas mensualmente tanto por **Algusto** como por **Servisa**. El nivel de satisfacción de los clientes es superior al 93 %, equivalente a una evaluación de BIEN, pero eso es debido al menor margen de error en producciones pequeñas y artesanales. Se pudo conocer que al iniciar el ordenamiento monetario nacional, las m.p. tenían un precio y los proveedores pidieron aumentar su margen comercial, pero “**Algusto**” no pudo hacerlo por la política comercial en el sector turismo; entonces comenzaron a presentar pérdidas económicas y sin poder comprar harinas de importación. El Grupo no cuenta (ni el Centro) con un programa de capacitación para los trabajadores; en ocasiones, han organizado cursos mediante los proveedores extranjeros (y sus chefs), así como por la escuela ramal del Mintur.

#### Resultados de las entrevistas realizadas a **especialistas** en la panadería-dulcería especializada **Algusto**

Fueron entrevistados **siete especialistas** vinculados a producción y distribución de productos- **del Centro** “**Algusto**”, en distintas áreas: técnico productivo, operaria,

chofer-distribuidor, directora general y los tres jefes de elaboración (panadería, pastelería y dulcería). Explicaron que en tiempos normales, se programaba y montaba la producción de ofertas anuales para la demanda a partir de pedidos o solicitudes de los clientes, pero ahora la producción se organiza en dependencia de lo que realmente se disponga, dada la inestabilidad en surtido y cantidad de m.p. y eso implica que, si hay mucha producción de pan las áreas que no son de panadería también lo asuman, para no estar ociosas, coinciden con lo informado por los directivos del Grupo, respecto a la oferta actual de productos en “Agosto”, pero mencionan además los *Fondos de tartaletas*. Sobre los principales proveedores también coinciden con SERVISA, adicionando a COMPACTOCARIBE y TECNOAZUCAR que también suministran m.p. y material de envasado; el surtido actual de ITH está incidiendo en la calidad final de algunos productos (por ejemplo, textura y sabor de la Gaceñiga).

Los especialistas plantean también que la cartera de productos es escasa, con cantidades de producto muy por debajo de lo que demandan y que existen serios problemas tecnológicos y de obsolescencia, no concordantes con los conocimientos y la disposición laboral del personal (tales son: 1- no tienen túnel de congelación y no funcionan las cámaras de congelación, sin poder dar el tratamiento congelado que requieren algunas elaboraciones, afectando la textura del producto terminado; 2- las cámaras de fermentación están montadas, pero no se pueden utilizar por la falta de una pieza rota; 3- las batidoras están en muy mal estado).

En cuanto a los clientes principales, destaca el Grupo Palmares y sus puntos de venta a la población, así como algunos hoteles de Isla Azul y Cubanacán fundamentalmente; su satisfacción se mide mediante encuestas, por las redes sociales o de forma presencial.

El personal que trabaja en oficinas cuenta con buenas condiciones de trabajo y aceptable motivación, pero quienes están directamente vinculados a la producción trabajan con muchas dificultades (no obstante, afirman disfrutar lo que hacen y que esto es su principal motivación, por encima de incentivos materiales).

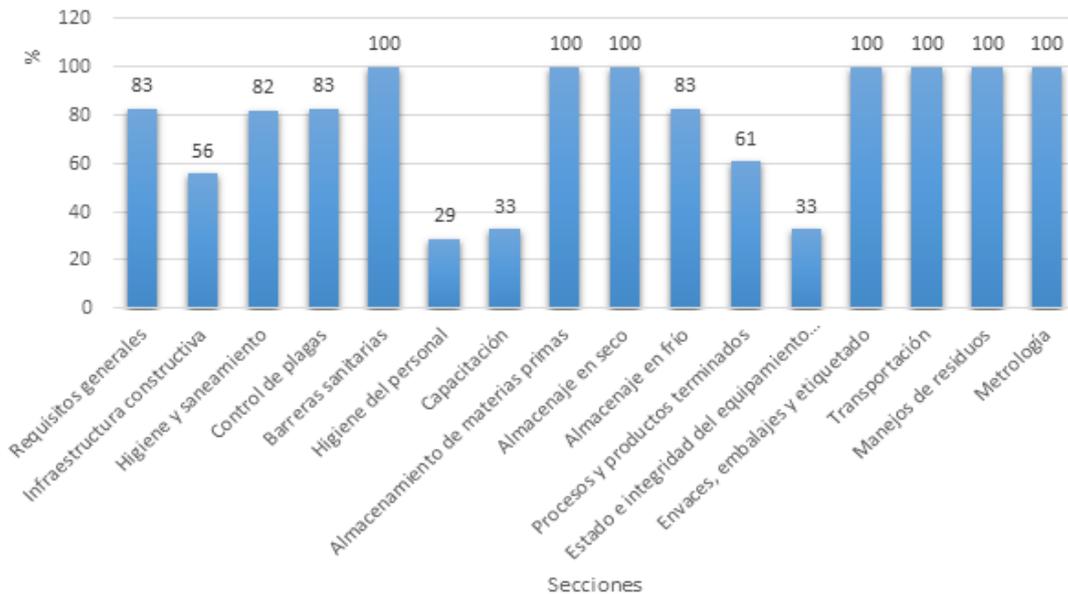
#### Resultados de la aplicación de la **lista de chequeo** en la panadería-dulcería especializada Agosto

Se pudo comprobar que la instalación cumple con 79 del total de requisitos evaluados (109) y eso representa un 72 % de satisfacción; es decir, se incumple en el 28 % del total chequeado. La Figura 1 muestra el nivel general (en %) de cumplimiento de los requisitos principales, por cada sección de la Lista y se observan las 7 que cumplen totalmente (de forma excelente) que son: Barreras Sanitarias; Almacenamiento de Materias Primas; Almacenamiento en Seco; Envases, Embalajes y Etiquetado; Transportación; Manejo de Residuos; Metrología. Igualmente, resaltan otras 4

“secciones” con cumplimiento general por encima del 80 % (o notables), esas son: Requisitos generales; Higiene y Saneamiento; Almacenaje en Frío; Control de Plagas.

**Figura 1.**

Nivel (%) de cumplimiento de la lista de chequeo, por secciones generales



En lo relacionado con los requisitos generales solamente no se cumple con el aspecto de estar inscrita en el Registro Nacional de PIAB (Producción Industrial de Alimentos y Bebidas), esto es un requisito recientemente establecido por el Ministerio de la Industria Alimentaria que es de obligatorio cumplimiento para poder comercializar lo que se produce. En el control de vectores cabe señalar que en la instalación existe evidencia de la presencia de animales domésticos (gatos). Con relación al almacenaje en frío los alimentos refrigerados o congelados no están envueltos en nylon de grado alimentario.

En la figura también se evidencian las secciones que tienen los más bajos cumplimientos (Inferior al 35 %), ellos son “*Higiene del Personal*”, *Capacitación* y *Estado e Integridad del Equipamiento Tecnológico*”. En tal sentido, los problemas son que el local de duchas y taquillas no posee las condiciones idóneas de amplitud, ventilación, secador y sustancias deterativas para la higiene de los manipuladores. Por otra parte la instalación no posee un programa de capacitación para los trabajadores, relacionado con las buenas prácticas de higiene y de manipulación de los alimentos; ni existe evidencia de capacitaciones impartidas. Además, tampoco existe un programa de mantenimiento del equipamiento.

Las secciones *Infraestructura Constructiva* así como *Procesos y Productos Terminados* tampoco obtuvieron resultados satisfactorios, los principales problemas asociados a estas son filtraciones en techos (aunque hubo reparaciones hace dos años), no se dispone de agua caliente para el fregado, el abasto de agua y la capacidad de reserva son insuficientes, mal estado de desagües y además la mayoría de ellos no están tapados con rejillas, no existen extractores de aire, los pisos se encuentran en mal estado, lo cual dificulta su limpieza con calidad y no existen materiales desechables (como mangas y guantes) para la elaboración culinaria.

#### Evaluación de la **calidad percibida** por los clientes de Agosto con los panes y dulces que elabora

El cuestionario fue realizado a un total de 37 especialistas, distribuidos en 12 instalaciones turísticas, de ellas 4 hoteles y 8 restaurantes. En la Tabla 1 se muestra la relación de los clientes de Agosto, a los que se les aplicó la encuesta y también los productos que recibieron en el período que se evalúa.

**Tabla 1.**

Relación de clientes de la panadería-dulcería “Agosto” y productos que recibieron en el periodo evaluado

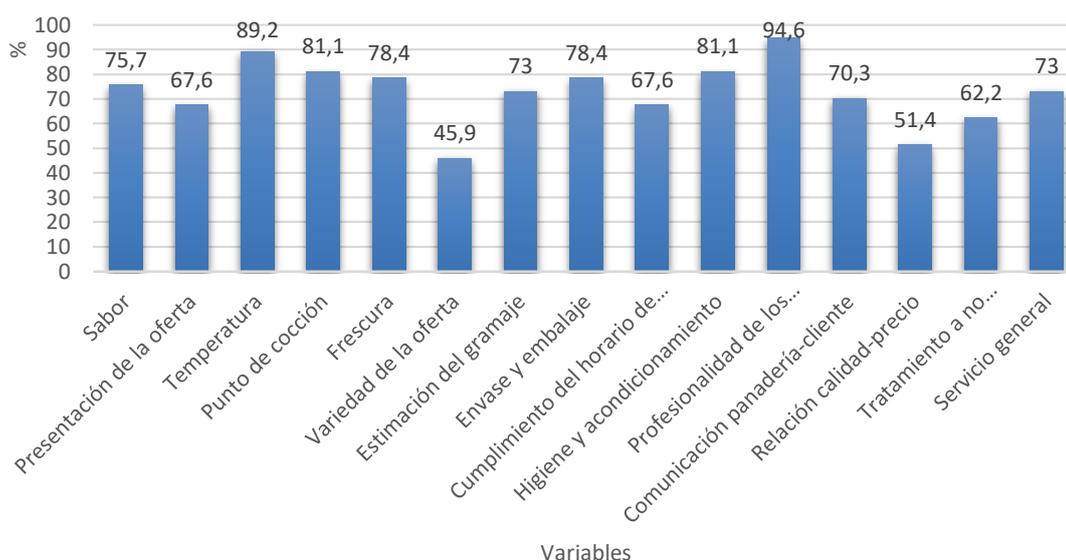
CLIENTES	Gaceñiga Agosto (500 g)	Fondos de tartaletas (24 g)	Mitad baguette (125 g)	Pan molde especial (900 g)	Croissant criollo (80 g)
Restaurante La Cecilia	X		x	x	x
Hotel El Viejo y el Mar			x	x	x
Restaurante Casa Española	X	x	x	x	x
Restaurante Don Cangrejo			x		x
Restaurante El Aljibe	X		x	x	x
Restaurante La Ferminia	X		x	x	x
Restaurante La Vicaria	X	x	x	x	x
Hotel Bello Caribe			x		
Hotel Habana Libre			x		
Restaurante 1830			x		
Restaurante El Tocooro			x		
Hotel San Alejandro			x		

Más de la mitad de los encuestados (el 54,1%) tenían edades entre 46 y 60 años, seguidos por los de 31 a 45 años (el 40,5%). Los especialistas del grupo etario juvenil, entre los 18 y 30 años, eran muy pocos (2,7%); eso denota una escasa presencia de jóvenes ocupando plazas de especialistas, en las entidades encuestadas.

En la Figura 2 se presentan los niveles (%) de evaluación otorgada por los encuestados, sobre la calidad de la producción en general, según las 14 variables consideradas. El indicador de mayor evaluación -excelente- es *Profesionalidad de los distribuidores* con 94,6%; le sigue la *Temperatura* (de productos) con 89,2%, pudiendo considerarse con calidad de conformidad.

Figura 2.

Nivel de calidad (%) otorgado a la producción, en general



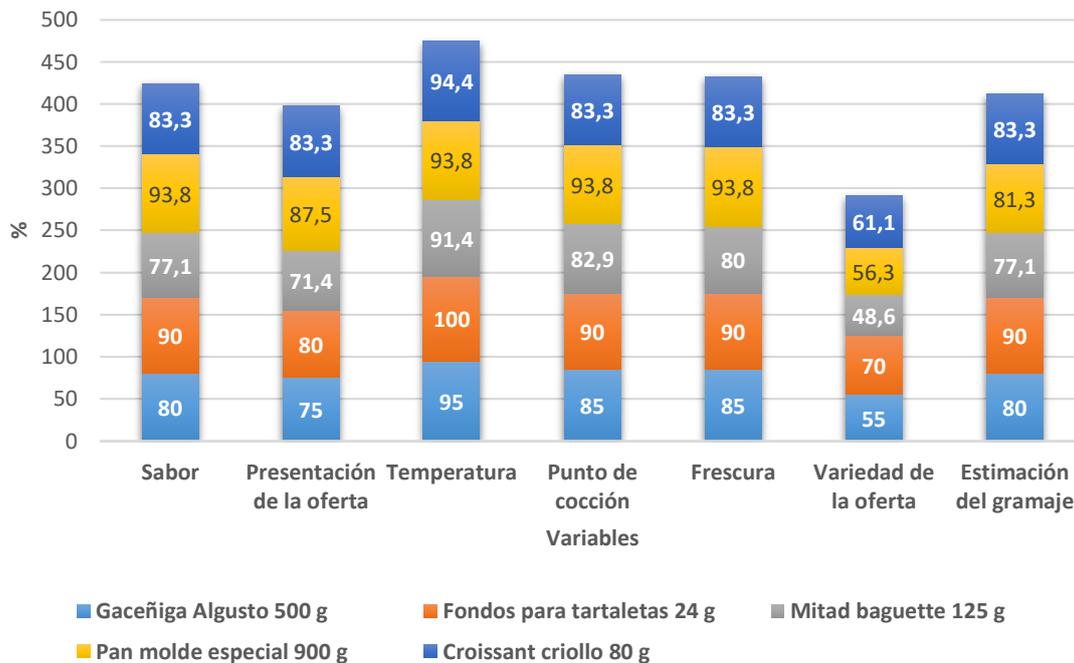
Las variables *Punto de cocción* e *Higiene y acondicionamiento* recibieron también buena calificación, más del 80% de los encuestados. El indicador más crítico de la Calidad general es *Variedad de la oferta* (45,9%), que es **no conforme** o evaluado de mal; pero también con bajos niveles de valoración le siguen *Relación calidad-precio* (51,4%), *Tratamiento a no conformidades* (62,2%), así como *Presentación de la oferta* y *Cumplimiento del horario de distribución* (ambas con 67,6%). El resto de las variables estudiadas tienen niveles de evaluación por debajo del 80%, aunque superiores al 70%, indicando que la mayoría de los encuestados las calificaron de regular.

La Figura 3 muestra la evaluación dada -por los encuestados- a cada producto, sobre los principales indicadores de su calidad alimentaria. El Pan molde especial es el mejor calificado en las variables *Sabor* (93,8%), *Presentación de la oferta* (87,5%), *Punto de cocción* (93,8%) y *Frescura* (93,8%). Entre tanto, los Fondos para tartaletas fueron los de mejor evaluación en las otras variables: *Temperatura* con 100 % de conformidad, *Variedad de la oferta* con 70 % y *Estimación del gramaje* 90 %. Por su parte el pan Mitad baguette es el que recibió las más bajas calificaciones, en todas las variables evaluadas. En general la variable *Temperatura* es la de mejor comportamiento en todos

los productos, con valores superiores al 90%; mientras que en el otro extremo la *Variedad de la oferta* presenta los menores niveles, inferiores al 70% en los cinco productos.

**Figura 3.**

Nivel de calidad en cada producto, según variables principales



Por otra parte, las variables vinculadas específicamente a la DISTRIBUCIÓN son: *Envase y embalaje*; *Cumplimiento del horario de distribución*; *Higiene y acondicionamiento*; *Profesionalidad de los distribuidores*. Sobre estas, exceptuando el *Cumplimiento del horario de distribución* (ya criticado en la Figura 2), el resultado de la encuesta fue una calificación BUENA -por encima del 80%- que recibieron todos los productos. Se ratificó que la variable *Profesionalidad de los distribuidores* es la mejor evaluada -de excelente-, con 4 productos al máximo de conformidad (100%) y el pan *Mitad baguette* igual de excelente con 94,3%.

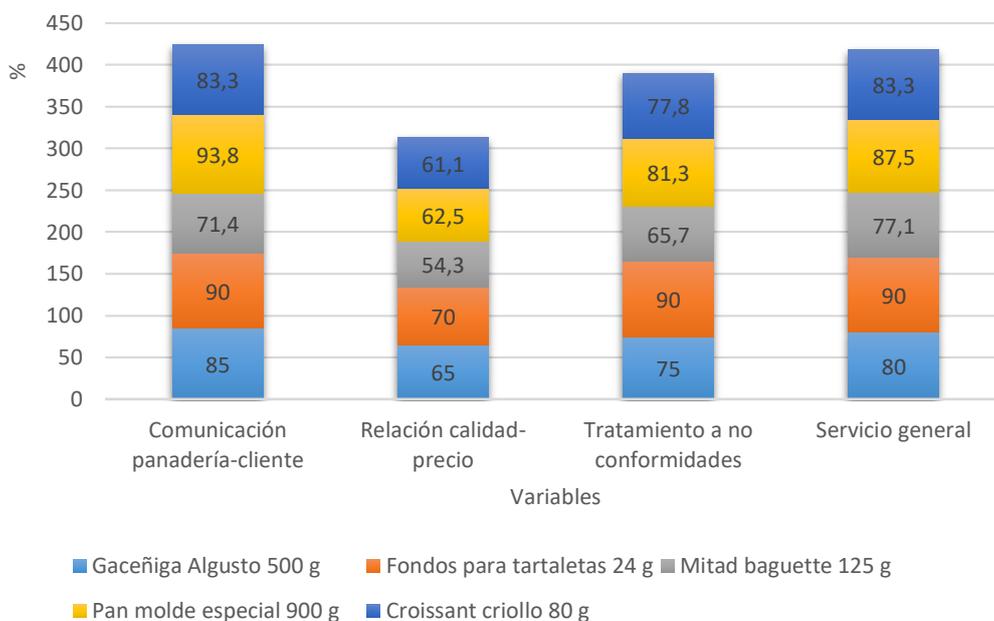
Los resultados de **otros** aspectos evaluados se observan en la Figura 4, dígame: *Comunicación panadería-cliente*; *Relación calidad-precio*; *Tratamiento a no conformidades*, así como el *Servicio general* -más bien de la gestión de calidad. Es evidente que la *Relación calidad-precio* es la variable más afectada en la percepción de los clientes, con valoraciones no mayores al 70% y la más baja (sólo 54,3%) otorgada al pan *Mitad baguette*. En los 3 aspectos restantes las valoraciones son, mayormente, entre buena (80%) y excelente (94%), exceptuando al pan *Mitad baguette* con los menores

porcentajes. Los productos mejor evaluados en general son el *Pan molde especial* y los *Fondos para tartaletas*.

Para comprobar la confiabilidad del instrumento se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, con las 15 variables, resultando un valor de **0,893**. Como el valor de la correlación es mayor de 0,75 se puede considerar que el cuestionario confiable (Hernández et al, 2010).

**Figura 4.**

Otros aspectos o indicadores evaluados de la calidad

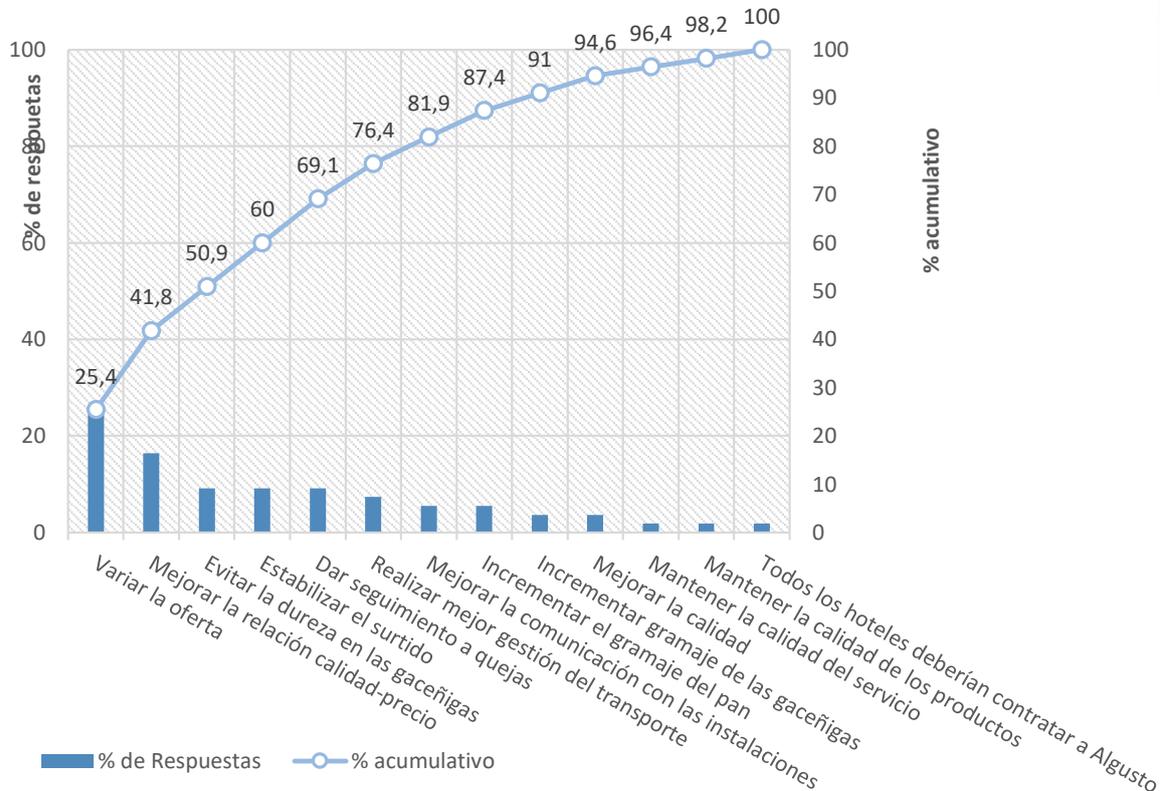


### Análisis de la Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada para una Clasificación (MICMAC)

Para analizar a profundidad la pregunta abierta del cuestionario, referente a sugerencias para la mejora, se utilizó el Diagrama de Pareto y cuyo resultado se presenta en la Figura 5. Según el método (80 / 20), en el diagrama se puede observar que 7 de las 13 sugerencias dadas por los encuestados constituyen acciones vitales para mejorar la calidad de los panes y dulces de “Augusto”.

Figura 5.

Diagrama de Pareto con las sugerencias de mejora



Esas sugerencias abarcan el 81.9 % del total y, por lo tanto, las de mayor relevancia son: Variar la **oferta**; Mejorar la **relación calidad-precio**; Evitar la **dureza en las Gaceñigas**; Estabilizar el **surtido**; Dar **seguimiento a las quejas**; Realizar mejor **gestión del transporte**; Mejorar la **comunicación con las instalaciones**.

Lo aplicado y analizado anteriormente permitió identificar los principales **factores** incidentes en la calidad de las ofertas de “Augusto” y estos se presentan en la Tabla 2. Los mismos se sometieron al análisis matricial de doble entrada –MICMAC–, considerando el grado de influencia o motricidad de cada factor y de la dependencia entre unos y otros de ellos, respecto al sistema (Arango y Cuevas, 2014). Así, a partir de los resultados de esa matriz, se construyó el gráfico nombrado **plano de influencia/dependencia** de las variables en el sistema estudiado (Figura 6), para finalmente categorizarlas como quedan en la Tabla 3.

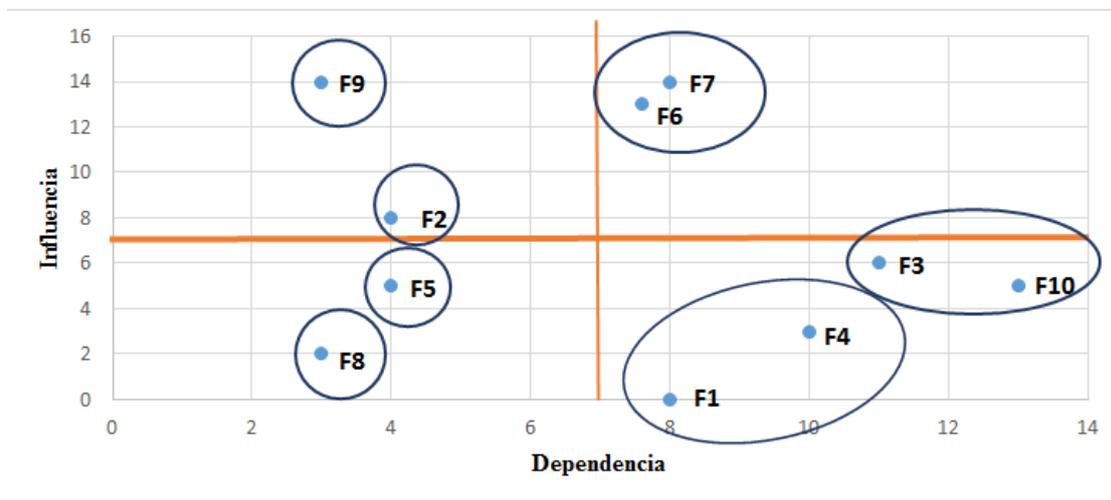
**Tabla 2.**

Factores que inciden en la calidad de panes y dulces en “Agosto”

Factores	
<b>F1</b>	Inestabilidad del surtido de materias primas importadas (ISMPI)
<b>F2</b>	Plazas vacantes (PV)
<b>F3</b>	Carencia de un programa de capacitación (CPC)
<b>F4</b>	Equipamiento tecnológico deprimido y obsoleto (ETDO)
<b>F5</b>	Incumplimiento del contrato respecto a la transportación (ICT)
<b>F6</b>	Poca variedad de la oferta (PVO)
<b>F7</b>	Baja motivación de los trabajadores (BMT)
<b>F8</b>	Falta de control sobre la salud de los trabajadores (FCST)
<b>F9</b>	No correspondencia entre precios y calidad de productos (NPCP)
<b>F10</b>	Falta de comunicación con las instalaciones (FCI)

**Figura 6.**

Plano de influencia / dependencia de los factores del “sistema”



**Tabla 3.**

Clasificación de los factores según su posición en el plano MICMAC

Factores	Clasificación
F9 (NPCP)	Determinante
F6 (PVC) y F7 (BMT)	Clave
F2 (PV)	Regulador

**Tabla 3.**

Clasificación de los factores según su posición en el plano MICMAC (continuación)

<b>Factores</b>	<b>Clasificación</b>
F5 (ICT)	Palanca secundaria
F1 (ISMPI) y F4 (ETDO)	Resultado
F8 (FCST)	Autónomo
F3 y F10	Objetivo

Como se puede observar la *No correspondencia entre precios y calidad de los productos* (F9) es un factor **Determinante**, al ser poco dependiente, pero de mucha influencia o motricidad; determina el curso del sistema, si este avanza o no. Por otra parte, la *Poca variedad de la oferta* (F6) y la *Baja motivación de los trabajadores* (F7) son factores muy motrices y algo dependientes; se identifican como **Clave** y resultan variables sumamente importantes para el funcionamiento del sistema, pues pueden perturbar su funcionamiento, además de corresponder a sus retos. *Plazas vacantes* (F2) resulta un factor **Regulador**; situado próximo al centro del sistema, lo guía hasta alcanzar las variables Clave, determinando el funcionamiento del sistema bajo condiciones normales. Asimismo, el *Incumpliendo de contrato respecto a transportación* (F5) resulta un factor **Palanca secundaria**; hace avanzar las variables Autónoma e incide en la evolución de las Clave, al tener una influencia media en el funcionamiento del sistema.

Se identifican como factores **Resultado** a la *Inestabilidad del surtido de materias primas importadas* (F1) y el *Equipamiento tecnológico deprimido y obsoleto* (F4); estas variables son bastante dependientes, pero casi no influyentes (sobre todo la F1, nada), describen la evolución del sistema y se tratan a través de las variables de las cuales dependen.

En cuanto a la *Falta de control sobre la salud de los trabajadores* (F8) resulta un factor **Autónomo**, que está próximo al origen y, por eso, es casi independiente; más aún, es muy poco influyente y no determinante para el futuro del sistema.

La *Carencia de un programa de capacitación* (F3) y la *Falta de comunicación con las instalaciones* (F10), constituyen factores **Objetivo**; estos, que no son de mucha influencia, pero sí los más dependientes, sobre todo el F10.

## Conclusiones

- Los requisitos relacionados con la higiene del personal, la capacitación de los trabajadores y el estado de conservación del equipamiento tecnológico son los que presentan un menor grado de cumplimiento en la instalación.
- Los atributos de calidad más críticos, identificados por los clientes, son la variedad de la oferta, la relación calidad-precio, el tratamiento a no conformidades, la presentación de la oferta y el cumplimiento del horario de distribución.
- Se identificaron como sugerencias vitales para la mejora del comportamiento de los factores vinculados con la calidad de los panes y dulces, variar la oferta, mejorar la relación calidad-precio, evitar la dureza en las gaceñigas, estabilizar el surtido, dar seguimiento a quejas, realizar mejor gestión del transporte y mejorar la comunicación con las instalaciones.
- A partir de un análisis integral se identificaron diez factores que inciden en la calidad de las ofertas de panes y dulces de Agosto, de ellos dos son clasificados como objetivo, uno regulador, dos resultados, uno determinante, dos claves, uno autónomo y uno palanca secundaria.
- Se elaboraron ocho acciones a tener en cuenta por la alta dirección de SERVISA, en función de mejorar la calidad de los panes y dulces que se elaboran.

## Conflicto de intereses

Los autores aclaran que no existen conflictos de interés.

## Bibliografía

- Arango, X. y Cuevas, Y. (2014). *Método de análisis estructural: Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación (MICMAC)*. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Arruabla, D. H.; Celis, R. J. M.; Montes, C. M. (2018). *Propuesta para la creación de una empresa de elaboración de postres la casatta*. [Trabajo de diploma, Univ. A Distancia]. Bogotá, Colombia.
- Bagur-Fermenías, L., Perramón, J. y Oliveras-Villanueva, M. (2019). *Effects of service quality policies in the tourism sector performance: An empirical analysis of Spanish hotels and restaurants*. *Sustainability*, 11 (3). (<https://doi.org/10.3926/ic.693>).

- Balanzino, M. (2022). *Tendencias gastronómicas para 2022*. (<https://amp/s/www.thegourmetjournal.com/noticias/tendencias-gastronomicas-para-2022/amp/>).
- Blanco, G. y Font, M. (2021). *Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera*. Rev. Venezolana de Gerencia, 27(97), pp. 212-228 (<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.15>).
- Calás, D. (2014). *Validación del cuestionario para la evaluación de la percepción de la calidad del servicio de alimentos y bebidas en los restaurantes de la red hotelera y extra hotelera del Ministerio de Turismo*. [Trabajo de diploma, U.H.]. La Habana, Cuba.
- CAMPUSSEAS. (2020). *Gestión de hoteles y restaurantes. Algunas curiosidades sobre la restauración*. BlogESAH. (<https://www.estudiahosteleria.com/blog/gestion-y-direccion/curiosidades-sobre-restauracion>).
- Carrasco, S. (2013). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. Ediciones Paraninfo.
- Carrillo, M. L. y Reyes, A. (2013). *Vida útil de los alimentos*. Revista Iberoamericana de las ciencias biológicas y agropecuarias, 2 (3) ene-jun. (ISSN 2007-9990).
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Revista Innovar, vol. 25 (ene-jun), pp. 64-80.
- Espinosa, J. Ma.; Bilbao, T.; Marrero, M.; Méndez J. L. y González, F. (2010). *Gestión de la restauración*. [Facultad de Turismo, U. H.] Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
- Espinosa, J. M. (2015) *Análisis sensorial*. Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
- García, M. (2015). *Postres en restauración* (Primera edición). Editorial Síntesis, S. A. (<http://www.sintesis.com>).
- Flores, R. (2022). *Las dulces tendencias de 2022*. The Gourmet Journal (<https://www.thegourmetjournal.com/noticias/las-dulces-tendencias-de-2022/amp/>).
- Gastronómica Internacional. (2020). *Tipos de repostería*. (<https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/reposteria/tipos-de-reposteria/>).
- Godet, M. (2007). *Prospectiva Estratégica: problemas y métodos*. Cuaderno de LIPSOR. (<http://www.prospektiker.es/prospectiva/caja-herramientas-2007.pdf>).

- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, M. P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edición). McGraw-Hill. ISBN: 978-607-15-0291-9.
- Le monde des Boulanger. (2022). *L'évolution de la restauration boulangère*. (<https://www.lemondedesboulangers.fr/content/levolution-de-la-restauration-boulangere>).
- Leiva, M. R., Nieto, S., Pilatti, L., Rizzardo, A. y Soria, R. R. (2012). *Manual de buenas prácticas de manufactura, sector dulce y confituras*. Editorial Consejo Federal de inversiones.
- Mora, C. E. (2011). *La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*. Rev. Brasileña de Marketing, 10 (2), pp. 146 – 162 (<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747525008>).
- OMT (2016). *La gestión de la calidad, esencial para la competitividad de los destinos turísticos*. Comité de Turismo y Competitividad de la Organización Mundial del Turismo. (<http://www.world-tourism.org/quality/S/main.htm>).
- Romaní, B. A. (2020). *Metodología para la evaluación de la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en las instalaciones hoteleras del Ministerio de Turismo del destino Cuba*. [Tesis doctoral, U. H.]. La Habana, Cuba.
- Ronda, G. A. (2015). *El concepto estrategia*. Ediciones Futuros.
- Santana, A. V. (2022). *Restauración y desarrollo turístico en Ambatillo*. [Trabajo de diploma, Univ. Antonio Nariño y Univ. Técnica de Ambato]. Ecuador.
- Velero, T.; Rodríguez, P.; Ruiz, E.; Ávila, J.M. y Valera, G. (2018). *La alimentación española. Características nutricionales de los alimentos de nuestra dieta* (Segunda edición). Ministerio de agricultura, pesca y alimentación, España.
- Vidal-SERVISA (2022). *Lectura guiada: presentación a los auditores de la XIV comprobación nacional al control interno* [diapositivas de Power Point]. La Habana, Cuba.

**ANEXO: Cuestionario aplicado a hoteles y restaurantes clientes de “Algusto”**

1. Refiera, marcando con una cruz (x), cuál o cuáles de los siguientes productos recibió de Francuba, en el período q se evalúa

<b>Gaceñiga Algusto 500 g</b>	<b>Fondos para tartaletas 24 g</b>	<b>Mitad baguette 125 g</b>	<b>Pan molde especial 900 g</b>	<b>Croissant criollo 80 g</b>

2. Califique la calidad de los productos en bien (B), regular (R) y mal (M)

<b>Calificación</b>	<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>
<b>Cualidades del producto</b>			
<i>Sabor</i>			
<i>Presentación del producto</i>			
<i>Frescura</i>			
<i>Variedad de la oferta</i>			
<i>Temperatura</i>			
<i>Punto de cocción</i>			
<i>Estimación del gramaje</i>			
<b>Distribución</b>			
<i>Envase y embalaje</i>			
<i>Cumplimiento del horario de distribución según relaciones contractuales</i>			
<i>Higiene y Acondicionamiento del transporte de distribución</i>			
<i>Profesionalidad de los distribuidores</i>			
<b>Otros</b>			
<i>Comunicación panadería-cliente</i>			
<i>Relación Calidad - Precio</i>			
<i>Tratamiento a solución de no conformidades</i>			
<b>¿Cómo evalúa la calidad de los productos en general?</b>			
<b>Sugerencias para la mejora:</b>			

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.



## El Toxoplasma Gondii en la Salud Pública

### *Toxoplasma Gondii in Public Health*

- <sup>1</sup> Fiana Samantha Reyes Méndez  <https://orcid.org/0009-0003-4254-7645>  
Estudiante de la carrera de Medicina Veterinaria en la Universidad Técnica de Babahoyo,  
[fiamareyes@hotmail.com](mailto:fiamareyes@hotmail.com)
- <sup>2</sup> Juan Carlos Gómez Villalva  <https://orcid.org/0000-0002-3310-3722>  
Docente en la Universidad Técnica de Babahoyo, Coordinador del Instituto de Investigación de la Universidad Técnica de Babahoyo,  
[jgomez@utb.edu.ec](mailto:jgomez@utb.edu.ec)

#### Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 15/07/2023

Revisado: 05/08/2023

Aceptado: 12/09/2023

Publicado: 05/10/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.34>

#### Cítese:

Reyes Méndez, F. S., & Gómez Villalva, J. C. (2023). El Toxoplasma Gondii en la Salud Pública. *Ciencia & Turismo*, 2(4), 53-60. <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.34>



*CIENCIA & TURISMO*, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad.

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) [www.celibro.org.ec](http://www.celibro.org.ec)

Esta revista está protegida bajo una licencia *Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International*. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

---

**Palabras claves:**

Zoonosis,  
anomalía,  
toxoplasmosis,  
ooquistes.

**Keywords:**

Zoonosis,  
anomaly,  
toxoplasmosis,  
oocysts.

**Resumen**

**Antecedentes:** *Toxoplasma gondii* es un microorganismo parásito que afecta a mamíferos y puede causar infecciones crónicas difíciles de diagnosticar. Su amplia distribución ha generado preocupaciones en la salud pública. La investigación tiene como objetivo analizar el impacto del *Toxoplasma Gondii* en la salud pública, identificando sus principales riesgos y determinantes. **Métodos:** Se utiliza una metodología de documental bibliográfico de artículos científicos con las bases de datos SciELO, Latindex y/o Scopus. **Resultados:** De acuerdo con los estudios realizados por (Simancas, 2019) durante el período de 2013 a 2018, se documentaron 7,682 casos en Ecuador, con un aumento en la cantidad de casos de 1,152 en 2013 a 1,314 en 2018, lo que indica un incremento en la incidencia de la enfermedad en ese período. **Conclusiones:** Durante el período de 2013 a 2018, la toxoplasmosis fue más común en la zona noroeste de la región amazónica, así como en el sur y la zona central-noroeste de Ecuador.

---

**Abstract**

**Background:** *Toxoplasma gondii* is a parasitic microorganism that affects mammals and can cause chronic infections that are difficult to diagnose. Its wide distribution has raised public health concerns. The objective of the trial is to analyze the impact of *Toxoplasma Gondii* on public health, identifying its main risks and determinants. **Methods:** A bibliographic documentary methodology of scientific articles is used with the scielo, latindex and/or scopus databases. **Results:** According to the studies carried out by (Simancas, 2019) during the period from 2013 to 2018, 7,682 cases were documented in Ecuador, with an increase in the number of cases from 1,152 in 2013 to 1,314 in 2018, which indicates a increase in the incidence of the disease in that period. **Conclusions:** During the period from 2013 to 2018, toxoplasmosis was more common in the northwest of the Amazon region, as well as in the south and central-northwest of Ecuador.

---

## Introducción

*Toxoplasma gondii* es un microorganismo unicelular ampliamente distribuido en los mamíferos de sangre caliente, y es común encontrar infecciones crónicas, mientras que las infecciones recientes suelen ser difíciles de diagnosticar correctamente. Este organismo es un parásito que necesita vivir dentro de las células y pertenece al grupo taxonómico llamado Coccidia y al filo conocido como Apicomplexa. (Durlach & Martino, 2023). En el contexto de Ecuador, este patógeno ha sido motivo de preocupación debido a su amplia distribución en el país y su impacto en la salud pública.

Ecuador, al ser una nación de gran diversidad geográfica y climática, proporciona un entorno propicio para la proliferación de *Toxoplasma gondii*. Este parásito puede encontrarse en diferentes regiones del país, desde las zonas costeras hasta las regiones montañosas y amazónicas. Sin embargo, en el país, no disponemos de información actualizada sobre la cantidad de casos o la gravedad de las enfermedades causadas por *T. gondii* en la población humana, y hasta el momento no se ha llevado a cabo un estudio que examine la propagación de esta enfermedad a nivel nacional o local. (Simancas, 2019)

Los transmisores activos permiten que en su cuerpo se continúe desarrollado el agente patógeno que se ha adquirido, ya sea por su picadura, o sus heces, en este caso por las heces de los gatos domésticos. (Filián et al., 2022). La transmisión se produce principalmente a través del consumo de alimentos o agua contaminados con ooquistes del parásito, así como por contacto con las heces infectadas de los gatos domésticos, que son los huéspedes definitivos del *Toxoplasma gondii*.

En este contexto, es crucial que tanto el público en general como los profesionales de la salud estén informados sobre la toxoplasmosis, sus vías de transmisión y las medidas preventivas adecuadas. Además, es importante que se promueva la investigación y la vigilancia epidemiológica para comprender mejor la carga de esta enfermedad en Ecuador y desarrollar estrategias efectivas de prevención y control.

En este ensayo analizaremos el impacto de la toxoplasmosis en la salud pública del Ecuador, considerando las implicaciones que puede tener para las mujeres embarazadas, personas inmunocomprometidas y niños, también como se transmite y su prevención.

## Metodología

En esta investigación se emplea un enfoque basado en revisión bibliográfica, donde se evaluarán diversas fuentes de datos clave, tales como artículos que ofrezcan una información precisa y destacada, haciendo hincapié en la exploración de varios aspectos epistemológicos relacionados con la Toxoplasmosis. Se analizarán principalmente

artículos de investigación, así como algunos informes que contengan información detallada o características vinculadas al tema central.

Para la elaboración de este ensayo de carácter argumentativo, se recopiló información cuantitativa de directrices y publicaciones que abordan la patología. El propósito de esta investigación consiste en evaluar las consecuencias del *Toxoplasma Gondii* en la salud pública, reconociendo sus riesgos y factores determinantes más relevantes, además de presentar propuestas de medidas preventivas y de control eficaces.

La clasificación se toma en consideración al redactar este ensayo, incluyendo aspectos ortográficos, así como el adecuado manejo de las referencias para atribuir las ideas a los autores que las han propuesto en sus investigaciones. Estos autores han contribuido al desarrollo de este ensayo al proporcionar ideas y datos pertinentes al tema central

### **Justificación**

La realización de este ensayo sobre el *Toxoplasma Gondii* y como afecta a la salud pública, se justifica por diversas razones de importancia tanto para la salud pública como para la comunidad científica y la sociedad en general ya que puede tener consecuencias devastadoras en grupos vulnerables como mujeres embarazadas y personas inmunocomprometidas. Un análisis detallado de cómo esta enfermedad afecta a estos grupos puede proporcionar información crítica para mejorar la atención médica y las políticas de salud.

Este ensayo tiene la finalidad de concientizar a el público general y sobre todo a las personas a las cuales esta enfermedad puede llegar afectar de una manera más trágica mediante la recopilación de información y proponiendo estrategias para evitar el contagio de toxoplasmosis de una manera más eficaz y así contribuir al conocimiento científico y el bienestar público.

### **Resultados**

Durante el período de 2013 a 2018, se documentaron 7,682 casos de toxoplasmosis en Ecuador. De estos casos, el 72.7% (5,586 casos) correspondió a mujeres, lo que resulta en una relación de 3 a 1 en comparación con los casos de hombres. Hubo un registro de 3 casos (0.04%) en individuos intersexuales. En cuanto a la distribución de casos por género y grupo de edad, se observó que la mayor cantidad de casos en hombres menores de 10 años representó el 30.7% del total de casos en ese grupo. En mujeres de 21 a 30 años, se registró el 32.7% del total de casos en ese grupo específico. En el caso de los intersexuales, el 100% de los casos se encontraron en personas de 51 a 60 años. Se presenta una descripción detallada de la distribución de casos por género y grupo de edad en el siguiente análisis.

En términos cuantitativos, la cantidad de casos de toxoplasmosis en todo el país aumentó de 1,152 casos en 2013 a 1,314 casos en 2018. La tasa de incidencia informada en 2013 fue de 7.3 casos por cada 100,000 habitantes, mientras que en 2018 se registraron 7.7 casos por cada 100,000 habitantes.

En cuanto a la incidencia ajustada por edad, se evidenció un patrón similar de aumento de 7.0 casos por cada 100,000 habitantes en 2013 a 7.5 casos por cada 100,000 habitantes en 2018. Durante el año 2014, se observó una ligera disminución, con 6.5 casos por cada 100,000 habitantes, seguida de un aumento de más de dos puntos en el año siguiente, llegando a 8.9 casos. Esto sugiere un crecimiento no constante, y el pequeño aumento registrado en el año final (2018) indica que, en general, la tendencia es de aumento gradual. (Simancas, 2019)

### **Discusión**

En este trabajo queremos dar a conocer que además de la alta variabilidad de la distribución de casos de toxoplasmosis que encontramos entre hombre y mujeres, esta diferencia es mucho más significativa en cuanto al rango de edades. Las mujeres mayores de edad fértil son aquellas que tienen el mayor número de casos, esta va a la par del estudio realizado en Colombia, donde las mujeres embarazadas fueron quienes tuvieron el mayor número de casos. (Cañón-Franco et al., 2014)

Entre las diferentes provincias del Ecuador se encuentra una alta variabilidad en la incidencia de toxoplasmosis. Los puntos calientes, en la región de la Amazonia; principalmente la provincia que rodean Orellana, en todas estas provincias se han identificado hasta el triple de casos. Esto no solo es a nivel de Ecuador, ya que lo mismo pasa en la Amazonia del Perú y de Brasil. (Bóia et al., 2008)

Las posibles razones para la alta incidencia de toxoplasmosis en estas provincias pueden ser por la humedad, el clima y el manejo de los alimentos que se consumen. Todas las provincias que tienen muchos casos de toxoplasmosis poseen un clima similar en ciertas zonas, los climas más cálidos son perfectos para el desarrollo de la enfermedad mientras que los climas fríos no permiten que el parásito se desarrolle. (Meerburg & Kijlstra, 2009)

Es esencial llevar a cabo una investigación exhaustiva en esta área, ya que podría ayudar a comprender las razones detrás de la alta tasa de casos de toxoplasmosis en estas provincias. Además, sería relevante realizar estudios similares para analizar las causas de la baja incidencia de toxoplasmosis en las provincias cercanas como Guayas, Chimborazo y Cañar, que se han señalado como áreas con tasas menores por tener un clima frío.

## Conclusiones

- Para concluir podemos decir que la distribución de la toxoplasmosis en el Ecuador entre el año 2013 y el año 2018 fue más alta sobre todo en la zona noroeste de la región de la Amazonia, la región sur de Ecuador y la zona central de y noroeste del país también se encontró incidencias de esta enfermedad, pero en una menor cantidad.
- Se ha demostrado que la incidencia de la toxoplasmosis se mantiene constante, pero en su mayoría está afectando sobre todo a mujeres gestantes.

## Referencias bibliográficas

Tamma, P. D. (2007). Toxoplasmosis. *Pediatrics in Review*, 28(12), 470-471.

<https://doi.org/10.1542/pir.28-12-470>

Hill, D. E., & Dubey, J. P. (2002). *Toxoplasma gondii*: Transmission, diagnosis and prevention. *Clinical Microbiology and Infection*, 8(10), 634-640.

<https://doi.org/10.1046/j.1469-0691.2002.00485.x>

González, L., López, J., & Moscoso, F. (1987). Miocardiopatía Toxoplasmica Crónica. *Revista Ecuatoriana de Medicina y Ciencias Biológicas*.

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK\\_EwjpgZbdkpWBAXWhmYQIHfKNCWIQFnoECBAQAQ&url=https%3A%2F%2Fremcbpuce.edu.ec%2Fremcb%2Farticle%2Fdownload%2F391%2F327%2F&usg=AOvVaw0ORg-Wb-8rXzmyw9Nvb0ox&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK_EwjpgZbdkpWBAXWhmYQIHfKNCWIQFnoECBAQAQ&url=https%3A%2F%2Fremcbpuce.edu.ec%2Fremcb%2Farticle%2Fdownload%2F391%2F327%2F&usg=AOvVaw0ORg-Wb-8rXzmyw9Nvb0ox&opi=89978449)

Sánchez Artigas, R., Araujo Baptista, L., Brossard Peña, E., Atair Falconi, F., Ramos Campi, Y., & Barba Maggi, M. A. (2018). Prevalencia de toxoplasmosis en estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo en Ecuador. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*.

<http://scielo.sld.cu/pdf/ibi/v37n2/ibi13218.pdf>

Catellano, V. &. (2015). Coinfección con *Toxoplasma gondii* y el virus de la inmunodeficiencia felina (FIV). *Scielo*, ISSN 0716-0720

Rivera, N., & García, P. (2017). El papel de los gatos en la toxoplasmosis. Realidades y responsabilidades. *Revista de la Facultad de Medicina*, 60, 8.

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0026-17422017000600007&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0026-17422017000600007&script=sci_arttext)

Cañón-Franco, W. A., López-Orozco, N., Gómez-Marín, J. E., & Dubey, J. P. (2014). An overview of seventy years of research (1944 – 2014) on toxoplasmosis in Colombia,

South America. *Parasites & Vectors*, 7(1), 427. <https://doi.org/10.1186/1756-3305-7-427>

Dunay, I., Gajurel, K., Dhakal, R., Liesenfeld, O., & Montoya, J. (2018). Treatment of toxoplasmosis: historical perspective, animal models, and current clinical practice. *Clinical Microbiology Reviews.*, 1(31), 4.

Bóia, M. N., Carvalho-Costa, F. A., Sodré, F. C., Pinto, G., & Amendoeira, M. R. R. (2008). Seroprevalence of *Toxoplasma gondii* infection among Indian people living in Iauaretê, São Gabriel da Cachoeira, Amazonas, Brazil. *Revista Do Instituto De Medicina Tropical De Sao Paulo*, 50(1), 17-20. <https://doi.org/10.1590/s0036-46652008000100004>

Durlach, R., & Martino, P. (2023). *Toxoplasma gondii*: Infección en Perros y Gatos. *Revista Veterinaria Argentina*. <https://www.veterinariargentina.com/revista/2009/08/toxoplasma-gondii-infeccion-en-perros-y-gatos/>

Filian, W., Gómez, J., & Mora, A. (2022). *PDF Visualización del fichero Libro Parasitologia II edicion\_ACTUALIZADO.pdf*. (s. f.). <https://libros.utb.edu.ec/index.php/utb/catalog/view/54/27/136>

Scherck, M. (2011). *Sindromes Gastrointestinales en felinos con toxoplasma gondii. Update in Feline Gastroenteric Syndromes* (pág. Investigacion Latino America). Lima: Servet.

Simancas, A. (2019). *Distribución espacial de la incidencia de casos de toxoplasmosis humana en el Ecuador durante el período 2013-2018* [Trabajo de Titulación, Universidad Central Del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20315/1/T-UCE-0014-MVE-005-P.pdf>

Paredes, B. (2018). *"Prevalencia de Toxoplasmosis en Gatos Domésticos (Felis Catus) en el barrio La Laguna Canton Latacunga*. Universidad Técnica de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/4770/6/PC-000279.pdf>

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.



## Sarna sarcoptica en perros (*Canis lupus*) como un problema de salud pública.

*Sarcoptic mange in dogs (*Canis lupus*) as a public health problem*

- <sup>1</sup> Luísa Maria Mancheno Lucio   
Universidad Técnica de Babahoyo,
- <sup>2</sup> Juan Carlos Gómez Villalva  <https://orcid.org/0000-0002-3310-3722>  
Docente en la Universidad Técnica de Babahoyo, Coordinador del Instituto de Investigación de la Universidad Técnica de Babahoyo,  
[jgomez@utb.edu.ec](mailto:jgomez@utb.edu.ec)

### Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 15/07/2023

Revisado: 05/08/2023

Aceptado: 12/09/2023

Publicado: 05/10/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.35>

**Cítese:** Mancheno Lucio, L. M., & Gomez Villalva, J. C. (2023). Sarna sarcoptica en perros (*Canis lupus*) como un problema de salud pública . *Ciencia & Turismo*, 2(4), 61-75. <https://doi.org/10.33262/ct.v2i4.35>



**Ciencia Digital**  
Editorial

*CIENCIA & TURISMO*, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad.

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) [www.celibro.org.ec](http://www.celibro.org.ec)



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

**Palabras claves:**

zoonosis, Sanidad,  
Infección,  
Demodex,  
Análisis.

**Keywords:**

zoonoses, Health,  
Infection,  
Demodex,  
Analysis.

**Resumen**

**Antecedente:** La sarna en los caninos a nivel mundial es uno de los problemas de salud pública veterinaria más representativa ya que es una afección dermatológica que no solo afecta la salud de nuestros fieles compañeros de cuatro patas, sino que también plantea preocupaciones significativas. **Métodos:** el método que se utilizó fue documental, bibliográfico de las bases de datos scielo, latindex, scopus. **Resultados:** La administración regular de medicamentos es fundamental para el control de la enfermedad. han destacado la importancia de este aspecto. Sin embargo, la complejidad y la necesidad de dosis diarias de medicamentos como la ivermectina pueden plantear desafíos para los propietarios. **Conclusión:** la sarna Demódex canis es una enfermedad cutánea que afecta a los perros, causada por un ácaro llamado Demódex canis. Para diagnosticarla, es esencial realizar un análisis clínico y microscópico, que incluye la toma de muestras de la piel y observación de los ácaros al microscopio. El tratamiento implica el uso de agentes mitocidas, como Amitraz, ivermectina, milbemicina, moxidectina o doramectina, y a menudo se combina con terapia antibacteriana tópica en caso de infección secundaria.

**Abstract**

**Background:** Background: Mange in canines worldwide is one of the most representative veterinary public health problems as it is a dermatological condition that not only affects the health of our faithful four-legged companions, but also raises significant concerns. **Methods:** the method used was documentary, bibliographic from the scielo, latindex, and scopus databases. **Results:** Regular administration of medications is essential for disease control. have highlighted the importance of this aspect. However, the complexity and need for daily doses of medications like ivermectin can pose challenges for owners. **Conclusion:** Demodex canis mange is a skin disease that affects dogs, caused by a mite called Demodex canis. To diagnose it, it is essential to perform a clinical and microscopic analysis, which includes taking skin samples and observing the mites under a microscope. Treatment involves the use of mitocidal agents, such as Amitraz, ivermectin, milbemycin, moxidectin or doramectin, and is often combined with topical antibacterial therapy in case of secondary

---

infection.

---

## Introducción

La sarna en los caninos a nivel mundial es uno de los problemas de salud pública veterinaria más representativa ya que es una afección dermatológica que no solo afecta la salud de nuestros fieles compañeros de cuatro patas, sino que también plantea preocupaciones significativas para la salud pública.

Esta enfermedad, causada por diferentes agentes causales, entre ellos el *Demódex canis* se manifiesta con graves síntomas cutáneos y transmitirse tanto entre perros como a los seres humanos y de esa forma convertirse en un problema de salud pública cuando esta se propaga a los seres humanos, causando lesiones pruríticas en la piel.

Los caninos que padecen esta enfermedad sufren de alopecia y prurito intenso, lo que afecta su calidad de vida y bienestar. (Mosquera)

En nuestro país Ecuador es considerado uno de los trastornos cutáneos más comunes en los perros es la sarna demodécica, una enfermedad que merece una atención especial debido a su prevalencia y complejidad.

Esta es causada por el ácaro *Demódex Canis*, esta afección se presenta en dos formas clínicas distintas: la forma localizada y la generalizada.

Ambas pueden causar molestias significativas a los caninos y, en casos graves, generar complicaciones adicionales.

El objetivo de este ensayo es proporcionar una comprensión completa de esta patología, no solo para ayudar a los profesionales veterinarios en su labor, sino también para empoderar a los dueños de mascotas con el conocimiento necesario para proteger la salud de sus fieles compañeros caninos.

También es importante examinar las condiciones ambientales que favorecen su propagación y la necesidad de medidas preventivas para minimizar su incidencia.

Esto se logra a través de un análisis exhaustivo en la población, espero arrojar luz sobre este tema crucial y proporcionar información valiosa para propietarios de mascotas, profesionales de la salud animal y el público en general. (Mamani, 2022)

### **Planteamiento del problema**

La sarna, además de constituir un problema de salud pública, conlleva implicaciones económicas significativas.

Dejar que esta enfermedad se convierta en crónica no solo prolonga el sufrimiento del animal, sino que también implica un aumento en los costos de tratamiento y recuperación.

Los ácaros responsables de la sarna sarcóptica en los perros, conocidos como demódex canis, tienen implicaciones significativas para la salud pública debido a su capacidad de transmisión zoonótica y pueden transmitirse a los humanos, esta enfermedad, de naturaleza parasitaria e infecciosa muy común en caninos en todo el mundo, requieren una atención temprana y adecuada para prevenir su cronicidad y la propagación del parásito en el cuerpo del animal.

A pesar de su amplia prevalencia y de la gravedad de sus consecuencias tanto en caninos como en seres humanos, existen lagunas significativas en nuestra comprensión de la epidemiología, la distribución geográfica y los factores de riesgo asociados con estas afecciones en diferentes regiones.

Además, la falta de datos actualizados y específicos en algunas áreas geográficas limita la capacidad de los profesionales de la salud animal y de la salud pública para abordar eficazmente estos problemas.

Por lo tanto, es esencial llevar a cabo una investigación integral y actualizada sobre la sarna sarcóptica y la sarna demodécica en caninos, con el fin de:

- Identificar la prevalencia actual de ambas enfermedades en diversas poblaciones caninas.
- Analizar los factores de riesgo y las variables epidemiológicas que influyen en la ocurrencia de estas afecciones.
- Evaluar el impacto económico y de salud pública de estas enfermedades en la comunidad.
- Proporcionar información relevante para desarrollar estrategias de prevención, diagnóstico y tratamiento más efectivas.

### **Justificación**

La investigación de la sarna demodécica en caninos se presenta como un campo de estudio crítico y pertinente debido a múltiples razones fundamentales:

- Bienestar canino
- Salud pública:
- Variabilidad geográfica y epidemiológica

Comprender los factores de riesgo, la prevalencia y la dinámica de esta enfermedad es fundamental para desarrollar estrategias de prevención y tratamiento efectivas.

La investigación en esta área puede llevar al desarrollo de métodos de diagnóstico más precisos, tratamientos más eficaces y pautas de manejo adecuadas para limitar la propagación de estas afecciones.

la sarna demodécica en caninos es de vital importancia para promover el bienestar de los perros, proteger la salud pública, adaptar las estrategias a las variaciones geográficas y epidemiológicas, y desarrollar soluciones efectivas para estas enfermedades dermatológicas que afectan tanto a animales como a seres humanos.

## **Objetivos**

### **Objetivos Generales:**

- Conocer todos los problemas que con lleva sarna sarcoptica en perros como un problema de salud pública.

### **Objetivos Específicos:**

- Identificar el tipo de sarna que afecta al animal y de esa forma brindarle tratamiento adecuado para evitar una zoonosis.
- Determinar cuál es la zona mayor porcentaje de infestación en los caninos.

## **Marco teorico**

La Demódex Canis. desde que un dermatólogo francés describió el primer ácaro demódex en año 1842 Gustavo Simón, se han descrito más de 140 especies o subespecies conocidas, brilla folículos pilosos o glándulas sebáceas de 11 clases de mamíferos.

La amplia distribución de estos ácaros en diversas clases de mamíferos sugiere que esta relación es de antigua, estableciéndose al inicio de la aparición de los mamíferos en la Tierra, especialmente con el surgimiento de los primeros mamíferos que poseían folículos pilosos, hace aproximadamente 210 millones de años.

Es loable que los ancestros de los marsupiales y de los euterios, los primeros mamíferos placentarios, hayan compartido ancestros comunes con estos ácaros hace entre 100 y 200 millones de años.

A lo largo de la historia evolutiva, los diversos hospedadores del Demódex experimentaron una serie de cambios evolutivos, mientras que el parásito en sí, adaptado a un nicho altamente especializado y evolutivamente estable, como lo es el folículo piloso, ha permanecido en gran medida inalterado.

Esto hace que el género Demódex sea un ejemplo notable de una prolongada coevolución parasitaria en paralelo. Además, esta relación de larga data entre Demódex y mamíferos podría explicar la relativa tolerancia del sistema inmunológico hacia el parásito. (KUCHARUK, 2019)

Los Ectoparásitos son organismos que viven en el exterior de su hospedador generalmente adheridos a la piel, plumas, pelos, branquias, etc.

Se designan como Endoparásitos a los organismos que viven en el interior de sus hospedadores, pueden encontrarse en los intestinos, las cavidades del cuerpo, los pulmones u otras localizaciones internas.

Ciertos parásitos en realidad pueden contemplarse indistintamente en una u otra de las divisiones antes explicadas, constituyen ejemplos típicos ciertos ácaros (*Sarcoptes scabiei*) productores de alteraciones de la piel que se conocen con el nombre de sarnas, estos parásitos horadan túneles en la piel y satisfacen por tanto las condiciones de un ectoparásito y de un endoparásito, es costumbre calificarlos en el grupo de los ectoparásitos.

Los ácaros de la sarna son considerados como parásitos permanentes viven en uno o más hospedadores toda su vida. (ET.al. Gómez y filian, 2022)

Etiología: El agente causal es el acaro demódex canis que vive en los folículos pilosos y glándulas sebáceas de todos los perros sanos y enfermos.

El ciclo Biológico: Estos ácaros tiene una duración que oscila entre 20 y 35 días para completarse.

Este ciclo se desarrolla en el interior del folículo piloso del huésped, donde se lleva a cabo el proceso de copulación en la superficie.

Su ciclo de vida se compone de cuatro etapas distintas:

➤ El Huevecillo

- La Larva
- La Ninfa
- El Adulto.

### **Generalidades del parásito Demódex**

A medida que avanzan los días, los machos mueren, mientras que las hembras continúan vivas y penetran en los folículos pilosos para depositar sus huevos fecundados, los cuales pueden llegar a ser entre 20 y 24.

Estos huevos eclosionan y se transforman en adultos en un lapso de 9 a 21 días.

La pérdida del pelo es una característica común de las sarnas y se produce debido a que la madre y sus crías inician la digestión de la matriz del pelo del perro para poder ingresar al folículo piloso.

Esta acción conlleva a la ensanchación del folículo piloso y, como resultado, a la aparición de áreas alopecicas

La sarna generalmente se presenta en perros menores de 18 meses o en perros mayores que han experimentado una disminución en su sistema inmunológico. Aunque puede afectar a caninos de cualquier raza, es más prevalente en ciertas razas de pedigrí, como el Shar-pei, Doberman, Gran Danés y Chihuahua.

### **Taxonomía (Mamani, 2022)**

Subclase: Acari Phylum: Arthropoda

Orden: Acariformes

Suborden: Prostigmata

Familia: Demodicidae

Género: Demódex Especie: D. canis, D. cornei, D. injai

**La Demodicosis Localizada** suele manifestarse típicamente en los primeros 3 a 6 meses de vida de un perro, es decir, antes de que cumpla su primer año.

Las lesiones pueden experimentar cambios en su tamaño a lo largo de varios meses, pero en su mayoría son leves y tienden a resolverse de manera espontánea en aproximadamente el 90% de los casos, por lo general, en un período de 6 a 8 semanas.

La zona más afectada suele ser la región facial, en particular alrededor de los ojos (contorno) y el hocico.

Las áreas más afectadas suelen exhibir áreas pequeñas con falta de pelo (alopecia), acompañada de descamación e hiperpigmentación (manchas oscuras), que se concentran principalmente en la cabeza, cuello y extremidades delanteras del perro.

Es importante destacar que aproximadamente el 10% de los casos de la forma localizada de esta enfermedad pueden evolucionar hacia su variante generalizada.



### **Demodicosis generalizada**

La demodicosis generalizada es una enfermedad que puede generar síntomas en diversas áreas del cuerpo del perro, y su pronóstico está estrechamente relacionado con la edad en la que se manifiesta.

Esto conduce a una distinción común entre dos variantes: la variante juvenil, que afecta a perros menores de 1 año, y la variante adulta, que se presenta en perros mayores de 1 año.

Es una enfermedad grave de la piel de los caninos con mal pronóstico que es responsable de numerosas muertes y eutanasia en caninos



**Diagnostico:**

"Para diagnosticar la presencia de *Demódex canis*, es esencial realizar una visualización de los ácaros al microscopio.

Esto se logra mediante la toma de muestras de raspados cutáneos, pruebas de la cinta de acetato, examen directo de exudado o biopsia cutánea.

En caso de sospechar esta enfermedad, se recomienda realizar un raspado cutáneo, que consiste en tomar una pequeña muestra de la piel y observarla bajo el microscopio para obtener un diagnóstico definitivo.

En situaciones crónicas con inflamación prolongada y engrosamiento de la piel, podría ser necesario realizar una biopsia.

No obstante, el raspado cutáneo se considera una técnica altamente efectiva y de fácil ejecución para el diagnóstico de esta enfermedad."

**Diagnóstico clínico:**

"El diagnóstico del problema se basa en un análisis exhaustivo del examen físico, los síntomas y las lesiones presentes.

Además, la historia clínica del animal desempeña un papel crucial para identificar posibles factores que puedan predisponer a la enfermedad.

Estos factores pueden incluir la edad del animal, su raza, antecedentes familiares de Demódex canis, niveles de estrés, calidad de la nutrición, enfermedades preexistentes y tratamientos previos, entre otros."

#### **Diagnóstico diferencial:**

- Dermofitosis
- Alopecia de los perros de color diluido
- Adenitis sebáceas Granulomatosa
- Pioderma superficial
- Pioderma profunda
- Dermatitis sensible al zinc
- Alopecia post-inyección
- Alopecia areata

Pénfigo foliáceo (Quinto, 2023)

#### **Tratamiento:**

El tratamiento de la demodicosis generalizada requiere un seguimiento clínico y microscópico mensual hasta obtener un segundo raspado negativo. Después de obtener ese segundo raspado negativo, se debe continuar el tratamiento miticida durante cuatro semanas adicionales para reducir la probabilidad de recaída.

En casos de demodicosis generalizada en perros, no es necesario administrar antibióticos sistémicos a menos que exista una infección bacteriana grave. Por lo general, una combinación de un agente miticida efectivo y terapia antibacteriana tópica suele ser suficiente.

El baño con amitraz, en concentraciones de 0.025% a 0.05%, ha demostrado ser eficaz en el tratamiento de la demodicosis canina, con la precaución de rasurar previamente a los animales de pelo largo.

Existen varios tratamientos efectivos para la demodicosis canina, incluyendo la ivermectina (0.3 a 0.6 mg/kg en solución inyectable para administración oral cada 24 horas), la milbemicina (1 a 2 mg/kg en comprimidos para administración oral cada 24 horas), la moxidectina (0.3 a 0.5 mg/kg en solución inyectable para administración oral cada 24 horas) y la doramectina (0.6 mg/kg inyectada de forma subcutánea semanalmente).

Se recomienda una administración gradual de las dosis de moxidectina e ivermectina sistémicas para identificar posibles reacciones adversas en perros sensibles a estas lactonas macrocíclicas.

En casos leves a moderados de demodicosis canina, la aplicación tópica de moxidectina combinada con imidacloprid puede ser una opción.

Se han realizado estudios que avalan la eficacia de las isoxazolininas en el tratamiento de la demodicosis en mascotas, lo que las convierte en una excelente opción para el tratamiento de esta enfermedad en perros." (Ana Ríos, 2020)

### **Resultados y discusiones**

La Demodicosis en perros es una enfermedad cutánea que requiere una atención y manejo cuidadoso por parte de los veterinarios y los propietarios de las mascotas.

El consenso global entre dermatólogos veterinarios sobre la prohibición de utilizar perros afectados por Demodicosis o sus progenitores para la reproducción es una medida importante para controlar esta enfermedad. Esta medida es especialmente relevante en el caso de machos enteros, en particular aquellos con casos graves a los que se recomienda no reproducir y, en su lugar, castrar.

Los beneficios de esta recomendación son múltiples.

En primer lugar, se previene la transmisión de la característica genética responsable de la Demodicosis a la descendencia, lo que contribuye a reducir la prevalencia de la enfermedad en la población canina.

En segundo lugar, esta decisión también mejora la calidad de vida de las mascotas afectadas, ya que evita el sufrimiento de la enfermedad y sus complicaciones.

Además de las consideraciones de reproducción, el éxito del tratamiento de la Demodicosis depende en gran medida de la dedicación y responsabilidad de los cuidadores.

La administración regular de medicamentos es fundamental para el control de la enfermedad. Los estudios anteriores, como el realizado por Mueller et al. en 2012, han destacado la importancia de este aspecto. Sin embargo, la complejidad y la necesidad de dosis diarias de medicamentos como la ivermectina pueden plantear desafíos para los propietarios.

En este contexto, las isoxazolininas, como el Afoxalaner o el Fluralaner, presentan una ventaja significativa debido a su facilidad de administración y el intervalo más largo entre dosis.

Esto reduce la carga y el estrés tanto para el animal como para su cuidador.

Los propietarios deben ser informados de que la mejoría en la salud de su mascota puede ser evidente antes de que se erradiquen por completo los ácaros, lo que subraya la importancia de continuar con las evaluaciones mensuales hasta que se considere que el paciente está libre de parásitos.

Además, se debe educar a los propietarios sobre la posibilidad de una mejoría gradual y la necesidad de un compromiso a largo plazo en el tratamiento, que podría extenderse durante varias semanas o incluso meses. (KUCCHARUK, 2019)

Este estudio comparativo entre dos tratamientos, el propóleo al 10% y el amitraz al 3%, en pacientes caninos con demodicosis, proporciona datos interesantes sobre la epidemiología y eficacia terapéutica de esta enfermedad en la ciudad de Loja.

En primer lugar, se observó una variabilidad en la prevalencia de la demodicosis entre las razas de perros estudiadas, con la raza Mestiza siendo la más común, seguida del Pitbull y el Bulldog.

Estos resultados se asemejan a estudios previos, lo que sugiere que existe una predisposición genética y factores nutricionales, reproductivos y estresantes que pueden influir en la prevalencia de la enfermedad.

En relación al género de los perros afectados, se observó una mayor prevalencia en machos en comparación con las hembras, lo que contrasta con algunos estudios anteriores.

Esto plantea la necesidad de realizar investigaciones futuras para comprender mejor la relación entre el género y la demodicosis y determinar si se requieren medidas de tratamiento específicas basadas en el sexo.

Los resultados de este estudio respaldan la utilización del propóleo al 10% como una opción terapéutica eficaz en el tratamiento de la demodicosis canina en la ciudad de Loja.

La reducción significativa en la carga de ácaros demodex en el grupo tratado con propóleo sugiere que este producto natural puede desempeñar un papel importante en el manejo de esta enfermedad en perros.

Además, los resultados muestran que el propóleo puede ser una alternativa más accesible económicamente en comparación con el amitraz.

Este estudio también resalta la necesidad de investigaciones adicionales para comprender mejor la epidemiología de la demodicosis en esta región y explorar más a fondo las opciones terapéuticas, especialmente en lo que respecta al género de los perros afectados.

La falta de estudios previos en la ciudad de Loja enfocados en esta enfermedad subraya la importancia de continuar investigando y recopilando datos valiosos para mejorar la salud canina en la región.

En resumen, los resultados de esta investigación respaldan la efectividad del propóleo en el tratamiento de la demodicosis canina y enfatizan la necesidad de continuar investigando y desarrollando opciones terapéuticas en esta área de estudio. (Bermeo, 2016)

### **Conclusión:**

- La sarna *Demódex canis* es una enfermedad cutánea que afecta a los perros, causada por un ácaro llamado *Demódex canis*.
- Para diagnosticarla, es esencial realizar un análisis clínico y microscópico, que incluye la toma de muestras de la piel y observación de los ácaros al microscopio. El tratamiento implica el uso de agentes miticidas, como Amitraz, ivermectina, milbemicina, moxidectina o doramectina, y a menudo se combina con terapia antibacteriana tópica en caso de infección secundaria.
- El seguimiento constante y la administración adecuada de dosis son esenciales para un tratamiento efectivo. Además, las isoxazolininas son una opción prometedora en el tratamiento de la demodicosis canina.
- La detección temprana y el manejo adecuado son fundamentales para controlar y tratar con éxito esta enfermedad cutánea en los perros.
- Siempre se debe buscar orientación y atención veterinaria para el diagnóstico y tratamiento adecuados de la demodicosis canina.

### **Conflicto de intereses**

Los autores aclaran que no existen conflictos de interés.

### **Bibliografía**

Ana Ríos. (2020). Diagnóstico y tratamiento de la demodicosis. *puchol veterinaria* , <https://veterinarios.hospitalveterinariopuchol.com/blog/diagnostico-ytratamiento-de-lademodicosis/#:~:text=Se%20recomienda%20la%20administraci%C3%B3n%20gradual,inducida%20por%20estas%20lactonas%20macro%C3%ADclicas.>

- Bermeo, J. P. (2016). [INSERTAR NOMBRE DEL AUTOR]. *Eficacia de dos tratamientos (propoleo 10 % y amitraz 3%) en*, <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25897/1/Tesis.pdf>.
- ET.al. Gómez y filian, 2. (2022). COMPENDIO DE PARASITOLOGÍA Y ENFERMEDADES PARASITARIAS DE LOS ANIMALES DOMÉSTICOS. *Libro Parasitología II edicion\_ACTUALIZADO.pdf*, <https://libros.utb.edu.ec/index.php/utb/catalog/view/92/55/240>.
- KUCHARUK, M. F. (2019). TRABAJO FINAL DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE. *INFORME FINAL KUCHARUK.pdf*, <https://rid.unrn.edu.ar/bitstream/20.500.12049/3261/1/INFORME%20FINAL%20KUCHARUK.pdf>.
- Mamani, A. P. (2022). INCIDENCIA DE CASOS DE DERMATITIS CAUSADO POR. *Perez Mamani Trabajo Final.pdf*, <http://ddigital.umss.edu.bo:8080/jspui/bitstream/123456789/33930/1/Perez%20Mamani%20Trabajo%20Final.pdf>.
- Mosquera, A. K. (s.f.). Determinación de la incidencia de ectoparásitos . *tesis final 13.pdf*, <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24934/1/tesis%20final%2013.pdf>.
- Quinto, C. E. (2023). “Prevalencia de Demódex canis que presenten lesiones cutáneas. *PI-UTB-FACIAG-VETERINARIA-REDISEÑADA-000018.pdf*, <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13992/PI-UTB-FACIAG-VETERINARIA-REDISE%20C3%91ADA-000018.pdf?sequence=1>.

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.

