

Evaluación del impacto de la vinculación con la sociedad en el Fortalecimiento de la hospitalidad para los establecimientos de alimentos y bebidas del patio de comidas del mercado Jatuk Cem de Cotacachi

Evaluation of the Impact of Community Engagement on Strengthening Hospitality in the Food and Beverage Establishments at the Jatuk Cem Market Food Court in Cotacachi

Pedro Francisco Vaca Alencastro¹, Milton Paúl Oña Izurieta² y Paola Enriquez Ruiz³

¹Instituto Superior Universitario Cotacachi, pvaca@institutocotacachi.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0004-0329-2827>, Ecuador.

²Instituto Superior Universitario Cotacachi, mizurieta@institutocotacachi.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0001-9661-4418>, Ecuador.

³Instituto Superior Universitario Cotacachi, yenriquez@institutocotacachi.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0002-2079-5328>, Ecuador.

Información del Artículo

Trazabilidad:

Recibido 11-03-2025

Revisado 12-03-2025

Aceptado 04-05-2025

Palabras Clave:

Vinculación con la sociedad

Mercado Jatuk Cem

Instituto

Sociedad

Capacitación

RESUMEN

Los proyectos de vinculación con la sociedad, que son implementados por el Instituto Superior Universitario Cotacachi (ISUCO), representan una oportunidad importante para los estudiantes por el acercamiento y trabajo con la sociedad y una alternativa de crecimiento y formación profesional que va más allá del simple hecho de cumplir con actividades planteadas, sino más bien el poder palpar directamente la realidad de entorno turístico local y los desafíos a los que se enfrentan los prestadores de servicios de alimentos y bebidas del patio de comidas del mercado Jatuk Cem de Cotacachi. Es importante que este tipo de proyectos cumplan con el objetivo para el que fueron creados y que puedan dar respuesta a las necesidades que la sociedad presenta y que desde estos se pueda generar los correctivos y ajustes necesarios que permitan garantizar el éxito de los proyectos y por supuesto de los beneficiarios a lo largo del tiempo.

ABSTRACT

The community engagement projects implemented by the Instituto Superior Universitario Cotacachi (ISUCO) represent an important opportunity for students, offering them direct interaction and collaboration with society, as well as a pathway for professional growth and development that goes beyond simply fulfilling assigned activities. These projects allow students to experience firsthand the realities of the local tourism environment and the challenges faced by food and beverage service providers at the Jatuk Cem market food court in Cotacachi. It is crucial that these types of projects achieve the objectives for which they were created and respond effectively to the needs of society. Furthermore, it is essential that necessary adjustments and improvements be generated through these projects to ensure their long-term success, as well as the success of the beneficiaries.

Keywords:

Relationship with society

Jatuk Cem Market

Institute

Society

Training

INTRODUCCIÓN

La educación es uno de los factores que más influye en el avance y progreso de personas y sociedades. Además de proveer conocimientos, la educación enriquece la cultura, el espíritu, los valores, las capacidades, conocimientos y todo aquello que nos caracteriza como seres humanos (Robles et al., 2012). Por otro lado, el Banco Mundial sostiene que la educación es un derecho humano, un importante motor del desarrollo y uno de los instrumentos más eficaces para reducir la pobreza, lograr la igualdad de género y la estabilidad. Además, genera grandes y constantes beneficios en términos de ingreso y es el factor más importante para garantizar la igualdad y la inclusión (Grupo Banco Mundial, 2024). Es ahí donde obtienen vital importancia los programas y proyectos de vinculación con la sociedad planteados desde las instituciones de educación Superior.

Las universidades e institutos en América Latina desempeñan un papel crucial en la promoción de la investigación vinculada a la sociedad ya que destacan en este proceso algunos aspectos clave dentro de su rol como lo es la producción de Conocimiento con el 74% de los investigadores dentro de estas instituciones, principalmente en las públicas. (UNESCO, 2020). Al mismo tiempo las instituciones de educación superior buscan formar un vínculo con la sociedad por medio de la ejecución de este tipo de proyectos tal como lo sostiene la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Además, sostiene que las universidades e institutos han incorporado la relación con el entorno económico y social en su agenda, aplicando medidas institucionales de vinculación como parte de su misión fundamental, por medio del desarrollo de Proyectos y programas que respondan a las necesidades sociales y estas asociadas a la implementación de la Innovación (García y Sánchez, 2020). Aunque en la actualidad los resultados son bastante alentadores, las universidades están comenzando a canalizar formalmente sus vínculos con el entorno, lo que puede llevar a un mayor impacto en la innovación y el desarrollo social (UNESCO, 2020).

Bajo este contexto, las universidades y los institutos Superiores Universitarios en el Ecuador no solo son centros de educación, sino que pasan a ser actores fundamentales en el desarrollo social, ya que desde la ejecución de estos programas y proyectos de vinculación se está contribuyendo a abordar problemáticas relevantes, pero sobre todo a generar soluciones que permitan obtener un impacto positivo en la sociedad. Brito et al., (2018) desde el enfoque globalizador de la educación superior, la vinculación con la sociedad da énfasis a la relación entre la universidad y sociedad a través de la responsabilidad universitaria. La educación superior tiene una importancia trascendental en la sociedad contemporánea que ha provocado una comprensión e interpretación de la realidad social desde distintas posiciones y que de una u otra manera influye en la vinculación con la sociedad, función sustantiva históricamente menos atendida en las instituciones de educación superior. Simbaña & Correa, (2016) la universidad contemporánea asume nuevos retos y tiene que hacerlo a una velocidad cada vez mayor. Por esta razón la sociedad ha evolucionado y las Instituciones de Educación Superior que no se encuentran al margen de los requerimientos sociales, deben adaptar su organización a estructuras que respondan a estas necesidades.

Manzo et al. (2022) sostiene además que la capacitación resulta fundamental en el contexto de la oferta hotelera y gastronómica, ya que permite mejorar continuamente la calidad del servicio, factor clave para la satisfacción del turista y la consolidación de cualquier destino turístico destacado. La amplia oferta de bares, restaurantes y hoteles que se ofrece debe acompañarse de un personal capacitado en habilidades de atención al cliente, empatía y profesionalismo, lo que no solo impacta en la experiencia inmediata del visitante, sino también en su disposición a volver y recomendar el destino. Estudios como los de Andrade et al., (2020) Medición de la calidad de servicios hoteleros de manta, Ecuador a través del modelo Hotelqual. Ya han demostrado que la percepción del servicio es mayormente positiva, aunque con áreas mejorables, lo que subraya la necesidad de programas de capacitación continuos.

Asimismo, investigaciones como las de Molina et al., (2017) Estrategias de fidelización aplicadas a los clientes de la empresa “punto exe” del cantón Manta. Destacan que la relación entre los clientes y los establecimientos de hospedaje en Manta no se mantiene de manera constante durante todo el proceso del servicio. Aquí es donde la capacitación juega un rol vital, ya que, como señala Da Silva (2020), el servicio debe abarcar toda la experiencia del cliente, desde antes de su llegada hasta después de su estancia. La formación de los empleados no solo mejora la calidad del servicio, sino que también fortalece la vinculación con la comunidad, ya que un personal mejor capacitado contribuye al crecimiento económico local y al reconocimiento internacional del destino turístico. Esto es respaldado por datos de American Express, que muestran que el 68% de los consumidores de servicios hoteleros considera fundamental una atención continua para alcanzar una experiencia positiva.

Por tanto, el presente estudio tuvo como objetivo el fortalecimiento de la hospitalidad de los operadores turísticos de los establecimientos de alimentos y bebidas del patio de comidas del mercado Jatuk Cem de Cotacachi, a través del diseño e implementación de un conjunto de capacitaciones específicas que permitan mejorar los conocimientos habilidades y destrezas de los beneficiarios en áreas clave como la atención al cliente, la imagen profesional, manipulación de alimentos, limpieza y desinfección, y sobre todo la comunicación asertiva.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de los proyectos de vinculación, se siguen la normativa y metodología de vinculación con la sociedad, así como los lineamientos y procesos establecidos por el Instituto Superior Universitario Cotacachi para la ejecución de cada proyecto. Estos lineamientos, claramente definidos, orientan las etapas de planificación y ejecución, garantizando la coherencia y efectividad en el cumplimiento de los objetivos de vinculación con la comunidad.

El estudio se llevó a cabo en el cantón Cotacachi, ubicado en la provincia de Imbabura, al norte de Ecuador, con un enfoque particular en el patio de comidas del Mercado Jatuk Cem. Se trata de una investigación de tipo observacional, descriptiva y cuantitativa de tipo no experimental. El muestreo se realizó por conglomerados. Para este estudio se realizaron dos documentos una ficha de recolección de datos y una encuesta que fue aplicada a los propietarios de los negocios del patio de comidas del mercado.

El proceso de investigación se estructuró en tres fases consecutivas, diseñadas para asegurar el desarrollo integral y sistemático del proyecto. La Fase 1 consistió en el levantamiento del diagnóstico situacional, en el cual se recopiló y analizó información clave para identificar las necesidades y características de los beneficiarios directos del proyecto. Esto permitió una comprensión profunda del contexto y facilitó la selección de estrategias a aplicarse. La Fase 2 se centró en el desarrollo de los contenidos formativos y en la ejecución de las capacitaciones, garantizando que el material estuviera alineado con las necesidades detectadas y optimizado para una efectiva transferencia de conocimientos. Finalmente, la Fase 3 implicó una evaluación exhaustiva del impacto y de los resultados obtenidos, permitiendo medir el grado de cumplimiento de los objetivos y el nivel de satisfacción de los participantes. A continuación, se detalla el procedimiento específico aplicado en cada una de estas fases, para ilustrar el desarrollo integral del proyecto.

RESULTADOS

La formación académica constituye uno de los aportes más significativos al desarrollo de un país o región. En este sentido, el fortalecimiento del sector empresarial a través de programas de capacitación se fundamenta en la percepción y el apoyo de las instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas, que operan en el entorno. Estas acciones tienen como finalidad ofrecer un respaldo efectivo en áreas estratégicas para el funcionamiento de las empresas y negocios del sector de Alimentos y Bebidas, abarcando temas como atención al cliente, comunicación asertiva, imagen personal, manipulación de alimentos, así como procesos de limpieza y desinfección.

A continuación, se detallan los resultados alcanzados tras la ejecución de cada una de las etapas del proyecto.

Fase 1: Diagnóstico situacional

Para el análisis de la información, se creó una base de datos que recoge los resultados cuantitativos, elaborando cuadros de salida con frecuencias simples por establecimiento que resume los resultados numéricos obtenidos a partir de las encuestas realizadas a los propietarios y colaboradores del patio de comidas. Los datos cuantitativos ofrecen una visión clara y precisa sobre el nivel actual de conocimientos de los propietarios y colaboradores de los negocios de alimentos y bebidas del patio de comidas en el mercado Jatuk Cem de Cotacachi. Estos resultados fueron transcritos y analizados con el fin de profundizar en la comprensión del contexto institucional y sus dinámicas.

Tabla 1: Resultados cuantitativos del diagnóstico datos generales

	Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Sexo			
Masculino		7	35%
Femenino		13	65%
Edad			
Menos de 18 años		0	0%
18-25 años		0	0%
26-35 años		5	25%
36-45 años		8	40%
46-55 años		5	25%
Más de 55 años		2	20%
Nivel de estudios alcanzado			
Sin estudios formales		0	
Educación básica		15	75%
Formación técnica o tecnológica		5	25%
Título universitario		0	0%
Categoría profesional dentro del sector de alimentos y bebidas			
Ayudante de cocina		5	25%

Cocinero/a	0	0%
Propietario/a de restaurante	15	75%
Posición jerárquica dentro de tu establecimiento de alimentos y bebidas		
Personal operativo	5	25%
Propietario/a	15	75%
Tiempo que lleva en su posición actual dentro del sector de alimentos y bebidas		
Menos de 1 año	0	0%
1-3 años	5	25%
4-6 años	0	0%
Más de 6 años	15	75%
Consideras que su profesión está alineada con sus competencias, experiencia y nivel de estudios en el área de alimentos y bebidas		
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	25%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	15	75%
Ha recibido capacitación a fin a su actividad laboral durante los últimos 2 años		
Si	4	20%
No	16	80%
Posee el conocimiento necesario sobre los temas planteados a continuación		
Manejo de imagen personal	6	30%
Atención de calidad en el servicio	6	30%
Procesos para la correcta manipulación de alimentos	5	25%
Comunicación asertiva	7	35%
Procesos de limpieza y desinfección	7	35%

Fase 2: Contenidos y capacitaciones

En coherencia con la planificación de la segunda fase del proyecto, se desarrolló todo el material didáctico requerido, alineado tanto con el cronograma de capacitaciones como con los resultados del diagnóstico inicial. Este material incluyó cinco sílabos detallados, once presentaciones en formato PPT, ocho videos interactivos y siete juegos didácticos, cada uno diseñado para facilitar la comprensión de los contenidos. Además, se crearon registros de asistencia específicos para cada sesión, los cuales están organizados conforme a las fechas programadas, optimizando así el seguimiento de los participantes y asegurando el cumplimiento del cronograma establecido.

Tabla 2: Resultados diseño y elaboración material didáctico

Fase	Indicador	Valor esperado	Valor alcanzado	Cumplimiento	Observaciones
Planificación	Elaboración de Material didáctico	Documentos elaborados 39 1 sílabo 3 PPT	Documentos elaborados 39	100%	Asistencia beneficiarios
	Atención al cliente	2 registro asistencia 3 videos 2 juegos	Número de documentos elaborados 11	100%	Asistencia beneficiarios
	Imagen profesional	1 sílabo 1 PPT 2 registro asistencia 2 juegos	Número de documentos elaborados 6	100%	

	Limpieza y desinfección	1 silabo 2 PPT 2 registro asistencia 1 juegos	Número de documentos elaborados 6	100%
	Comunicación asertiva	1 silabo 3 PPT 2 registro asistencia 1 juegos	Número de documentos elaborados 7	100%
	Manipulación de alimentos	1 silabo 2 PPT 2 registro asistencia 3 videos 1 juegos	Número de documentos elaborados 9	100%
Ejecución	Asistentes			19
	Aprobados			19

Fase 3: La evaluación

La evaluación, tiene como objetivo medir el impacto y la efectividad de las capacitaciones implementadas en las fases anteriores. En esta etapa, Rodríguez (2021) sostiene que se deben aplicar instrumentos de evaluación tanto cualitativos como cuantitativos para analizar el desarrollo de las competencias adquiridas por los participantes, así como su aplicación en el entorno laboral. Este proceso permitirá identificar áreas de mejora, consolidar los logros obtenidos y asegurar la sostenibilidad de los conocimientos y habilidades transferidos, fortaleciendo así el impacto del proyecto en el grupo beneficiario como se muestra en la tabla 2.

Tabla 3: Resultados comparativos post capacitaciones

Fase 2	Indicador	Valor esperado	Valor alcanzado	Cumplimiento	Valor alcanzado	Resultados alcanzados
	Capacitaciones	Realizadas	Posee conocimiento	Antes	Posee conocimiento	Después
	Atención al cliente	2 capacitaciones	Si	6 30%	Sí	2 100%
			No	1 70%	No	0 0%
	Imagen profesional	2 capacitaciones	Si	6 30%	Si	2 100%
			No	1 70%	No	0 0%
Ejecución	Limpieza y desinfección	2 capacitaciones	Si	7 35%	Si	2 100%
			No	1 65%	No	0 0%
	Comunicación asertiva	2 capacitaciones	Si	7 35%	Si	2 100%
			No	1 65%	No	0 0%
	Manipulación de alimentos	2 capacitaciones	Si	5 25%	Si	2 100%
			No	1 75%	No	0 0%
Ejecución	Asistentes			5		20

Como se muestra en la tabla 2, se capacitó a 20 miembros del patio de comidas del mercado Jatuk Cem, cubriendo 20 horas de formación por participante, distribuidas en cinco módulos específicos: atención al cliente, comunicación asertiva, imagen profesional, manipulación de alimentos y limpieza y desinfección. Cada módulo tuvo una duración de 4 horas, estructurada para atender las necesidades identificadas en el diagnóstico y enfocarse en aspectos esenciales para el desarrollo de un servicio de calidad. La tabla 2 resume la participación en cada módulo, mostrando el compromiso de los asistentes y su implicación activa en el proceso formativo.

De manera colectiva, estas capacitaciones fomentan un sentido de comunidad y colaboración entre los participantes, creando una red de apoyo y recursos compartidos. Rodríguez (2021) manifiesta que este tipo de proyectos pueden contribuir a la construcción de capital social y a la promoción de iniciativas conjuntas que benefician a todos y cada uno de los propietarios de los establecimientos de comida del patio de comidas del mercado Jatuk Cem de Cotacachi. Estas capacitaciones tienen el potencial de elevar la calidad de la oferta gastronómica y de atención al cliente, lo cual puede atraer a más visitantes y, en consecuencia, generar mayores ingresos para cada uno de los negocios. Esta mejora en el servicio no solo impacta positivamente en la experiencia de los clientes, sino que también contribuye a la sostenibilidad y al éxito económico de cada uno de los participantes.

DISCUSIÓN

En la actualidad la vinculación con la sociedad se ha vuelto parte fundamental e importante en el proceso de enseñanza aprendizaje del estudiante de educación superior. Además, se ha convertido en la herramienta y mecanismo adecuado para conocer e identificar la realidad de los territorios adyacentes a las instituciones de educación superior, permitiendo además desarrollar una oferta académica adecuada, pertinente y socialmente responsable.

Para Vera et al., (2020) la vinculación aparece como una opción que permite dar respuesta, desde la educación superior a las problemáticas existentes en la sociedad actual, al mismo tiempo se convierte en un mecanismo idóneo para que el estudiante pueda adquirir experiencias reales que le permitirán resolver situaciones conflictivas, una vez que se inserte al mercado laboral. A la par, estas actividades de vinculación le permitirán conocer de forma directa la realidad del medio donde tendrá que desenvolverse, y aplicar estrategias direccionadas a mejorar la calidad de vida de determinados segmentos del colectivo social (Falcones, 2023).

Por su parte, Bermúdez et al., (2022) sostienen que la vinculación debe implicar acciones no solo dentro de las Instituciones de Educación Superior (IES), sino especialmente fuera de ellas. Afirman que, dada la marcada responsabilidad social de las IES, éstas enfrentan el desafío de situar las necesidades sociales en el centro de su actividad. Esto debe prevalecer incluso cuando algunas de estas acciones también representen un apoyo significativo para la docencia o la investigación, integrando de este modo las necesidades sociales como un elemento esencial de su labor (Cabrera & Rodríguez, 2021).

En efecto, la investigación realizada en el patio de comidas del mercado Jatuk Cem, en el cantón Cotacachi, revela que la capacitación como parte de la vinculación es el eje central para mejorar la oferta turística. Este hallazgo se alinea con estudios recientes que destacan la importancia de estas actividades para el sector turístico gastronómico. Bajo este contexto Pita et al., (2020) sostiene que, a través de la percepción de los beneficiarios, los proyectos demuestran que el conocimiento generado en la IES se comparte activamente con la sociedad mediante la ejecución de programas de capacitación. Estas iniciativas no solo contribuyen al desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas, sino que también tienen un impacto positivo en la calidad de vida de las personas (Vera et al., 2020). La efectividad de los proyectos de vinculación añade valor y evidencian la capacidad de respuesta a las necesidades de la comunidad, lo que permite afirmar que existe un alto grado de satisfacción entre los miembros de la comunidad con respecto al trabajo realizado por docentes y estudiantes.

Uno de los principales beneficios identificados tras la ejecución del proyecto es la relevancia de la vinculación de la academia en los procesos de formación. Para Seáñez & Guadarrama (2021) esta colaboración resulta esencial para fortalecer los conocimientos, además permite a las empresas turísticas mejorar significativamente la calidad del servicio que ofrecen. Simultáneamente, contribuye a elevar el nivel de profesionalismo mediante el desarrollo de competencias de los prestadores de servicios turísticos, promoviendo una gestión eficiente de sus actividades.

Para Falcones (2023) el objetivo de la vinculación es comprender la sinergia entre la academia y la comunidad, esa unión que permite que los estudiantes puedan compartir experiencias de aprendizaje real, por medio de la formación de una sociedad cada vez más competitiva e innovadora pero consciente de las problemáticas y necesidades del mercado turístico y gastronómico.

Por ello, es fundamental destacar el compromiso de la sociedad y su participación en los proyectos de vinculación impulsados desde la academia. Estos proyectos buscan el bienestar de la comunidad y, en última instancia, promueven la transferencia de conocimientos desde el ámbito académico hacia la sociedad (Bracamonte & Bracamonte, 2023).

CONCLUSIÓN

En la actualidad la implementación de proyectos de vinculación no solo responde a la necesidad de articular las actividades formativas de la academia y sociedad, esta busca como objetivo fortalecer desde la ejecución de este tipo de proyectos la formación integral de los estudiantes, es bajo este tipo de proyectos que los estudiantes pueden poner en práctica en ambientes reales los conocimientos adquiridos en el aula.

La ejecución del proyecto ha demostrado cómo la colaboración entre la academia y la comunidad puede generar impactos significativos en la competitividad, a través de la capacitación y la mejora continua. Por un lado, se fomenta el desarrollo profesional de los estudiantes al enfrentarlos a desafíos prácticos mediante su participación en capacitaciones sobre atención al cliente, gestión operativa en el manejo y manipulación de alimentos y bebidas, y comunicación asertiva. Por otro lado, se beneficia directamente a los propietarios de los negocios del patio de comidas del mercado Jatuk Cem, en el cantón Cotacachi, quienes actualizan sus conocimientos para mejorar sus competencias y capacidades en hospitalidad, fortaleciendo de esta manera la oferta turística y gastronómica del cantón y la provincia.

Este tipo de proyectos fortalecen el concepto del enfoque interdisciplinario de la academia a través de los proyectos integradores. Este tipo de proyectos proyecta a los estudiantes no solo aplicar competencias técnicas, sino que también ha desarrollar habilidades sociales, como el trabajo en equipo y la empatía, a entender no solo las necesidades y perspectivas de los propietarios de los negocios de alimentos y bebidas del patio de comidas del mercado Jatuk Cem. Y a su vez el patio de comidas del mercado Jatuk Cem, se transforma en un laboratorio práctico, donde los procesos de enseñanza y aprendizaje contribuyen al desarrollo económico y social de Cotacachi.

En conclusión, este proyecto permite evidenciar cómo los proyectos de vinculación propuestos desde los establecimientos de la educación superior se convierten en un puente efectivo para abordar problemáticas locales, al tiempo que enriquecen el perfil de egreso de los futuros profesionales, preparándolos para liderar cambios positivos en la sociedad.

REFERENCIAS

- Bermúdez, R., Pentón, A., & Márquez, G. (2022). UN CONSTRUCTO IMPRESCINDIBLE EN LA PROYECCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD: LA VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD. *Revista Pensamiento Científico Latinoamericano*.
- Bracamonte, L., & Bracamonte, G. (2023). Desarrollo Global desde una perspectiva local: importancia de la vinculación y diplomacia en las Ciencias, Educación, y Formación continua. @ Opina.
- Brito, L., Quezada, C., & Arzola, L. (2018). La universidad y la vinculación con la sociedad. Machala: UTMACH.
- Cabrera, H., & Rodríguez, B. (2021). Bases y oportunidades de la vinculación universidad-empresa. *Revista Universidad y Sociedad*.
- Cedeño et al. (2019). Las estrategias gerenciales como base fundamental para la administración en los negocios. *Universidad y sociedad*.
- Coello et al. (2020). Ejes formativos en educación superior contribuyen al fortalecimiento del proyecto investigativo turístico del destino Sucre. *Horizontes*.
- Falcones, A. (2023). Vinculación con la comunidad, desde la percepción de servidores turísticos de la comunidad la Chorrera, Cantón Pedernales. *Revista de investigación*.
- García, R., & Sánchez, R. (2020). Hacia una agenda social de las universidades latinoamericanas del siglo xxi. *Revista de la Educación Superior RESU*.
- Grupo Banco Mundial. (25 de marzo de 2024). Grupo banco mundial. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/education/overview#:~:text=La%20educaci%C3%B3n%20es%20un%20derecho,la%20paz%20y%20la%20estabilidad>.
- Heredia, A. (noviembre de 2023). <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/36002>. Obtenido de GESTIÓN DE ATRACCIÓN Y SELECCIÓN DE PERSONAL PARA PROCESOS MASIVOS DE CARGOS OPERATIVOS, DESDE EL ENFOQUE POR COMPETENCIAS EN LA EMPRESA BM GROUP.
- Manzo et al. (2022). La vinculación con la sociedad y la calidad del servicio turístico en San Mateo, Ecuador. *RefCalE*.

- Pita et al. (2020). Incidencia de los proyectos de vinculación con la sociedad y su contribución a la educación de los estudiantes. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*.
- Robles, J., Navarro, D., & García, B. (2012). *Hacia una reforma del Sistema Educativo Nacional*. México: UNAM.
- Rodríguez, Y. (2021). Metodología para la evaluación del impacto de la capacitación en organizaciones de información científica tecnológica. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*.
- Seáñez, Z., & Guadarrama, V. (2021). La vinculación social universitaria: un camino hacia la pertinencia social. *Emerging Trends in Education*.
- Simbaña, H., & Correa, L. (2016). La vinculación con la sociedad en el Ecuador: Reflexiones sobre su itinerario curricular. *vinculos*.
- UNESCO, O. (2020). *Investigación y vínculo con la sociedad en universidades de América Latina*. CILAC FORO ABIERTO DE CIENCIAS LATINOAMERICA Y CARIBE.
- Vera et al. (2023). La vinculación con la sociedad y el turismo, una relación impostergable. *EBSCO Revista de Investigación*.
- Vera, I., Alvarado, S., & Gutiérrez, K. (2020). Eficacia de los proyectos de vinculación con la sociedad de la Universidad Laica Eloy. *RECUS*.