



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA**

CARRERA DE MERCADOTECNIA

TEMA:

Análisis de las estrategias de marketing utilizadas por los escritores esmeraldeños para la promoción de sus obras literarias.

AUTORA:

Acosta Pinargote Dayanna Teresa

Componente práctico del examen complejo previo a la obtención del grado de Ingeniera en Marketing.

REVISOR

Samaniego López, Jaime Moisés

Guayaquil, Ecuador

19 abril del 2023

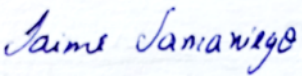


UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

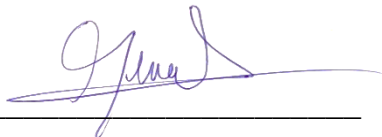
CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Acosta Pinargote Dayanna Teresa**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Marketing**.

REVISOR

f. 
Samaniego López, Jaime Moisés

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. 
Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Econ.

Guayaquil, a los 19 días del mes de abril del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Acosta Pinargote Dayanna Teresa**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen **Complexivo, Análisis de las estrategias de marketing utilizadas por los escritores esmeraldeños para la promoción de sus obras literarias**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 19 días del mes de abril del año 2023

LA AUTORA

f. 
Acosta Pinargote Dayanna Teresa



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, **Acosta Pinargote Dayanna Teresa**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen Complexivo, Análisis de las estrategias de marketing utilizadas por los escritores esmeraldeños para la promoción de sus obras literarias**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 días del mes de abril del año 2023

LA AUTORA:

f. 





Acosta Pinargote Dayanna Teresa

REPORTE URKUND

Document Information

Analyzed document	ENSAYO DAYANNA ACOSTA.doc (D184235690)
Submitted	2023-04-17 17:24:00
Submitted by	
Submitter email	jaime.samariego@cu.ucsg.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	jaime.samariego.ucsg@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	TESIS CON IND.docx Document TESIS CON IND.docx (D15053523)	 2
SA	Pesla Afroecuatoriana_proyecto-2.docx Document Pesla Afroecuatoriana_proyecto-2.docx (D108194866)	 1
W	URL: https://www.redalyc.org/journal/695/69559233029/html/ Fetched: 2021-07-04 17:05:23	 1
SA	Stefannie Hidrobo_ensayo_Urkund.docx Document Stefannie Hidrobo_ensayo_Urkund.docx (D112132634)	 1
W	URL: https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/278 Fetched: 2022-05-26 06:52:02	 1
W	URL: http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10997/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000523.pdf?sequence=1 Fetched: 2022-03-24 18:54:03	 1
SA	entrega 22 agosto 2021 .pdf Document entrega 22 agosto 2021 .pdf (D111580678)	 2
SA	Stefannie Hidrobo_ensayo_Urkund4.docx Document Stefannie Hidrobo_ensayo_Urkund4.docx (D112151560)	 1

Entire Document

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA

CARRERA DE MERCADOTECNIA

TEMA:

ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING UTILIZADAS POR LOS ESCRITORES ESMERALDEÑOS PARA LA PROMOCION DE SUS OBRAS LITERARIAS

AUTORA:

ACOSTA PINARGOTE DAYANNA TERESA

Componente práctico del examen complejo previo a la obtención del grado de Ingeniería en Marketing.

<https://secure.orkund.com/view/157158730-815395-2782286/document?tab=findings>

1/31

Jaime Samariego

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme las fuerzas para recorrer este camino y llegar con éxito a la meta.

Agradezco a mi madre por su lucha constante para sacarnos adelante y ayudarnos a convertirnos en personas de bien.

Agradezco a mi amada Sonja, mi abuela preciosa que siempre ha tenido fe en mis propósitos y es un estímulo para seguir adelante.

Agradezco a cada uno de mis seres queridos, familiares y amigos que han sido apoyo y fortaleza, en los momentos y dificultades atravesados durante este recorrido.

A ti, amor mío, que desde el silencio y la dulzura has sabido entender mis momentos difíciles, ser paz, apoyo y soporte.

Gracias a todos.

DEDICATORIA

A esa Dayannita de 18 años, es posible caer y levantarse, es posible llegar a la meta y superar el dolor. Contra todo pronóstico, aquí estamos.

A mi Dante, la luz de mis ojos, espero ser un ejemplo a seguir en muchos aspectos y que el amor que me llena de ti sea la guía para seguir esforzándome por brillar juntos.

Mi dulce tormenta de verano, te dedico un poco de lo que soy, porque me acompañas cada día con tu amor.

Así como no hay límite de tiempo para lograrlo; no hay barreras que te detengan.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. *Jaime Samaniego*
Ing. Jaime Moisés Samaniego López, PhD.

REVISOR

f. *Glenda*
Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. *Jaime Samaniego*
Ing. Jaime Moisés Samaniego López, PhD.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE

RESUMEN	XI
1. INTRODUCCIÓN	2
2. Marco Contextual.....	5
1.1. MARCO TEORICO.....	5
Identidad	5
Arte	6
Cultura	7
Cultura Esmeraldeña	8
Cultura literaria	8
Promoción cultural.....	10
Promoción cultural en Esmeraldas.....	11
Literatura	11
Literatura afro ecuatoriana o negroide	12
Escritor	14
Escritores Esmeraldeños reconocidos	15
Obra inédita	16
Blogs literarios.....	17
Derechos de autor.....	18
Branding de escritores	19
Marketing Mix enfocado a escritores.....	20
Posicionamiento SEO como estrategia de comunicación.....	21
Fidelización de lectores	22
1.2. MARCO REFERENCIAL.....	24
Producción y Promoción Editorial	24
Desarrollo Artístico Literario	25

Gestión Cultural	26
Marketing Personal aplicado a escritores noveles	27
Marketing editorial	29
Estrategias de Marketing Editorial	30
Valorización social de la literatura local	31
Historiografía de la literatura en Esmeraldas	33
3. Análisis Estratégico Situacional	35
4. ANALISIS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	38
4.1. Metodología.....	38
Tipo de investigación.....	38
Fuentes de información.	39
Tipos de datos	39
Herramientas de investigación.....	40
Muestra.....	40
Perfil de aplicación investigación cualitativa.	41
4.3. Resultados.....	51
Análisis de las entrevistas a profundidad aplicadas.	51
Resultados relevantes	52
4.4. Estrategias de marketing del sector	53
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
5.1. Conclusiones	56
5.2. Recomendaciones	57
6. ANEXOS.....	58
REFERENCIAS.....	59

RESUMEN

Este estudio nace de la creciente necesidad de los escritores esmeraldeños por promocionar sus obras en el mercado editorial y hacerse un lugar como exponentes literarios, además, frente a las problemáticas actuales para llevar a cabo los procesos de producción y promoción de las mismas. El objetivo de la investigación es identificar y analizar las estrategias que utilizan los escritores esmeraldeños para promocionar sus obras de manera local y nacional.

Mediante a la investigación descriptiva y exploratoria, aplicando entrevistas a escritores y gestores culturales inmersos en la problemática expuesta, se han logrado identificar las falencias que dificultan las posibilidades de publicación y las estrategias planteadas por los diferentes organismos gubernamentales para incentivar la producción cultural, contrario a lo expresado por los escritores, de quienes se ha logrado inferir estrategias que utilizan según sus medios de alcance y conocimiento, además de lograr identificar las principales carencias del sistema editorial local, a las que se enfrentan para incursionar en el mercado literario actual.

Palabras Claves:

Escritores esmeraldeños, literatura afro, promoción editorial, producción editorial, estrategias de marketing, literatura esmeraldeña

ABSTRACT

This study is born from the growing need of Esmeraldas's writers to promote their works in the publishing market and make a place as literary exponents, also, facing up the current problems to carry out their production and promotion processes. The objective of the research is to identify and analyze the strategies used by Esmeralda's writers to promote their works locally and nationally.

Through descriptive and exploratory research, applying interviews to writers and cultural managers immersed in the exposed problems, it has been possible to identify the shortcomings that hinder the possibilities of publication and the strategies proposed by the different government agencies to encourage cultural production, contrary to what was expressed by the writers, from whom it has been possible to infer strategies that they use according to their means of reach and knowledge, in addition to being able to identify the main shortcomings of the local editorial system, which they face to enter the current literary market.

Key Words:

Esmeraldas's writers, afro literatura, editorial promotion, editorial production, marketing strategies, Esmeraldas's literature.

1. INTRODUCCIÓN

Desde el principio de la historia, en todo el mundo se han utilizado gran variedad de recursos para expresar las ideas, emociones y pensamientos del ser humano. Ecuador ha sido reconocido como una de las bases para el crecimiento artístico y cultural del continente americano, aunque según cita Arcos (2006) a nivel global la literatura latinoamericana específicamente la ecuatoriana es desconocida en países europeos.

A nivel nacional la literatura ha sido una práctica social que ha acompañado el desarrollo histórico y cultural de los pueblos, de esta manera las manifestaciones literarias se han convertido en el reflejo del sentir y las vivencias de cada cultura, expresando las costumbres, los sentimientos, el amor por la Tierra, entre otros.

Esmeraldas, siendo el hogar de la marimba, patrimonio cultural inmaterial de la humanidad ha parido a grandes escritores, entonces, ¿por qué quedar grabada en los anales de la historia solo con música si puede también hacerlo con tinta?

Al ser Esmeraldas el lugar de origen de varias tradiciones culturales y cuna de grandes escritores que han llevado a otro nivel la literatura afro, se ha logrado llamar la atención de fundaciones e instituciones internacionales que pudieron interesarse en sus escritos y pusieron en evidencia la existencia de escritores y obras de calidad originarias de la provincia y basadas en las costumbres e historias ancestrales de la cultura afro ecuatoriana (Goycochea, 2021).

Por años la literatura negroide ha brindado un inmenso aporte al desarrollo musical de los artistas nacionales, aunque de quienes han llevado a cabo esta inclusión, no todos se han visto visibilizados en el entorno artístico ecuatoriano.

En el ámbito local existe muy poco apoyo a los artistas nuevos y muy poco interés para el desarrollo de la cultura literaria esmeraldeña.

Así mismo, muchos de ellos recurren a opciones como editoriales independientes, publicaciones pagadas, concursos literarios, revistas universitarias y publicaciones en periódicos locales para tratar de dar a conocer el fruto de su trabajo creativo.

La cultura afro-ecuatoriana fortalece su identidad día a día, aunque sus tradiciones se mantengan vivas su gente se actualiza con el tiempo, es por ello que el aporte literario de la misma es importante ya que ayuda a preservar intactas las huellas de cada etapa que atraviesa la cultura afro y permite hacer un análisis significativo de su evolución (Palomo, 2022).

En general, los escritores esmeraldeños jóvenes que intentan dar a conocer sus escritos y obras inéditas se topan con dificultades en ello, y prefieren mantenerlos en el anonimato, ya que usualmente no se encuentra formas accesibles para darse a conocer o promocionarse como escritor en el medio local, es este uno de los motivos por los que la literatura Esmeraldeña por muchos años se mantuvo en decadencia.

La Casa de la Cultura “Benjamín Carrión” Núcleo de Esmeraldas es la principal entidad que cuenta con medios y recursos para impulsar la publicación escrita de obras literarias esmeraldeñas. Pero existen falencias significativas por parte de la misma para exhortar y apoyar a nuevos escritores a publicar sus obras.

Los escritores noveles recurren a plataformas virtuales, redes sociales y blogs anónimos para dar a conocer sus obras, siendo poco probable que estas lleguen más allá de las pantallas, además de que en la red no siempre se protegen los derechos de autor.

Al enfrentarse a estas falencias en la industria editorial local, es necesario para los escritores desarrollar estrategias de marketing personal que les ayuden a posicionar su marca personal en el sector artístico y así, empleando las técnicas de marketing editorial, lograr fidelizar lectores en un medio en que el constante avance tecnológico vuelve al consumidor más exigente y distante.

Ante esta creciente incertidumbre y necesidad artística, se pueden establecer preguntas que impulsan este estudio, tales como:

- ¿De qué manera se puede fomentar la producción y promoción editorial de los escritores Esmeraldeños?
- ¿Cuál es la mejor estrategia para impulsar el desarrollo literario de los escritores locales de Esmeraldas en función a su aporte histórico y cultural?

Es por ello que esta investigación plantea como objetivo general: Identificar y analizar las estrategias de marketing utilizadas por los escritores esmeraldeños, para promover la producción editorial de sus obras.

Así mismo, este objetivo solo puede conseguirse si se procede a lograr los objetivos específicos establecidos:

- Establecer las bases teóricas en las que se ha documentado el conocimiento de la identidad y promoción cultural Esmeraldeña.
- Determinar los factores que influyen en el desarrollo literario de los escritores Esmeraldeños.
- Describir las estrategias de promoción editorial a las que tienen acceso los escritores esmeraldeños.
- Analizar las técnicas de marketing utilizadas por los escritores y los efectos de estas, para el posicionamiento de sus obras en el mercado literario.

2. Marco Contextual

1.1. MARCO TEORICO

Identidad

La identidad, puede referirse como la inalterabilidad del ser, basado en rasgos y características que permiten la identificación del individuo y su correspondencia con sus pares.

En su estudio, Ballesteros et al. (2018), manifiestan que “la identidad refleja la esencia de cada ser humano, sus características propias, lo que es, lo que cree, aquellas convicciones que lo distinguen de los demás, y que se evidencian en la forma de proceder” (p.2). Sin embargo, esta se presenta también de manera social al compartir ideologías, principios, intereses, y emociones con grupos afines.

Por su parte, Olave (2020), en su estudio refiere que la identidad suele considerarse un elemento subjetivo, de carácter simbólico, naciente de la interacción con el entorno. Es decir, proviene de la conjunción entre el yo y la sociedad, siendo necesaria la intervención del entorno y la comunidad para identificarnos como personas tanto como miembros de una comunidad.

De modo similar, se puede mencionar que la identidad suele revelarse como la propia comprensión de quiénes somos y quiénes son los demás, y en respuesta, la comprensión que tienen los demás sobre nosotros y nuestro proceder. Es decir, la forma en que nos mostramos ante quienes nos rodean, y la percepción que genera sobre los rasgos característicos que influyen sobre nuestra auto identificación (Del Prete y Rendón, 2020).

Teniendo como punto de partida las expresiones de estos autores, se concibe la identidad como la percepción personal de rasgos, características, gustos, acciones y costumbres arraigadas en el ser, mismos que le permiten autodefinirse y generar sentido de pertenencia con su entorno y espacio; así mismo le permiten generar el sentido de pertenencia social, aceptación y autodeterminación con base en sus acciones y las de sus pares.

Arte

Aristóteles definió el arte como “una acción a partir de la cual el ser humano crea una realidad antes inexistente”.

Etimológicamente el término “arte” procede del latín *ars*, y es el equivalente al término griego *τέχνη*, mismo del que proviene la palabra “técnica”. En principio este se aplicaba a toda producción o conocimiento desarrollados por el hombre (Hernández, 2020).

Así mismo, Heidegger y Ramos (2021), enuncian el arte como un conjunto de disciplinas y capacidades que posee el ser humano, que parten de un conjunto de criterios, reglas y técnicas determinados; mismos que enmarcan finalidades estéticas, comunicativas y simbólicas, mediante a las cuales se expresan ideas y emociones a través de diversos recursos sensoriales.

De esta manera, se puede comprender que el arte está constituido por una extensa amalgama de manifestaciones y disciplinas artísticas. Heidegger y Ramos (2021), señalan las bellas artes y las artes aplicadas como las disciplinas más distintivas del arte. Entre lo que conocemos como bellas artes se encuentran: pintura, escultura, artes escénicas, literatura e incluso la arquitectura ha sido una disciplina artística desde la antigüedad.

Paralelamente, se afirma que la presencia impositiva del arte en cada ámbito del desarrollo social responde innegablemente al estímulo personal y a la necesidad colectiva del ser humano de satisfacer, valga la redundancia, necesidades estéticas, visuales y emocionales que impulsan el enriquecimiento espiritual y el sosiego personal a partir de la recreación artística en sus diferentes formas de interpretación (Some, 2019).

A su vez, Brito (2018), menciona que “en el arte se halla una herramienta que beneficia la salud mental y mejora el bienestar en general, siempre y cuando se la incluya de forma prioritaria e inclusiva en las políticas nacionales y/o locales”. Es así que, como seres pertenecientes a un grupo social, se infiere que el arte permite sensibilizar las emociones del individuo, proporcionando un mayor acercamiento con las cosas que nos representan como seres y los elementos que nos dan identidad. El arte facilita percibir e interpretar a la sociedad de forma más personal y comprometida pues simpatiza al individuo con el mundo en un nivel de pertenencia superior.

Cultura

Proveniente de la raíz etimológica “*cultūra*”, el término cultura se considera polisémico, pues tiene una amplia variedad de definiciones interrelacionadas.

Según teorías acuñadas por Romero-Arcaya & Arévalo-Chuchuca en 2019, se puede definir la cultura como “el conjunto de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluidos los medios materiales que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver necesidades de todo tipo”.

Mientras Cortés, en su estudio de 2021 preserva el concepto de cultura como “la excelencia en el gusto por las bellas artes y las humanidades, también conocida como alta cultura”.

Sin embargo, Hernando (2021), manifiesta que la cultura está directamente asociada con el efecto de cultivar o practicar algo, siendo vista desde los proyectos de modernidad como una dimensión de la vida humana mediante a uso de símbolos y herramientas para llevar a la praxis los conocimientos de una teoría.

Como señala Grimson (2020), la descripción de cultura ha sido evidente en los principales autores de antropología decimonónica, cuyo principal interés está basado en la búsqueda implacable de los motivos que dirigieron a pueblos, grupos sociales y comunidades a comportarse de diversos modos preestablecidos, haciendo trascender costumbres culturales antiquísimas. Es así que entre las teorías etnográficas señaladas por Grimson destaca la teoría de Tylor, quien cita que la cultura es:

“...aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre.” (Tylor, 1995: 29).

Finalmente, se entiende como cultura todo aquello constituido por las costumbres, creencias y conocimientos del ser humano, mismos arraigados en su ser desde la antigüedad y guiados por el sentido de heredad que une a los pueblos. Se tiene a bien, la cultura como el suministro de conocimientos del alma, pues enmarca todo lo relativo a la forma de pensar, sentir y comportarse de un individuo.

Cultura Esmeraldeña

Esmeraldas, la provincia verde, con sus espectaculares paisajes de playa, bosque y mangle es una de las provincias que gozan de mayor diversidad cultural y natural. Esta provincia que comparte frontera occidental con el Océano Pacífico y frontera norte con Colombia, celebra cada 20 de noviembre su creación como la octava provincia del país, misma que se dio en 1847 (Guano, 2019).

Evidentemente, Esmeraldas posee una de las mayores riquezas culturales e históricas del país, es así que ha sido la cuna de grandes íconos musicales que han llevado más allá de sus fronteras la exaltación cultural de esta provincia, una de estas destacadas figuras es Guillermo Ayovi, “Papá Roncón”, quien es considerado una leyenda viviente y ha representado una innegable influencia para el desarrollo de la cultura artística histórica esmeraldeña (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015).

Es necesario sostener que, uno de los principales pilares culturales y de reconocimiento ancestral de Esmeraldas es la Marimba, misma que La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) declaró en el año 2015 como patrimonio inmaterial de la humanidad. Este ritmo tradicional incrustado en los principios de la cultura Afro, cuyos cantos y bailes son característicos de la provincia mantienen vigente sus manifestaciones culturales (Corozo, Ojeda y Del Rocío, 2023).

Pero no solo la marimba es el único exponente cultural artístico de Esmeraldas, también existe una amplia inclinación hacia la literatura, sobre todo la poesía y poesía negroide. En esta provincia donde reina el mestizaje racial y cultural, se observa un perseverante crecimiento de la cultura literaria, misma que en su exacerbado ímpetu de visualización ha brindado al país y al mundo grandes expositores literarios, poetas, novelistas y oradores que han elevado más allá de las fronteras nacionales el reconocimiento de las tradiciones ancestrales, costumbres y características de su pueblo (Prado, 2021).

Cultura literaria

Según Reyes y Batista (2019), “la cultura literaria es sustantiva como vía para la propagación de los diversos campos promocionales de la cultura al considerarse

fundamento de reflexión ante los distintos temas, géneros, autores, y manifestaciones que abarcan la literatura.”

En este sentido, se comprende que la cultura literaria va desde la observación, exploración y análisis de una obra literaria, hasta sus principios más intrincados como son la concepción, creación, divulgación, producción y promoción editorial. El sentido de la cultura literaria va del hecho de ser lector, funcionando como receptores críticos, hacia el momento del nacimiento de la idea primitiva para la creación de una obra, pasando por el inexorable momento de ser actor de lo que se lee e imagina.

Dentro de este marco, Reyes y Batista también expresan que “la creación artística y literaria es una producción compleja, original y personal” y esto puede tomarse como cierto, pues si bien una obra puede degenerar en un amplio estudio de la personalidad del autor, sus matices cognoscitivos, el desarrollo de sus capacidades; está constituida por los sentimientos, emociones e intenciones del autor, permitiendo inferir los elementos y temáticas que intervienen en sus desarrollo así como los enfoques y personalidades que forman parte de un determinado periodo temporo espacial.

A través de la promoción literario-cultural, se llega a intensificar el sentido de cultura literaria, puesto que, en aras de visibilizar el desarrollo social e intelectual de este grupo de individuos y comunidades, se generan acciones para sustentar estas demandas contextuales. Es este el punto de partida para llegar a la apreciación de distintos géneros literarios, pues se le atribuye el desarrollo de habilidades literarias mediante a la lecto-escritura e interpretación de textos (Guallichico, 2022).

Dicho de otro modo, la finalidad principal de la cultura literaria está basada en tres formas básicas de conocimiento literario; Informativa, cognitiva y literaria recreativa. Los ejes que son asimilados por el individuo parten de las teorías de la lectura que brinda la estética de recepción, misma que faculta el aprendizaje y por consiguiente se fundamenta en el análisis de la experiencia literaria y el efecto de una obra en el esquema referencial educativo, así como del conocimiento previo de la temática, estilo y contrastes de redacción (Moreno, 2020).

Promoción cultural

La promoción cultural se encarga de tutelar, desarrollar y promover el arte, y patrimonio de una cultura o sector social. Como concepto general se identifica como promoción cultural todo lo comprendido dentro de las labores de creación, promoción, publicidad, venta personal, *merchandising* y relaciones públicas, direccionadas impulsar el conocimiento público de un producto o concepto artístico y cultural sea este tangible o no (Souto, Pérez & Hernández, 2021).

En cuanto a términos de mercado la promoción cultural utiliza códigos equivalentes a los que maneja la promoción comercial, pero se distingue por las características particulares del producto artístico cultural que promueve, ya que el arte y sus ramificaciones generan composiciones simbólicas subjetivas en el consumido (Vargas-Pineda y López-Hernández, 2020).

La promoción posiciona a los artistas en el mercado comercial, presenta su producto artístico al público y genera demanda sobre el mismo, legitimando de esta manera la existencia de la obra de su creador (Martel, 2019). Según Martel, al llevar a cabo la actividad de promover se acerca el arte al público, permitiéndole desentrañar en su identidad social el sentido artístico, puesto que “la obra artística nace del impulso personal de crear, pero culmina en la contemplación y asimilación social.”

En esta perspectiva, Ballesteros, et al (2018), indica que “la promoción incluye acciones de creación, investigación, comercialización, producción de bienes culturales, para rescatar y revitalizar aquellas doctrinas que se han heredado y que perduren a través del tiempo.”

El acercamiento del arte como producto acerca a los habitantes a su cultura, permitiéndoles apreciarla y que se mantenga en su historia social, de esta manera se divisa la necesidad de generar estrategias de promoción que permitan la conservación artística y cultural, influyendo en las audiencias el sentido excepcionalidad sobre lo expuesto (Céspedes, 2020)

Promoción cultural en Esmeraldas

Habiendo contextualizado bases teóricas acerca de lo que se conoce como Promoción cultural y como Cultura Esmeraldeña, es necesario acercarse al ámbito local e identificar los métodos y conocimientos activos en el ámbito esmeraldeño para llevar a cabo una adecuada promoción artística y cultural.

Anualmente Esmeraldas se ve desbordada en expresiones culturales, artísticas y demostración de costumbres ancestrales en sus características festividades tanto de cantonización como de provincialización. La música, danza y festivales gastronómicos son temáticas principales de dichas celebraciones orientadas a promover las expresiones artísticas de carácter musical y similares (Dávila, 2022).

De esta manera. Ballesteros (2018), cita respecto a la Casa de la Cultura “Benjamín Carrión” Núcleo de Esmeraldas, que “en cumplimiento de La Ley Orgánica de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”, Capítulo 1, Naturaleza Jurídica, Autonomía y Fines; Art. 3, literal a) hasta la l); el Núcleo de Esmeraldas tiene la obligación de atender y cumplir con muchas metas, tanto en el orden, cultural, social, científico, difundir y apoyar el arte y la cultura a lo largo y ancho de la provincia.”

A nivel provincial, no existen mayores manifestaciones de promoción cultural literaria perennes en la anatomía social de los esmeraldeños. Si bien, en años anteriores se llevaban a cabo festivales reconocidos a nivel nacional e internacional, que permitían al pueblo afro la expresión de sus raíces negras y el enorgullecimiento por sus tradiciones ancestrales, en los últimos años estos festivales no solo han disminuido sino que se han visto afectados por cierto descuido de los dirigentes culturales hacia el sector artístico local, sobre todo en el área literaria, puesto que la mayor parte de los artistas de danza y música tradicional se decantan por la maravillosa marimba, los escritores al no encontrar fuentes de promoción literaria se ven relegados e invisibilizados en medio de este desborde de talento nativo.

Literatura

La Real Academia Española describe la literatura como el arte de la expresión verbal, es decir que se sirve del uso de la palabra, ya sea de forma oral o escrita.

La literatura es reflejo descriptivo de una sociedad, su tiempo y espacio; designando también a las producciones literarias de una época, género o estilo. El concepto de literatura está sujeto a dos consideraciones distintas: la primera en que es una aglomeración subjetiva de toda producción literaria, mientras la segunda manifiesta la necesidad de que la obra literaria contenga un evidente valor estético e intelectual (Pedraja, Rodríguez & Labraña, 2022).

No cabe duda que, la literatura es considerada una de las Bellas Artes, y a su vez es considerada una de las más antiguas formas de expresión pues se caracteriza por su “expresión verbal” y su uso del lenguaje, diferenciándose del lenguaje cotidiano por la búsqueda de la belleza, la reflexión interna del autor y el sentido de ritmo que guía gran parte de composiciones literarias (Álvarez, 2019).

Aunque la literatura basa su crecimiento en el constante estudio de sí misma, Juárez (2019) considera necesario destacar la existencia de literatura no solo vinculada al arte sino orientada al establecimiento, análisis y documentación de textos y saberes orientados a todas las ramas del conocimiento humano.

De acuerdo con esto, Barthes considera que la literatura no es un compendio de obras relacionadas a un tema o categoría intelectual, sino que la describe como una forma directa del reconocimiento de las capacidades del individuo y su entorno para desenvolverse en el desarrollo de prácticas de escritura. De este modo la literatura convoca tres efectos indiscutibles sobre el desarrollo de la lengua: el primero, el emplazamiento de saberes; el segundo, el reconocimiento de los mismos y su representación; y el tercero, interpretación y manejo de los signos mediante a la semiosis (Castañeda, Tur & Torres, 2019).

La principal fuente de base de estudio y desarrollo de la literatura puede considerarse “La Teoría Literaria”, misma que se fundamenta en tratar de definir específicamente el concepto de literatura, y se ve ampliamente contradicha a sí misma por las históricas afirmaciones de que la literatura es demasiado rica y por ende no puede ser encerrada en un concepto plano y finito (Chico, 2020).

Literatura afro ecuatoriana o negroide

La literatura afro ecuatoriana centra su esencia en la inmortalización, mediante a la escritura, de la cultura negra. Esta se caracteriza por ser aguerrida, expresar el

enojo de las culturas negras y por la sed de justicia con que los escritores negros se han valido de la pluma para expresar la intransigencia con que la sociedad ha desmerecido su rol y aporte cultural (López, 2019).

En la dispersa geografía literaria de América Latina y el Caribe, la literatura negroide, de tema negro o evocada a la negritud se pretende como la rama de comunicación entre lo humano, lo estético y la identidad del negro; al mismo tiempo que fomenta la ruptura de lo convencional, también integra recursos y formas en las que se representa el acto de integración e interpretación de la ascendencia africana presente en América (Bay, 2020).

El principal exponente de la literatura negroide es como a bien se tiene, la poesía negroide, misma que evoca el recuerdo ancestral, las costumbres tradicionales presentes en la cultura contemporánea, y la transforma en versificaciones y cantos conformando en su existencia literaria las particularidades semántico-poéticas que conceptualizan la identidad poética-cultural (De Sales, 2020).

Las expresiones de los autores negros llegan a manifestar con verdadero énfasis, de manera crítica y humanamente social, las aversiones personales y los niveles cualitativos de la cultura afro-ecuatoriana en la creación cultural.

Las principales características destacables de la poesía negroide son (Gascón, 2020):

- Presencia del misticismo, acciones profanas y símbolos sagrados de la cultura negra en la poesía dicha o cantada.
- Ritmo, cadencia y musicalidad en la expresión poética.
- Evocación racial y tradicional mediante al expresivo acento del negro americano.
- Representación del lenguaje y lo poético mediante a la relación entre etnia, historia poesía y sociedad.
- Intencionalidad del autor, basado en el uso de la estructura poética para la liberación social, racial y humana del negro.

Escritor

Un escritor es alguien que utiliza el lenguaje escrito para comunicar ideas o historias. La escritura puede tomar muchas formas, incluyendo ficción, no ficción, poesía y periodismo. La definición de escritor puede variar según el contexto, como si escriben profesionalmente o como pasatiempo (Araújo, 2023).

Uno de los aspectos principales de la definición de un escritor es que usa el lenguaje escrito para comunicar ideas o historias. La escritura es una forma de expresión que permite a las personas compartir sus pensamientos y sentimientos con los demás. Esto puede tomar muchas formas diferentes, como novelas, cuentos, ensayos e incluso publicaciones en redes sociales. Los escritores tienen la capacidad de crear mundos y personajes completos usando solo palabras, lo que los convierte en algunos de los comunicadores más poderosos del mundo (Vanegas y Vanegas, 2019).

Otro aspecto importante de la definición de un escritor es la variedad de formas diferentes que puede tomar la escritura, según Pineda (2019). Los escritores de ficción crean mundos y personajes completos que existen solo en su imaginación, mientras que los escritores de no ficción comparten su conocimiento y experiencia sobre un tema en particular. Los poetas usan el lenguaje para crear imágenes hermosas y evocadoras, mientras que los periodistas informan sobre eventos actuales y brindan información valiosa al público. Cada una de estas formas de escritura requiere un conjunto diferente de habilidades y técnicas, pero todas comparten el objetivo común de comunicar ideas e historias a los demás (Pineda, 2019).

Finalmente, la definición de un escritor puede variar según el contexto en el que escribe. Algunos escritores pueden escribir de manera profesional, como parte de su trabajo o carrera, mientras que otros pueden escribir como pasatiempo o para la realización personal. Los escritores profesionales pueden trabajar en una variedad de industrias, desde publicaciones y periodismo hasta publicidad y relaciones públicas. Los escritores aficionados pueden escribir para su propio disfrute, para compartir con amigos y familiares o para participar en comunidades de escritura en línea. Independientemente del contexto, sin embargo, todos los escritores comparten la pasión por escribir y el deseo de comunicarse con los demás a través de sus palabras, los escritores juegan un papel importante en la configuración de nuestra cultura y en compartir nuestras historias con el mundo.

Escritores Esmeraldeños reconocidos

- Nelson Estupiñán Bass: ícono esmeraldeño y ecuatoriano de la literatura, fue narrador, poeta, periodista, ensayista y diplomático; su obra, caracterizada por retratar las condiciones de vida y tradiciones del pueblo afro-ecuatoriano, posicionó la literatura esmeraldeña en uno de los más altos ediles a nivel nacional e internacional (Lewis, 2021).
- Adalberto Ortiz: Ganador del Premio Eugenio Espejo en 1996, es uno de los mayores referentes literarios para la posteridad. Con su significativa literatura no solo hizo grandes aportes en la lucha por la preservación de la identidad afro sino por los derechos humanos y la libertad de expresión (Cuji, 2021).
- Antonio Preciado Bedoya: Poeta y catedrático, llegó a ocupar cargos diplomáticos de alta índole como Primer Ministro de Cultura del Ecuador, fue Embajador de Ecuador en Nicaragua, Ex miembro del Comité Ejecutivo de la UNESCO. Su obra que traspasó las fronteras del idioma y llegó a traducirse al inglés y francés le ha permitido consagrarse como uno de los grandes poetas de América y ha llevado en alto el nombre de Esmeraldas y de Ecuador en festivales de poesía en Europa, África, y diversos países de América (Handelsman, 2019).
- José Sosa Castillo: Poeta y ex presidente de la Casa de la Cultura Núcleo de Esmeraldas. Sus poemas han sido merecedores de premios nacionales e internacionales. Ha publicado varios libros de poemas. Ha obtenido Premios, Menciones y condecoraciones por su obra literaria (Vargas, 2020).
- Luz Argentina Chiriboga: escritora, narradora, ensayista, novelista, genealogista, ecologista, lingüista y poetisa poseedora de un estilo de escritura exuberante, abundante en descripciones y comprometida con la vida, las mujeres y su pueblo. Miembro de diversas organizaciones artísticas y culturales ecuatorianas. Ha llevado su obra como exponente femenino literario a diversidad de países y continentes (Carbajal, 2020).
- Adalinda Zamora: Fue la primera escritora ecuatoriana de corte literario, destacándose las siguientes obras como: 'Mutilados', 'Un negro, una negra y varias concheras', 'Mágica', 'Golpe de las Piedras', 'Un sueño nada más' e 'Íntimo'. Destacada en el ámbito literario, educativo y social. Desde los 14

años fue maestra rural en Quinindé, luego en su ciudad en varias escuelas (Prado, 2021).

Obra inédita

Una obra inédita puede ser cualquier cosa, desde el primer borrador de una novela hasta una canción que nunca se grabó. También puede ser un cuadro que nunca se expuso o una obra de teatro que nunca se representó. En el caso de las obras escritas, una obra inédita puede ser un manuscrito, un mecanografiado o incluso un borrador. En el caso de las composiciones musicales, una obra inédita puede ser una partitura que nunca se interpretó ni se grabó. Otras formas de obra inédita son las fotografías, las películas y las obras de arte (Salazar, 2019).

De esta manera, para Aguirre (2019), las obras inéditas son importantes por varias razones. Ofrecen una visión del proceso creativo de artistas, escritores y otros creadores. También pueden ser una valiosa fuente de información para investigadores, historiadores y estudiosos. Las obras inéditas pueden arrojar luz sobre la vida personal y artística de sus creadores, proporcionando una comprensión más profunda de su obra y su legado.

Para algunos creadores, las obras inéditas pueden ser un tesoro de ideas y creatividad. Pueden servir de fuente de inspiración para futuros proyectos, y también pueden ser la base de nuevas obras. En algunos casos, se han descubierto obras inéditas mucho tiempo después de la muerte del creador, lo que ha dado lugar a un renovado interés por su trabajo y a una nueva apreciación de su legado.

A su vez, Gómez (2020), explica que las obras inéditas pueden tener un impacto significativo en los autores y en la industria editorial. Para los autores, las obras inéditas pueden ser un activo valioso. Pueden servir para suscitar interés por su obra y forjar su reputación como escritores. Para los editores, las obras inéditas pueden ser una fuente de ingresos. Pueden publicarse a título póstumo, lo que supone una nueva fuente de ingresos para el editor y el patrimonio del creador.

Las obras inéditas también pueden influir en el canon literario. Pueden cuestionar la visión tradicional de la obra de un autor, aportando una nueva perspectiva sobre su legado. En algunos casos, se han publicado obras inéditas, lo que ha llevado a una

reevaluación de la obra del autor y a una nueva comprensión de su importancia literaria (San Juan, 2019).

Por esta razón, trabajar con obras inéditas puede plantear consideraciones éticas. Es importante respetar los deseos del creador y asegurarse de que su obra se trata con cuidado y respeto. En algunos casos, los creadores pueden haber dejado instrucciones para sus obras inéditas, como si deben publicarse o destruirse. Es importante seguir estas instrucciones y pedir permiso al patrimonio del creador antes de publicar o utilizar obras inéditas (Valdivia, 2020).

Las obras inéditas ofrecen una visión única del proceso creativo y de la vida de artistas y escritores. Pueden ser una valiosa fuente de información para investigadores, historiadores y estudiosos, así como una fuente de inspiración para futuras obras. Aunque acceder a obras inéditas y descubrirlas puede resultar complicado, ofrecen una visión del proceso creativo que resulta fascinante y gratificante. A medida que la tecnología siga avanzando, es probable que el futuro de las obras inéditas esté marcado por nuevas formas de expresión creativa, que ofrezcan nuevas oportunidades a artistas y escritores para compartir su trabajo con el mundo.

Blogs literarios

Los blogs literarios se han convertido en una plataforma popular para que escritores, amantes de los libros y entusiastas de la literatura expresen sus pensamientos, compartan su trabajo y se conecten con personas de ideas afines. En esta era digital, los blogs literarios sirven de espacio para que los lectores exploren el mundo de la literatura, descubran nuevos autores y participen en debates significativos (Guillen, 2022).

En igualdad de circunstancias, Regueiro (2029), considera que los blogs literarios ofrecen numerosas ventajas tanto a los lectores como a los escritores. Como lector, los blogs literarios ofrecen una plataforma para descubrir nuevos autores y libros que de otro modo no habrías conocido. Estos blogs también brindan un espacio para compartir pensamientos y opiniones con personas de ideas afines, fomentando un sentimiento de comunidad y conexión.

Para los escritores, los blogs literarios pueden desempeñar un papel crucial en la promoción de su obra, la construcción de su marca y la conexión con los lectores. A través de los blogs literarios, los escritores pueden compartir sus ideas sobre el proceso de escritura, ofrecer sugerencias y consejos a los aspirantes a escritores y conectar con posibles lectores. Además, los blogs literarios pueden servir de plataforma para que los escritores muestren su trabajo, ya sea a través de reseñas de libros, entrevistas a autores o artículos de escritura creativa (Olaizola, 2020).

Derechos de autor

Para SanJúan (2019), los derechos de autor son una poderosa herramienta que permite a los autores proteger sus obras creativas contra el robo o el uso indebido. Se trata de un concepto jurídico que otorga al creador de una obra original derechos exclusivos para distribuirla, copiarla y obtener beneficios de ella. Para los autores, los derechos de autor son un activo valioso que les permite rentabilizar sus esfuerzos creativos y garantizar que su trabajo sea tratado con respeto. Pero los derechos de autor también tienen un impacto más amplio en la sociedad, ya que contribuyen a fomentar la innovación y la creatividad al tiempo que salvaguardan los intereses de los creadores (García, 2018).

En concordancia con ello, se afirma que los derechos de autor son protecciones legales concedidas a autores y creadores. Proporcionan derechos exclusivos para distribuir, copiar y obtener beneficios de obras creativas. Los derechos de autor son importantes porque permiten a los autores controlar cómo se utiliza su obra y obtener beneficios de ella. Sin la protección de los derechos de autor, los autores no tendrían control sobre su obra y no podrían beneficiarse de ella (Vega, 2021).

De allí que, la idea de los derechos de autor se remonta al siglo XV, cuando se inventó la imprenta. La primera ley de derechos de autor se aprobó en Inglaterra en 1710, y el concepto se extendió a otros países en los siglos siguientes. Desde entonces, la ley de derechos de autor ha evolucionado al ritmo de los cambios tecnológicos y de las formas de producción y distribución de las obras creativas (Versi, 2019).

La protección de los derechos de autor ofrece varias ventajas a los autores. Les permite controlar cómo se utiliza su obra y beneficiarse de ella. Los derechos de autor también fomentan la creatividad y la innovación al ofrecer a los creadores un

incentivo para producir obras nuevas y originales. Además, la protección de los derechos de autor ofrece recursos legales a los autores cuyas obras son robadas o utilizadas indebidamente (Saiz, 2019).

Por esta razón, el uso justo pretende equilibrar los derechos de los titulares de los derechos de autor con el interés del público en acceder y utilizar obras creativas. Algunos ejemplos de uso legítimo son la crítica, el comentario, la información periodística, la enseñanza, la erudición y la investigación. Sin embargo, el uso legítimo es un concepto jurídico complejo, y determinar si un uso concreto es legítimo puede resultar difícil. Al proteger su trabajo, los autores pueden garantizar que sus esfuerzos creativos sean respetados y recompensados (López, López y Rodríguez, 2019).

Branding de escritores

El branding de escritores se refiere a la creación y gestión de la marca personal de un escritor. Consiste en establecer una imagen coherente y reconocible que represente al escritor y su obra, y que le permita destacar en un mercado cada vez más competitivo (Heras, Guerrero & Espinosa, 2019).

Se considera que el branding de escritores se enfoca en la creación de una identidad única y diferenciada, que permita al escritor destacar entre la multitud de autores existentes. Para ello, es necesario definir los valores y principios que definen al escritor, así como su estilo de escritura y su público objetivo.

Es preciso considerar que la creación de una marca personal implica la utilización de diferentes herramientas y estrategias de marketing, como la creación de un sitio web o blog, la utilización de las redes sociales, la participación en eventos literarios y la colaboración con otros escritores o medios (Gómez, Rubio & Pineda, 2019).

Además, según lo argumentado por Bunn (2020), el branding de escritores también implica la creación de una imagen coherente y reconocible, que se refleje en la portada de los libros, en el diseño de la página web, en la elección de las fotografías y en la forma en que el escritor se presenta en público.

En definitiva, el branding de escritores es una herramienta clave para destacar en un mercado cada vez más competitivo y para establecer una relación más cercana

y personalizada con los lectores. Al crear una marca personal sólida y coherente, el escritor puede generar una mayor visibilidad, credibilidad y fidelidad hacia su obra.

Marketing Mix enfocado a escritores

El Marketing Mix es una herramienta fundamental para cualquier empresa o negocio que quiera tener éxito en el mercado (Marcial, 2021). Sin embargo, también puede ser aplicado a escritores que buscan promocionar sus obras y llegar a un público más amplio.

El Marketing Mix se compone de cuatro elementos clave: Producto, Precio, Promoción y Distribución. Por lo mencionado es necesario realizar un análisis de cada uno de ellos y su aplicación al mundo de la escritura partiendo de los conceptos expuestos por Marcial en su estudio.

- **Producto:** El producto en este caso son los libros escritos por el autor. Es importante que el autor tenga en cuenta el género literario en el que se enfoca y el público al que va dirigido su libro. Además, es fundamental que el contenido del libro sea de calidad y atractivo para el lector.
- **Precio:** El precio del libro es un factor importante que puede influir en la decisión de compra del lector. Es necesario que el autor tenga en cuenta el precio de los libros de la competencia y establezca un precio justo y competitivo para su obra.
- **Promoción:** La promoción es el elemento más importante del Marketing Mix para los escritores. Es necesario que el autor promocioe su obra a través de diferentes canales como redes sociales, blogs, entrevistas, presentaciones en librerías, entre otros. Además, es importante que el autor tenga una página web o blog donde pueda promocionar su obra y mantener a sus lectores informados sobre sus próximos proyectos.
- **Distribución:** La distribución es el último elemento del Marketing Mix y se refiere a cómo el autor va a hacer llegar su obra al público. Es necesario que el autor tenga en cuenta las diferentes opciones de distribución como librerías, plataformas digitales, ferias del libro, entre otros.

En conclusión, se infiere que el Marketing Mix es una herramienta fundamental para los escritores que quieren promocionar sus obras y llegar a un público más amplio. Es importante que el autor tenga en cuenta cada uno de los elementos del Marketing Mix y lo aplique de manera estratégica para lograr el éxito en el mercado literario.

Posicionamiento SEO como estrategia de comunicación

El posicionamiento SEO es una estrategia de comunicación que puede ser muy efectiva para generar interés de los lectores en las obras de un escritor. “El SEO (Search Engine Optimization) se refiere a las técnicas utilizadas para mejorar la visibilidad y el posicionamiento de un sitio web o contenido en los resultados de búsqueda de los motores de búsqueda como Google” (Barreno, 2023).

A continuación, se describen algunas razones por las cuales el posicionamiento SEO puede ser una estrategia efectiva para generar interés de los lectores:

- **Aumenta la visibilidad:** El posicionamiento SEO puede ayudar a que el sitio web del escritor o el contenido relacionado con su obra aparezca en los primeros resultados de búsqueda de los motores de búsqueda. Esto aumenta la visibilidad de la obra y hace que sea más fácil para los lectores encontrarla.
- **Genera confianza:** Los lectores suelen confiar en los resultados de búsqueda de los motores de búsqueda. Si la obra de un escritor aparece en los primeros resultados de búsqueda, los lectores pueden sentir que es más confiable y de mayor calidad.
- **Atrae tráfico de calidad:** El posicionamiento SEO puede atraer tráfico de calidad a la página web del escritor o al contenido relacionado con su obra. Esto significa que los lectores que llegan a la página web a través de los resultados de búsqueda son más propensos a estar interesados en la obra del escritor y en comprar sus libros.
- **Mejora la experiencia del usuario:** El posicionamiento SEO también puede mejorar la experiencia del usuario en el sitio web del escritor. Si el sitio web está optimizado para SEO, los lectores pueden encontrar fácilmente la

información que están buscando y navegar por el sitio web de manera más eficiente.

Ante lo expuesto se considera que, el posicionamiento SEO puede ser una estrategia efectiva para generar interés de los lectores en las obras de un escritor. Al aumentar la visibilidad, generar confianza, atraer tráfico de calidad y mejorar la experiencia del usuario, el posicionamiento SEO puede ayudar a que los lectores descubran y se interesen en la obra del escritor.

Fidelización de lectores

La fidelización de lectores es una de las principales preocupaciones que tienen los propietarios de blogs y medios digitales. Lograr que los lectores se identifiquen con el contenido y se mantengan fieles a su marca es clave para el éxito de cualquier negocio en línea. (Sharán, 2019). En la actualidad, el marketing de causas sociales es una estrategia efectiva para fidelizar a tus lectores mientras contribuye a una buena causa.

Según explica Ramírez (2021), fidelizar al cliente es una práctica común en el área del marketing. Una estrategia efectiva es apelar al lado emocional del público, especialmente de aquellos que son lectores fieles. Los consumidores están buscando marcas que se preocupen por el bienestar social y el medio ambiente. Por lo tanto, es crucial que las marcas brinden información clara sobre las causas que apoyan y cómo contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas. Esto no solo crea una conexión emocional con los lectores fieles, sino que también puede atraer a nuevos consumidores que están buscando una marca comprometida con valores humanitarios y sociales.

Fidelizar al cliente es fundamental en el mundo del marketing editorial. Uno de los aspectos que ha demostrado ser efectivo para lograr la fidelización de lectores es el marketing de causas sociales. Al asociar la marca con una causa social y promover valores humanos se puede crear un fuerte vínculo emocional con el público. Esto no solo genera confianza y lealtad en los consumidores, sino que también ayuda a difundir la causa y contribuir a la sociedad (Delgado, Vásquez y Castro, 2019).

En general, fidelizar al cliente a través del marketing de causas sociales es una estrategia efectiva que puede generar impactos positivos para la sociedad y para la

marca. En cuanto a la fidelización de los lectores y el uso de la estrategia planteada pueden derivarse las siguientes consideraciones:

- La fidelización de lectores a través del marketing de causas sociales puede fortalecer la relación con los clientes y aumentar su lealtad a largo plazo.
- La incorporación de valores éticos por parte de una empresa puede ayudar a generar una comunidad de lectores comprometidos y aumentar su interacción en las redes sociales.
- Las prácticas de responsabilidad social corporativa pueden ayudar a fortalecer la lealtad de los lectores, quienes valoran el compromiso de los escritores en temas sociales.
- Las campañas de marketing que se enfocan en causas sociales deben ser auténticas y coherentes con los valores y propósitos de la empresa para generar un impacto positivo en los lectores y fortalecer su vínculo con la marca.

Al mismo tiempo, es importante destacar que el marketing de causas sociales debe ser auténtico y no solo un medio para impulsar ventas. Los consumidores de hoy en día valoran la responsabilidad social corporativa y pueden detectar cuando una empresa está intentando aprovecharse de una causa sin ofrecer una verdadera contribución. Por tanto, fidelizar al cliente mediante el marketing de causas sociales requiere de una estrategia bien pensada y de un compromiso real con la causa en cuestión.

En conclusión, es importante que las empresas comprendan el valor que la ética y la responsabilidad social tienen en la construcción de una comunidad comprometida de lectores y seguidores. Las prácticas coherentes con los valores y propósitos de una empresa pueden fortalecer su lealtad a largo plazo y generar interacción en las redes sociales. Sin embargo, es importante que las campañas de marketing centradas en causas sociales sean auténticas y relevantes, para tener un impacto positivo en los lectores y fortalecer su vínculo con la marca. Al abrazar prácticas éticas y responsables, las empresas pueden construir una comunidad más sólida y participativa.

1.2. MARCO REFERENCIAL

Producción y Promoción Editorial

La promoción y producción editorial es el proceso de producción y promoción de libros, revistas, periódicos, audiolibros, productos y servicios de música y visión. Incluye cualquier forma de publicación desde la puesta en marcha y contratación hasta la producción, publicidad y mercadeo de libros (Repiso, Merino y Cabezas, 2021).

En la industria editorial literaria, los escritores, editores y agentes colaboran juntos para crear una nueva obra literaria. Una vez que se completa la escritura, el editor promocionará el trabajo a través de campañas de marketing y relaciones públicas, solicitud de reseñas, eventos y presentaciones en persona, y muchas otras actividades (Garone, 2020).

En ese sentido, se afirma que, la producción es una parte integral de este proceso e involucra actividades como la corrección de pruebas y la edición, el concepto del diseño, los programas de producción, la impresión y la encuadernación, junto con la creación de versiones electrónicas del libro. Los procesos de producción se han vuelto más eficientes y rentables a lo largo de los años, lo que los hace más fáciles de administrar y reduce el tiempo de comercialización (Taberero, Colón, Sampérez & Campos, 2022).

La tarea más importante del editor es garantizar el costo de producción más bajo con un producto de la más alta calidad, explican Coppari y Vigna (2019). También deben asegurarse de que el producto se entregue a tiempo y cumpla con las expectativas del autor. La producción editorial y la promoción son fundamentales para el éxito de cualquier publicación. Sin los esfuerzos de un editor, las obras literarias no estarían tan disponibles y los autores y lectores se verían privados de la oportunidad de compartir sus historias e imaginaciones con el mundo (Viteri, Ocampo, Alfonso y Carballo, 2023).

Dados los hechos, evidentemente, publicar un libro puede ser una tarea apasionante y su vez desalentadora, sobre todo si es la primera vez que escribe. Puede que el autor haya puesto todo su corazón y su alma en el manuscrito, pero conseguir que se publique y promocione es una tarea totalmente distinta. En esta era digital, existen innumerables recursos y herramientas que le ayudarán a producir y promocionar su libro como un profesional. Desde el formato y el diseño

hasta el marketing y la promoción, todos los aspectos del proceso editorial requieren una cuidadosa atención al detalle.

Preparar el libro para su publicación implica formatearlo correctamente y asegurarse de que cumple los requisitos de la plataforma de publicación elegida. Si se prepara el libro adecuadamente para la publicación, se podrá evitar cualquier problema durante el proceso de publicación y garantizar que el libro esté disponible para los lectores. Pero incluso el libro mejor preparado no se venderá si no lo promociona eficazmente (Ortiz y Arrieta, 2020).

Ortiz y Arrieta además consideran que el marketing y la publicidad son aspectos esenciales de la promoción de un libro. Cada autor necesitará una estrategia para que el libro llegue a los lectores y genere ventas. Crear una plataforma de autor es esencial si quiere promocionarlo con eficacia.

Desarrollo Artístico Literario

El desarrollo de las artes y la literatura es una de las partes más bellas que conforman una sociedad. Es una manifestación de la identidad cultural de una nación y su pueblo, de sus valores y conocimientos. Es la base de la cultura y una parte integral de cualquier sociedad. Permite a las personas expresarse creativamente y expresar sus puntos de vista e ideas de manera significativa. El desarrollo literario y artístico también puede ayudar a promover el diálogo intercultural y abrir las puertas a la colaboración y el intercambio cultural (Salazar, 2019).

En particular, la literatura juega un papel fundamental en el enriquecimiento social y educativo de cada tribu y cultura. Tiene el poder de unir los valores colectivos de una comunidad y concienciar a quienes los rodean, al mismo tiempo que educa a quienes no lo saben (Neira y Martin, 2020).

A su vez, se afirma que, la literatura también tiene la capacidad de influir e informar varios aspectos de la vida. Se puede usar para expresar sentimientos, creencias e ideas de una manera creativa y única que podría marcar una diferencia en la sociedad. Además, la literatura y las artes tienen el poder de informar, educar y mover a la sociedad en direcciones positivas. Contienen mensajes de lucha y descubrimiento que pueden utilizarse para alentar y motivar a las personas y las

comunidades. Además, el boom latinoamericano de la literatura ha entrelazado la cultura latina con historias universales para crear una cohesión y comprensión entre muchas culturas diferentes (Fernández y Gutiérrez, 2022).

En conclusión, el desarrollo de las artes y la literatura tiene el poder de enriquecer nuestras vidas en más formas de las que podríamos imaginar. Tienen la capacidad de unirnos, educarnos e informarnos. Es a través de las voces literarias y artísticas del mundo que se pueden compartir la perspectiva, la creatividad y las filosofías innovadoras. Apoyar la literatura y el arte puede ayudar a cerrar la brecha entre culturas, idiomas y el respeto por la diversidad. Al fomentar la literatura y el desarrollo artístico, se puede establecer una plataforma para el crecimiento, la colaboración y la comprensión. Hacer esto conducirá en última instancia a una sociedad y un mundo mejores.

Gestión Cultural

La gestión cultural es un enfoque sistemático de la vida cultural de un país, una región o una ciudad. Implica comprender cómo se expresa la cultura en una geografía determinada y desarrollar un plan para garantizar y promover la administración de los bienes culturales. Gestionar la cultura consiste en capitalizarla y ponerla en uso para el desarrollo económico, social y político. Al presentar la oportunidad de identificar y valorar el patrimonio cultural, la gestión cultural también presenta la oportunidad de crecimiento económico (Góngora, 2020).

De la misma forma, la gestión cultural requiere una comprensión de las personas y sus culturas que abarca todos los aspectos de la vida, desde el idioma, las creencias, la música y las artes visuales hasta cómo funcionan las empresas y cómo se organiza la ciudad. La gestión culturalmente sensible es importante, particularmente en el contexto de la globalización. Obliga a los gerentes a comprender las identidades, los valores y las creencias únicos de las personas y a comprender cómo se pueden integrar las diferencias culturales en el proceso de gestión (Etxebarria, 2019).

En adición a ello, se expresa que, la gestión cultural también incide en las políticas públicas, ayudando a dar continuidad y coherencia a los diferentes elementos de la cultura. Implica actividades como la gestión de la preservación, la colección, la comunicación y la protección de las artes y la cultura. Esto puede involucrar

investigar los recursos culturales existentes y documentarlos de una manera que sea consistente con su contexto cultural. También incluye esfuerzos para garantizar que los recursos culturales puedan ser fácilmente accesibles y apreciados. La gestión cultural también consiste en fomentar relaciones sólidas entre el patrimonio, el arte y el desarrollo económico (Ramírez, 2020).

Hoy, en una era donde la competencia se vuelve más intensa, la gestión cultural es un elemento crucial para acercar a una serie de culturas en un mundo globalizado. Cada vez hay más conciencia sobre la importancia de fomentar una cultura de inclusión para garantizar que los trabajadores que provienen de diferentes orígenes y culturas diversas puedan trabajar juntos en paz. La gestión cultural tiene como objetivo ayudar a crear un entorno en el que personas de diferentes ámbitos puedan trabajar juntas sin fricciones y sin estereotipos.

Marketing Personal aplicado a escritores noveles

El marketing personal es una estrategia que se está volviendo cada vez más popular entre los escritores en la era digital actual. A medida que más escritores ingresan al mercado, es importante tener una marca distintiva y promocionarse de manera efectiva para sobresalir de la competencia.

El marketing personal según Pride y Ferrel (2019), implica promocionarse a uno mismo y su trabajo a través de varios canales, incluidas las redes sociales, las redes y los blogs de invitados. Mediante la utilización efectiva de técnicas de marketing personal, los escritores pueden construir su audiencia, aumentar las ventas de libros y establecer su marca.

El marketing personal es una de las estrategias más utilizadas por los escritores para promocionarse a sí mismos y su trabajo. Uno de los aspectos más importantes del marketing personal es crear una marca que sea única y atractiva para los lectores. Esto se puede hacer desarrollando un estilo de escritura distinto, creando un sitio web de autor y estableciendo una presencia en las plataformas de redes sociales. Al hacerlo, los escritores pueden crear una imagen reconocible que los ayudará a sobresalir en un mercado abarrotado (Parra & Irlles, 2022).

Además de crear una marca, los escritores también pueden usar técnicas de marketing personal para establecerse como expertos en su campo. Esto se puede

hacer escribiendo publicaciones de blog sobre temas relacionados con sus libros, participando en entrevistas y hablando en eventos. Al establecerse como expertos, los escritores pueden ganarse la confianza de su público y aumentar su credibilidad.

Según lo explica Cadena (2023), la creación de redes es otro aspecto importante del marketing personal para los escritores. Esto implica asistir a eventos como firmas de libros, festivales literarios y conferencias de escritura, donde los escritores pueden conocer a otros profesionales de la industria y entablar relaciones. Mediante la creación de redes, los escritores pueden aumentar su visibilidad y, potencialmente, obtener nuevas oportunidades.

Algunos ejemplos de técnicas de marketing personal para escritores incluyen la promoción en las redes sociales, la creación de redes y los blogs de invitados. Mediante el uso de plataformas como Twitter, Facebook e Instagram, los escritores pueden compartir actualizaciones sobre sus libros, interactuar con los lectores y crear su audiencia.

Para Luque (2021) es importante destacar que los blogs invitados también son una técnica de marketing personal eficaz para los escritores. Al escribir publicaciones de invitados para otros blogs o sitios web, los escritores pueden llegar a una nueva audiencia y promocionar su trabajo entre lectores que tal vez no hayan oído hablar de ellos antes. Esto puede ayudar a aumentar su visibilidad y construir su audiencia.

El marketing personal eficaz puede ayudar a los escritores a construir su audiencia, aumentar las ventas de libros y establecer su marca. Al promocionarse a sí mismos y a su trabajo de manera efectiva, los escritores pueden atraer a nuevos lectores y crear una base de seguidores leales.

Además de aumentar su audiencia y aumentar las ventas de libros, el marketing personal también puede ayudar a los escritores a establecer su marca. Al crear una marca única y promocionarse de manera efectiva, los escritores pueden distinguirse de la competencia y establecerse como expertos en su campo. Esto puede ayudar a aumentar su credibilidad y generar potencialmente nuevas oportunidades.

En conclusión, el marketing personal es una estrategia vital para que los escritores se promocionen a sí mismos y a su trabajo en la era digital actual. Al crear una marca única, utilizar las redes sociales, las redes y los blogs de invitados, los

escritores pueden aumentar su audiencia, aumentar las ventas de libros y establecer su marca. A medida que la industria editorial se vuelve cada vez más competitiva, el marketing personal se vuelve más importante que nunca para que los escritores se destaquen y tengan éxito.

Marketing editorial

En el mundo actual, el marketing ha evolucionado para convertirse en algo más que publicidad tradicional. Con el auge de los medios digitales, ahora existen varias formas de marketing que las marcas pueden utilizar para llegar a su público objetivo. Una de estas formas es el marketing editorial, que implica la creación de contenido informativo o de entretenimiento, al mismo tiempo que se promociona un producto o servicio.

El marketing editorial como lo ve Pates (2021), es un enfoque de marketing estratégico que tiene como objetivo proporcionar a los clientes potenciales contenido valioso y relevante mientras promocionar un producto o servicio. El contenido creado no se centra únicamente en promocionar el producto, sino que ofrece valor más allá de la publicidad. A menudo se usa para generar conciencia de marca, confianza y lealtad mediante la creación de contenido que resuena con el público objetivo. Esta estrategia de marketing permite a las marcas establecerse como líderes de opinión en su industria al mostrar su experiencia y conocimiento.

Identificar el público objetivo es el primer paso para crear una campaña de marketing editorial exitosa. Esto implica comprender la demografía y los intereses del público objetivo. Al identificar la audiencia objetivo, las empresas pueden adaptar su contenido para satisfacer las necesidades y preferencias de la audiencia. Elegir temas relevantes también es crucial en el marketing editorial. Los temas deben ser informativos y atractivos para el lector. Es importante utilizar un lenguaje que sea fácil de entender y evitar las expresiones que puedan alienar a la audiencia (Moro & Fernández, (2020).

Estrategias de Marketing Editorial

En la actualidad, el marketing editorial se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas que buscan generar contenido de calidad y relevante para su público objetivo. Las estrategias de marketing editorial son técnicas y tácticas que se utilizan para planificar, crear, distribuir y promocionar el contenido editorial con el objetivo de atraer y fidelizar a los lectores (Pates, 2021).

Una de las principales ventajas de las estrategias de marketing editorial es que permiten a las empresas generar contenido de calidad y relevante para su público objetivo. Esto se traduce en una mayor visibilidad, tráfico y engagement en el sitio web o blog de la empresa. Las estrategias de marketing editorial también permiten a las empresas establecer una relación más cercana y personalizada con sus lectores, lo que puede generar una mayor lealtad y fidelidad hacia la marca (Gómez & Hellín, 2019).

Entre las estrategias de marketing editorial más utilizadas se encuentran la creación de contenido de calidad, la utilización de las redes sociales, la creación de una comunidad, la oferta de contenido exclusivo, la optimización para motores de búsqueda, las colaboraciones y la oferta de promociones y descuentos.

La creación de contenido de calidad es fundamental para atraer y fidelizar a los lectores. El contenido debe ser interesante, relevante y de calidad para captar la atención del público y fidelizarlo. Además, la utilización de las redes sociales es una herramienta clave para difundir el contenido editorial y llegar a un público más amplio. Las redes sociales permiten a las empresas llegar a su público objetivo de manera más efectiva y personalizada (Calderón, 2020).

La creación de una comunidad en torno al contenido editorial puede generar un mayor compromiso y fidelidad por parte de los lectores. Fomentar la participación de los lectores y crear una comunidad en torno al contenido editorial puede generar un mayor compromiso y fidelidad. Ofrecer contenido exclusivo a los suscriptores o seguidores puede ser una estrategia efectiva para fidelizarlos y aumentar la lealtad hacia la marca. Además, la optimización del contenido para motores de búsqueda puede aumentar la visibilidad y el tráfico hacia el sitio web. Las colaboraciones con otros medios o influencers pueden ser una estrategia efectiva para aumentar la visibilidad del contenido editorial y llegar a un público más amplio.

Algunas estrategias específicas que se puede resaltar de lo expresado por Solé & Campo (2023) son:

- Conocer al público objetivo: Es fundamental conocer a quién va dirigido el contenido editorial para poder adaptarlo a sus necesidades y preferencias.
- Crear contenido de calidad: El contenido editorial debe ser interesante, relevante y de calidad para captar la atención del público y fidelizarlo.
- Utilizar las redes sociales: Las redes sociales son una herramienta clave para difundir el contenido editorial y llegar a un público más amplio.
- Crear una comunidad: Fomentar la participación de los lectores y crear una comunidad en torno al contenido editorial puede generar un mayor compromiso y fidelidad.
- Ofrecer contenido exclusivo: Ofrecer contenido exclusivo a los suscriptores o seguidores puede ser una estrategia efectiva para fidelizarlos y aumentar la lealtad hacia la marca.
- Utilizar técnicas de SEO: Optimizar el contenido editorial para los motores de búsqueda puede aumentar la visibilidad y el tráfico hacia el sitio web.
- Realizar colaboraciones: Colaborar con otros medios o influencers puede ser una estrategia efectiva para aumentar la visibilidad del contenido editorial y llegar a un público más amplio.
- Ofrecer promociones y descuentos: Ofrecer promociones y descuentos exclusivos a los lectores puede ser una estrategia efectiva para aumentar la fidelidad y el compromiso hacia la marca.

Valorización social de la literatura local

La literatura esmeraldeña es una parte única y vibrante del patrimonio cultural del país. Esmeraldas es el hogar de muchos autores, poetas y dramaturgos talentosos cuyas obras reflejan la historia, la cultura y las diversas perspectivas del país. A pesar de su rica tradición literaria, la literatura esmeraldeña aún no ha sido plenamente reconocida y apreciada por el resto del mundo. Por ello es importante

enfocarse en la importancia de la valorización social de la literatura esmeraldeña, examinando cómo ha aportado al país y a su gente, y qué se puede hacer para asegurar su reconocimiento continuo (Scruggs, 2021).

Tal como se mencionó antes, la literatura esmeraldeña es un tesoro cultural que se ha transmitido de generación en generación durante siglos. Es una forma única de narración y expresión, nacida de la historia y vivencias del pueblo esmeraldeño. Por ello, es importante reconocer y promover el valor social de esta cultura literaria para preservar su patrimonio. La literatura esmeraldeña puede ser una fuente importante de conocimiento y sabiduría, conectando a la sociedad con su pasado. Es un medio poderoso para expresar la identidad y valores colectivos como pueblo (Galarza, 2022).

El valor social de la literatura es innegable. Permite conocer mejor las diferentes culturas y perspectivas, explorar diferentes ideas y obtener una mejor comprensión de los valores y creencias ancestrales. La literatura esmeraldeña no es una excepción; al valorarla socialmente, no solo se logra preservar la cultura única de Esmeraldas, sino también abrir vías para el intercambio cultural y el aprendizaje. Al participar en la valorización social de la literatura esmeraldeña, se logra brindar acceso a los autores locales y sus obras a un público más amplio. Esto, a su vez, ayuda a fomentar una mayor apreciación y comprensión de la cultura y el patrimonio de Esmeraldas, al tiempo que fomenta una amplia gama de intercambios y diálogos culturales.

En una escala mayor, la valoración social de la literatura esmeraldeña ha logrado a reducir el estigma social asociado a ciertos temas o perspectivas. A través de los libros, es posible encarar temas difíciles como la desigualdad de género, la pobreza y otras injusticias sociales en un entorno seguro. Esto ayuda a crear una atmósfera de comprensión y empatía, lo que permite un diálogo abierto y posibles soluciones. En última instancia, la valoración social de la literatura esmeraldeña tiene un impacto positivo tanto en la comunidad local como en el resto del mundo, puesto que brinda oportunidades para el enriquecimiento y el intercambio cultural mientras ayuda a preservar la cultura y el patrimonio únicos de Esmeraldas (Lucero, 2022).

Es fundamental reconocer la importancia de las obras literarias en Esmeraldas. Al usar la literatura como una herramienta educativa, los jóvenes pueden aprender sobre su herencia, entablar un diálogo significativo sobre su identidad y sentido de pertenencia, y desarrollar una apreciación más profunda de su cultura. A través de

la promoción y valorización de la literatura, Esmeraldas puede asegurar que su rica historia y cultura se preserven para las generaciones futuras.

Historiografía de la literatura en Esmeraldas

La historia de la literatura esmeraldeña se remonta a mediados del siglo XIX y desde entonces ha sido una parte vibrante de la cultura latinoamericana. Se caracteriza por su naturaleza poética y romántica, adoptando muchas formas, incluidas novelas, cuentos y poesía. La literatura esmeraldeña ha evolucionado con el tiempo, pero sus temas principales siguen arraigados en la exploración del amor, las emociones humanas y la belleza natural de la provincia esmeraldeña (Marichal, 2019).

Las raíces de la literatura esmeraldeña se remontan a la época precolombina. Durante este tiempo, se escribieron, transmitieron y compartieron una variedad de obras literarias e historias entre la gente de la región. Esta tradición oral incluía elementos de la cultura africana, indígena y española, lo que dio origen a la singular literatura esmeraldeña (Iñigo, 2019). La evolución de la literatura afro en Esmeraldas se puede ver a través de los escritos de algunos de los primeros autores de la región, como Andrés Bello y José Joaquín de Olmedo. Estas obras estaban profundamente influenciadas por la experiencia africana y presentaban temas como la injusticia social y la difícil situación de los negros (Balladares, 2019).

A medida que comenzaron a surgir más escritores del área, continuaron empujando los límites de la literatura en Esmeraldas, explorando nuevos temas e ideas. Si bien es posible que sus obras no hayan recibido un reconocimiento generalizado en ese momento, jugaron un papel importante en sentar las bases de la literatura esmeraldeña tal como la conocemos hoy (Echeverría, 2022).

La era moderna de la literatura esmeraldeña comenzó a fines del siglo XIX y continuó hasta principios del siglo XXI. Durante este tiempo, los escritores comenzaron a explorar la evolución de la literatura afro, expresando su identidad de nuevas maneras. Esta literatura destacó temas de raza, cultura y religión, así como cuestiones sociales y políticas. Escritores como Nelson Estupiñán Bass y Adalberto Ortiz escribieron sobre la cultura y las experiencias esmeraldeñas, ofreciendo una perspectiva única de la historia de la provincia. Sus obras hablaban de las luchas contra la desigualdad social, la injusticia racial y otras formas de discriminación

(Cuji, 2021). Otros escritores, como Luz Argentina Chiriboga y Adalinda Zamora, se centraron en temas de empoderamiento femenino. Durante este período, muchos autores exploraron la belleza y la fuerza de su herencia cultural y crearon obras que celebraron la resiliencia de la gente de Esmeraldas (Aguar, Abeledo, & Guano, 2021).

3. Análisis Estratégico Situacional

La literatura puede considerarse como uno de los principales generadores de cultura e impacto social. Entre los diferentes sectores que generan fuentes de ingresos el sector cultural recibe una amplia visibilización y apoyo de parte del estado mediante a fondos e incentivos que contribuyen al fortalecimiento del sector.

La Ley Orgánica de Cultura indica "Art. 24.- De su conformación. Integran el Sistema Nacional de Cultura todas las instituciones del ámbito cultural que reciban fondos públicos, los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de Régimen Especial, la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, y los colectivos, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, entidades, actores y gestores de la cultura que, siendo independientes, se vinculen voluntariamente al sistema". De este modo, la distribución de recursos se realiza en función al Sistema Nacional de Cultura regido por el Ministerio de Cultura y Patrimonio.

En el Plan Estratégico Institucional para el periodo 2022 – 2025, emitido por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, se presenta la cadena de valor en la que se identifican los procesos estratégicos de la institución relacionados con el fortalecimiento de las necesidades del sector artístico y cultural.

La Ley Orgánica de Cultura (LOC), respecto a garantizar los derechos de expresión culturales expresa: «comprende el conjunto coordinado y correlacionado de normas, políticas, instrumentos, procesos, instituciones, entidades, organizaciones, colectivos e individuos que participan en actividades culturales, creativas, artísticas y patrimoniales para fortalecer la identidad nacional, la formación, protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios artísticos y culturales y, salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural para garantizar el ejercicio pleno de los derechos culturales.» (art. 23, LOC).

Basado en esta modificación de la ley surgió el Subsistema de las Artes e Innovación: encargado de las «actividades relacionadas a la formación, circulación y fomento de la creación e innovación en las artes y la cultura» (art. 102).

Los municipios y departamentos culturales municipales son las entidades encargadas de promover la producción artística y cultural de manera local basado en lo expuesto en el Plan Estratégico Institucional para el periodo 2022 – 2025.

En Esmeraldas se encuentra vigente el Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Provincia De Esmeraldas 2015 – 2025, mismo que describe la proyección de inversión sectorizada que prevé el municipio durante dicho periodo de tiempo. Es así que las consideraciones tomadas y planteadas en dicho documento a pesar de mostrar inclusión hacia los sectores de conservación patrimonial y cultural, excluyen las expresiones artísticas de creación, dejando de lado la inversión en promoción literaria (Guerrero, Rodríguez, Cabeza & Moreno, 2020).

La Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” es una institución dedicada a promover las artes y la cultura del país, incluida su literatura. Bajo el apoyo del FONCULTURA organiza varios eventos y festivales literarios a lo largo del año para promover a los autores ecuatorianos. y sus obras. Estos eventos brindan plataformas para que los escritores muestren sus talentos y se conecten con lectores, editores y otros profesionales literarios.

Según la Ley Orgánica, la Casa de la Cultura tiene las siguientes finalidades (Cayamcela, 2020):

- Orientar el desarrollo de la cultura nacional y universal, estimular su conocimiento y difundir los valores de la cultura ecuatoriana en el ámbito nacional e internacional.
- Integrar a las diversas culturas del país, en condiciones de igualdad, mediante programas e iniciativas culturales, para consolidar y fortalecer la identidad de la nación ecuatoriana.
- Fortalecer, ampliar e impulsar el pensamiento, el arte y la investigación científica, a fin de promover y difundir la riqueza diversidad cultural del país.
- Rescatar y precautelar la identidad cultural ecuatoriana, preservando sus valores.
- Defender y conformar el patrimonio histórico y cultural del Ecuador.
- Organizar centros especializados de educación cultural, científica y artística.
- Conformar corporaciones y fundaciones para el desarrollo de la cultura.

- Promover la creación de núcleos y extensiones culturales en el país, y aprobar y cooperar con los institutos creados por ecuatorianos residentes en el extranjero.
- Auspiciar la formación y especialización académica de quienes se destacaren en el cultivo de las ciencias, las artes y la cultura en general.

4. ANALISIS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

4.1. Metodología

Tipo de investigación.

Exploratoria.

La investigación exploratoria, como Hernández y Mendoza (2020) explican, se centra en el estudio de un tema u objeto que ha sido poco estudiado o desconocido, por ende, los resultados llegan a ser precursores y si bien constituyen un avance en el conocimiento de dicho tema, la recopilación de información es de principio escasa y de índole superficial.

Con base en los conocimientos que se tiene del tema y dadas las necesidades de ampliar la bibliografía existente respecto al desarrollo literario en la provincia de Esmeraldas, se utiliza la investigación exploratoria para recabar indicios sobre el manejo de la promoción y producción editorial local, como influye está en el desarrollo artístico y las estrategias que podrían aplicarse. Todo esto a través de herramienta cualitativas que permitan profundizar en el tema desde los principales implicados en dicha problemática.

Descriptiva.

Para Condori (2020), la investigación descriptiva tiene como propósito descubrir y describir el comportamiento o eje de acción de un sujeto, acontecimiento o campo de estudio, con el fin de inferir una valoración a partir de la descripción obtenida.

Por lo tanto, la finalidad de aplicar este tipo de investigación es descubrir las particularidades que intervienen de la producción literaria esmeraldeña y su influencia sobre los escritores.

Fuentes de información.

Primarias.

Las fuentes de información primarias permiten al investigador obtener información de fuentes directas, esto implica generar datos a partir de las fuentes consultadas, ya sean personas, instituciones o hechos directamente documentados (García, 2019).

Para lo fines pertinentes, se obtendrá la información de fuentes directas mediante a entrevistas a escritores esmeraldeños que han llevado a cabo la publicación de sus obras, mismos que conocen de primera mano la problemática expuesta.

Secundaria.

Las fuentes de información secundarias, como su nombre lo indica, son fuentes que aportan datos a partir de documentos e información recopilada por terceros, elaborados a partir de los hechos documentados por las fuentes primarias (García, 2019).

En este caso, la información se recopilará mediante al análisis de planes estratégicos institucionales, bibliografía relacionada con el tema de estudio, folletos, archivos, informes y estudios académicos.

Tipos de datos

Cualitativos.

Los datos cualitativos se basan en la recolección de datos no numéricos que cualifican y definen categorías de análisis no cuantificables, que sin embargo necesitan ser consideradas como parte de la investigación. Es así, que los datos cualitativos permiten explorar datos como valores, opiniones y conceptos que surgen de fuentes primarias. Además, permiten realizar un análisis profundo mediante a la selección de herramientas adecuadas para su obtención (Conejero, 2020).

Herramientas de investigación

Entrevista a profundidad

Bajo la finalidad de obtener datos detallados que permitan realizar un análisis profundo de la información se ha desarrollado un formato de entrevista para ser aplicado a escritores esmeraldeños, con la finalidad de documentar sus perspectivas ante la problemática estudiada.

Formato de entrevista a ser aplicada a escritores esmeraldeños.

1. ¿Cuál considera que es el aporte de la literatura esmeraldeña en la historia nacional?
2. ¿Cuál es el hecho que mayor impacto ha tenido en su desarrollo como escritor?
3. ¿Cómo visualiza el panorama que enfrentan los escritores para captar lectores en la actualidad?
4. ¿Usted prefiere la auto publicación o la publicación editorial?
5. ¿Cómo promociona sus obras?
6. ¿Cuáles diría usted que son las mayores dificultades a la hora de llevar sus obras al público?
7. ¿Qué opina respecto a las perspectivas y oportunidades que presenta Esmeraldas para los nuevos y futuros escritores?

Muestra

La muestra para un proceso de investigación cualitativo responde a al análisis de los sujetos más representativos de la población de estudio, en los que se aplican criterios distintos a los cuantitativos para seleccionar a los participantes (Hernández & Escobar, 2019).

Según Hernández (2021) explica “en el estudio cualitativo el tamaño de la muestra no es importante en el desarrollo probabilístico, ya que los resultados de la investigación implican profundidad de los datos”.

En este estudio el enfoque está dirigido a 6 escritores, que cumplen con el perfil de aplicación planteado por la investigación y permiten entender los factores que influyen en el tema de estudio, para dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

Para definir la cantidad de escritores a quienes se aplicaría el estudio se utilizó el muestreo de caso-tipo, que pretende enfocarse en quienes están familiarizados con el objeto de análisis y los puntos más frecuentes de dicha realidad.

Perfil de aplicación investigación cualitativa.

Dado que es fundamental documentar la experiencia de los escritores esmeraldeños, sus perspectivas y necesidades, se ha seleccionado un grupo específico de escritores con base en las siguientes características:

- Escritores esmeraldeños que hayan publicado sus obras dentro de los últimos 5 años o se encuentren en procesos de edición de la misma.
- Escritores esmeraldeños que se encuentren en el proceso de posicionamiento de sus obras o marca personal como escritores y/o gestores culturales.

4.2. Entrevistas a profundidad.

- Adolfo Ortiz

Nº	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál considera que es el aporte de la literatura esmeraldeña en la historia nacional?	La literatura Esmeraldeña ha servido para documentar la realidad afro esmeraldeña en los diferentes ámbitos sociales. También ha permitido exaltar la participación de los esmeraldeños en acontecimientos históricos de nivel nacional, de ese modo los se ha conseguido distinguir a los esmeraldeños como actores activos de la lucha libertaria nacional, entre otros acontecimientos valiosos.
2.	¿Cuál es el hecho que mayor impacto ha tenido en su desarrollo como escritor?	La influencia que la literatura tiene en las nuevas generaciones, es inspirador poder ver a niños y jóvenes identificarse con la literatura que leen y poder soñar con convertirse en escritores.
3.	¿Cómo visualiza el panorama que enfrentan los escritores para captar lectores en la actualidad?	El panorama que enfrentamos los escritores es desolador, las posibilidades que brinda el gobierno son solo de papeles para adentro, no llegan a los escritores, y cada vez se enfocan más en funciones del arte que sirvan como tributo económico que como herramientas de desarrollo social, es la razón por la que cada vez hay menos proyectos de impulso literario que realmente se apliquen a los escritores.
4.	¿Usted prefiere la auto publicación o la publicación editorial?	Me gustaría poder acceder a la publicación editorial por las herramientas que brinda, y el conocimiento que tienen estas instituciones para posicionar a los escritores en el mercado literario.
5.	¿Cómo promociona sus obras?	Lo hago mediante a auto publicación, hago uso del sello literario que cree y registré y bajo el que se encuentran todas mis obras literarias. También

		<p>organizo eventos de autor con compañeros gestores culturales para promover nuestras obras y alcanzar a más lectores.</p>
6.	<p>¿Cuáles diría usted que son las mayores dificultades a la hora de llevar sus obras al público?</p>	<p>Primero la baja estima que se tiene en general a los escritores esmeraldeños nacientes por parte de las autoridades, si no tienes un renombre ya formado no eres considerado un escritor y de ese modo se cierran las puertas para proyectos e inversión de organizaciones que tratan de promover la literatura a nivel nacional.</p> <p>Segundo, la influencia política sobre los temas culturales ha convertido a los artistas que no tomas filiaciones políticas en “rechazados”, se monopoliza los fondos enviando recursos solo a actividades que puedan promover las intenciones predispuestas por los gobiernos y se enfocan solo en ciertos sectores que generen réditos directamente identificables.</p>
7.	<p>¿Qué opina respecto a las perspectivas y oportunidades que presenta Esmeraldas para los nuevos y futuros escritores?</p>	<p>Me apena decirlo, pero si no se toma cartas en el asunto por parte de escritores nuevos o artistas de las nuevas generaciones, a futuro no va a quedar mucho más arte que lo que se considera patrimonio para exponer, las perspectivas de inversión son bajas y a nivel provincial cada vez desaparecen más los festivales poéticos o literarios, dejando en el vacío la práctica de escritura como incentivo a los estudiantes.</p>

- Carlos Villa

Nº	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál considera que es el aporte de la literatura esmeraldeña en la historia nacional?	Considero que ha repercutido y ha sido visibilizada a nivel académico, pero no ha generado una repercusión mayor que permita establecer la literatura esmeraldeña y la provincia como fuente de obras importante que influyan directamente en la historia literaria a gran escala.
2.	¿Cuál es el hecho que mayor impacto ha tenido en su desarrollo como escritor?	Ser reconocido por diferentes gestores culturales y que mi nivel de escritura sea apreciado al punto de considerarse apto para publicaciones editoriales.
3.	¿Cómo visualiza el panorama que enfrentan los escritores para captar lectores en la actualidad?	Adverso. La sociedad actual ha perdido el interés por la lectura, y conseguir la fidelización de los lectores se ha convertido en una tarea ardua para los escritores noveles, dado que no solo tienen que incurrir en la aventura de encontrar una casa editorial que quiera adoptarlos como escritores, sino además de eso encontrar un público objetivo que esté dispuesto a incursionar nuevamente en la lectura.
4.	¿Usted prefiere la auto publicación o la publicación editorial?	La publicación editorial, como autor novel existen muchas herramientas que se necesita manejar, de las cuales se desconoce por no estar totalmente empapado en el medio, por lo que considero que la experiencia editorial es un plus importante al momento de realizar la primera publicación para un autor.
5.	¿Cómo promociona sus obras?	Uso de marketing digital, mediante a redes

		sociales, blogs y publicaciones en línea; y mediante a acuerdos con influencers.
6.	¿Cuáles diría usted que son las mayores dificultades a la hora de llevar sus obras al público?	La falta de incentivo a la lectura, la dificultad de acceso a los mercados literarios bajo la exigencia del consumidor. Ya que si no son obras académicas deben ser obras que tengan el atractivo necesario para tener ventas masivas en el mercado.
7.	¿Qué opina respecto a las perspectivas y oportunidades que presenta Esmeraldas para los nuevos y futuros escritores?	Son muy bajas, pues no es solo que no hay oportunidades, sino que no existen fuentes que brinden a los autores la posibilidad de darse a conocer, no solo en el mercado local, sino que es prácticamente imposible aspirar al mercado internacional si no se cuenta con los recursos para conseguirlo de forma autónoma.

- Josefina Martínez Godoy

Nº	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál considera que es el aporte de la literatura esmeraldeña en la historia nacional?	La literatura esmeraldeña ha sido un importante aporte a la historia nacional de Ecuador, ya que ha sido una forma de expresión cultural y artística que ha permitido la difusión y preservación de la identidad de la población afrodescendiente de la provincia de Esmeraldas.
2.	¿Cuál es el hecho que mayor impacto ha tenido en su desarrollo como escritor?	El hecho que mayor impacto ha tenido en mi desarrollo como escritor es la lectura constante y variada. Leer diferentes géneros, autores y estilos literarios me permite ampliar el conocimiento y la comprensión de la estructura narrativa, la construcción de personajes, el uso del lenguaje y la

		creatividad en la escritura.
3.	¿Cómo visualiza el panorama que enfrentan los escritores para captar lectores en la actualidad?	La situación para los escritores es compleja, pues hay muy pocas oportunidades de publicar nuestras obras en el medio local, cosa que sigue siendo un gran desafío para los escritores. Con el mercado creciendo cada día más y las capacidades informativas de los lectores en aumento es necesario lograr actualizarse para llegar al público lector
4.	¿Usted prefiere la auto publicación o la publicación editorial?	A mi gusto personal la auto publicación, ya que el autor tiene mayor libertad creativa y no tiene que seguir las pautas de una editorial. Además, se puede publicar en diferentes formatos y plataformas.
5.	¿Cómo promociona sus obras?	Gracias al avance de la tecnología y las redes sociales, los escritores tenemos la oportunidad de promocionar nuestras obras de manera independiente a través de plataformas digitales, blogs, redes sociales y otros medios en línea. En mi caso esa es la manera en que ejerzo publicidad para mi obra.
6.	¿Cuáles diría usted que son las mayores dificultades a la hora de llevar sus obras al público?	Falta de apoyo local, la ciudad no tiene una comunidad literaria activa o no hay apoyo local gubernamental a los escritores, en este caso es complicado encontrar mentores, escritores o críticos literarios que contribuyan a mejorar las obras noveles.
7.	¿Qué opina respecto a las perspectivas y oportunidades que presenta Esmeraldas para los nuevos y futuros escritores?	Las oportunidades en esmeraldas para los escritores son pocas, es por eso que cada año se ve más y más escritores buscando oportunidades en otras ciudades o en casos particulares en editoriales de otros países donde se buscan un cupo no solo en el mercado sino en la aceptación literaria.

- Daniel Valencia Saavedra

Nº	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál considera que es el aporte de la literatura esmeraldeña en la historia nacional?	La literatura esmeraldeña ha abordado temas como la esclavitud, la discriminación racial, la lucha por la libertad y la igualdad, la música y la danza, la religión y la tradición oral, entre otros. Además, ha contribuido a la diversidad literaria del país y ha enriquecido el patrimonio cultural de la nación.
2.	¿Cuál es el hecho que mayor impacto ha tenido en su desarrollo como escritor?	La práctica constante de la escritura y la retroalimentación constructiva de otros escritores o lectores me ha sido fundamental para mejorar y perfeccionar el estilo y la técnica de escritura. Otro factor importante es la perseverancia y la dedicación que he puesto en mi crecimiento como escritora, ya que la escritura es un proceso que requiere tiempo, esfuerzo y disciplina para alcanzar la excelencia.
3.	¿Cómo visualiza el panorama que enfrentan los escritores para captar lectores en la actualidad?	Los escritores enfrentamos un panorama complejo para captar lectores debido a la gran cantidad de obras literarias disponibles en el mercado y la falta de oportunidades de publicación. Muchos escritores nuevos tienen dificultades para encontrar editoriales dispuestas a publicar sus obras, lo que limita su capacidad para llegar a un público más amplio.
4.	¿Usted prefiere la auto publicación o la publicación editorial?	Me ha tocado hacer uso de la auto publicación y la considero mejor antes las necesidades actuales ya que el autor tiene el control total del proceso de publicación, desde la edición hasta la portada y la promoción. Y el proceso de publicación es más rápido, ya que no hay que esperar a que una editorial apruebe el manuscrito.
5.	¿Cómo promociona sus obras?	Hago uso de redes sociales, trato de compartir en eventos culturales con gestores del medio, publico

		mis obras en blogs y páginas en línea para abarcar el público que interactúa más con la tecnología.
6.	¿Cuáles diría usted que son las mayores dificultades a la hora de llevar sus obras al público?	Las mayores dificultades son la falta de oportunidades en la ciudad. Existen muy pocos eventos de proceder literario organizados por las instituciones públicas y que acojan a todos los escritores del medio.
7.	¿Qué opina respecto a las perspectivas y oportunidades que presenta Esmeraldas para los nuevos y futuros escritores?	Existen desafíos y dificultades, pero depende no solo de los gestores y artistas sino de las nuevas autoridades dar visibilidad a la literatura esmeraldeña y proceder a darle el impulso que merece, se puede implementar la creación de infraestructura que permita mayor acceso de publicación a los escritores.

- Vitoria Panezo Ortiz

Nº	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál considera que es el aporte de la literatura esmeraldeña en la historia nacional?	
2.	¿Cuál es el hecho que mayor impacto ha tenido en su desarrollo como escritor?	La necesidad de que mi obra no quede en el olvido. He visto el reconocimiento que tras años de lucha obtuvieron muchos escritores a nivel nacional y gracias a sus obras pudieron llevar a conocer parte de su cultura local, por ende, considero importante este hecho ya que creo que también he podido aportar con mis obras a la literatura.
3.	¿Cómo visualiza el panorama que enfrentan los escritores para captar lectores en la actualidad?	Es complicado ser escritor en una ciudad como esta, se necesita invertir del propio bolsillo y aun así se tiene muy mitificado el hecho de ser escritor, no se toma en serio a los escritores autopublicados pero las

		editoriales no brindan alternativas que permitan acceder a planes de publicación con la baja economía de muchos artistas y escritores.
4.	¿Usted prefiere la auto publicación o la publicación editorial?	Ante todas las dificultades que se nos presentan día a día como escritores nuevos yo prefiero la publicación editorial, y que permite tener visibilidad y credibilidad gracias al respaldo de una editorial. Las editoriales brindan apoyo en cuanto a la edición, diseño, marketing y distribución. Las editoriales asumen los costos de promoción diseño y producción de las obras, cosa que ayuda a los escritores que no tiene los recursos suficientes para asumir el proceso.
5.	¿Cómo promociona sus obras?	Hago uso de los contactos para promocionar mis obras en eventos en vivo, asisto a simposios literarios, seminarios, cursos estudiantiles además de que con varios colegas gestores culturales producimos firmas de libro o recitales literarios con el fin de darnos a conocer y promocionar nuestra obra.
6.	¿Cuáles diría usted que son las mayores dificultades a la hora de llevar sus obras al público?	En esmeraldas se destinan muy pocos recursos a la producción y edición de obras literarias. Cada día se han perdido más los festivales en los que resalte la escritura y sus exponentes locales. Dado que no todos los escritores tienen acceso a recursos de su propio bolsillo es complicado costear los gastos de publicación que implica producir y promocionar una obra.
7.	¿Qué opina respecto a las perspectivas y oportunidades que presenta Esmeraldas para los nuevos y futuros escritores?	Como muchas otras regiones del país Esmeraldas presenta bajas perspectivas y oportunidades muy escasas para los nuevos escritores, esto dado la falta de visibilidad que recibe la literatura esmeraldeña, a pesar de la atención e importancia que merece en el ámbito nacional.

- Julio Micolta

Nº	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál considera que es el aporte de la literatura esmeraldeña en la historia nacional?	Es amplio, pone al negro como actor de grades acontecimientos de la historia y no solo como mera evidencia, pero a su vez ha sido limitante para los nuevos escritores esmeraldeños que se alejan un poco de los lineamientos negroides y por eso pierden de cierto modo el acceso a espacios de consideración como escritores.
2.	¿Cuál es el hecho que mayor impacto ha tenido en su desarrollo como escritor?	Estudiar y conocer acerca de una gran cantidad de movimientos literarios, hechos que permitieron expandir mis horizontes sobre el conocimiento de la literatura global. Permitiéndome recibir una influencia positiva en la forma en que abordo temas de opinión general básicos en el desarrollo literario de todo escritor.
3.	¿Cómo visualiza el panorama que enfrentan los escritores para captar lectores en la actualidad?	El panorama que enfrentamos es agotador, muchos no manejamos las redes ni herramientas tecnológicas, en Esmeraldas hay muy pocas posibilidades de conseguir publicitar nuestros libros y cada vez se hace más difícil acceder a mercados por la falta de presupuesto dispuesta por las autoridades locales para los fines de crecimientos de los escritores.
4.	¿Usted prefiere la auto publicación o la publicación editorial?	Considero que es mejor buscar maneras de acceder a la publicación editorial, pues las editoriales tienen experiencia en la publicación de obras exitosas y puede ayudar al autor a mejorar su obra, además de abrirle las puertas al mercado, pues tienen una red de distribución amplia ya estudiada con estrategias establecidas y puede llegar a un público más amplio.
5.	¿Cómo promociona sus obras?	Hago uso de las redes sociales. Publico fragmentos de mis escritos en Facebook, Instagram, Twitter y

		páginas que promocionan escritores. Aparte trato de mantenerme presente en eventos que sirvan promocionar literatura en el cantón.
6.	¿Cuáles diría usted que son las mayores dificultades a la hora de llevar sus obras al público?	La falta de recursos destinados a promover a los escritores genera dificultades a la hora de llevar obras esmeraldeñas al mercado editorial.
7.	¿Qué opina respecto a las perspectivas y oportunidades que presenta Esmeraldas para los nuevos y futuros escritores?	Las perspectivas a futuro son inciertas, cada vez Esmeraldas enfrenta más abandono no solo político sino social. Los artistas han sido relegados, sobre todo los escritores y las pocas oportunidades de acceder a la publicación de sus obras hace que el miedo a no ser dignos del sector literario los aleje de los intentos de publicación.

4.3. Resultados

Análisis de las entrevistas a profundidad aplicadas.

La baja producción y promoción editorial en Esmeraldas ha tenido un efecto negativo en el desarrollo de los escritores locales. En primer lugar, la falta de oportunidades para publicar y promocionar sus obras ha limitado la visibilidad de los escritores locales. En segundo lugar, la falta de incentivos y apoyo para la escritura ha llevado a una falta de interés en la literatura y la escritura entre la población local. En tercer lugar, la falta de una industria editorial sólida en la provincia ha llevado a la emigración de escritores talentosos en busca de mejores oportunidades.

La falta de editoriales en Esmeraldas es una problemática que ha afectado a la producción y difusión de la literatura en esta provincia del Ecuador. Aunque se han publicado algunos libros con temas locales, la mayoría de ellos son autoeditados y no cuentan con una distribución adecuada para llegar a un público más amplio.

Una de las principales causas de la falta de editoriales en Esmeraldas es la falta de inversión y apoyo gubernamental en el sector cultural. A menudo se destinan pocos recursos a proyectos editoriales en esta provincia, lo que hace que los escritores locales tengan dificultades para encontrar financiamiento para sus proyectos.

Otro factor que influye en la falta de editoriales es la falta de una infraestructura adecuada para la producción y distribución de libros. En Esmeraldas no existen imprentas especializadas en la producción de libros, lo que hace que los autores tengan que buscar opciones fuera de la ciudad y pagar costos más altos por la impresión y la distribución.

Además, la falta de acceso a los canales de distribución nacional e internacional hace que los escritores locales tengan dificultades para llegar a un público más amplio. Muchas veces, los libros se quedan limitados a la venta en ferias locales o en librerías del casco urbano Esmeraldeño, lo que limita su alcance y su impacto.

Es importante destacar que la falta de editoriales en Esmeraldas no solo afecta a la producción literaria, sino que también tiene un impacto en la identidad cultural de la provincia. La literatura es una forma de transmitir la cultura y las tradiciones de una comunidad, y la falta de publicaciones locales hace que estas historias y conocimientos se pierdan.

En la actualidad, es común que los escritores tengan dificultades para promocionar sus obras, en el caso de los escritores esmeraldeños, existen pocas estrategias de marketing disponibles para ellos. Esto se debe a una serie de factores, como la falta de recursos, la falta de conocimiento de marketing o la falta de acceso a redes de distribución y promoción.

Resultados relevantes

- Algunos autores han desarrollado y generado inversiones personales en sus propios sellos literarios, con el fin de llevar sus obras al público mediante a la auto publicación, esto, aunque los posiciona de cierto

modo en el mercado literario, es una dificultad creciente en un mercado del que no tienen conocimiento y solo pueden hacer uso de limitadas estrategias que conoce para publicitarse.

- En Esmeraldas el enfoque artístico y cultural se ha desvirtuado, pues, aunque el arte y la cultura negra ha sido la precursora del crecimiento artístico local, se ha monopolizado haciendo visible solo una parte del talento esmeraldeño, excluyendo indirectamente toda manifestación artística que no esté enfocada a la cultura afro.
- En la actualidad, los escritores enfrentan un panorama complejo para captar lectores debido a la gran cantidad de obras literarias disponibles en el mercado y la falta de oportunidades de publicación. Muchos escritores nuevos tienen dificultades para encontrar editoriales dispuestas a publicar sus obras, lo que limita su capacidad para llegar a un público más amplio.
- La mayoría de los escritores hacen uso de redes sociales para publicar sus obras, consideran esta una estrategia importante para llegar tanto a jóvenes lectores como a una variedad de público más amplio por los actuales alcances de la tecnología,
- Aunque muchos autores optan por la auto publicación, dada la falta de oportunidades de producción de sus obras en Esmeraldas, muchos de ellos expresan la necesidad de acceder a publicaciones del tipo editorial, no solo por la seguridad y amplitud de mercado que estas ofrecen sino por las diferentes herramientas que la oportunidad brindaría para darse a conocer en mercado más diversos y el manejo de estrategias de promoción establecidas que poseen las editoriales.

4.4. Estrategias de marketing del sector

El marketing es una parte esencial de cualquier negocio, incluida la industria de la escritura. En Ecuador, los escritores utilizan varias estrategias de

marketing para promocionar su trabajo para ganar exposición y expandir su audiencia. En este estudio, se explora tres estrategias de marketing populares utilizadas por escritores en Ecuador: marketing en redes sociales, participación en ferias del libro y eventos literarios, y colaboración con librerías y bibliotecas para organizar lecturas y firmas de libros.

El marketing en redes sociales es una estrategia popular utilizada por los escritores en el Ecuador para promocionar su obra. Con el avance de la tecnología y el uso generalizado de las plataformas de redes sociales, los escritores pueden conectarse fácilmente con su audiencia y mostrar su trabajo. Los escritores de Ecuador utilizan plataformas de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para compartir las portadas de sus libros, extractos de sus obras y enlaces a sus librerías en línea. Al hacerlo, pueden llegar a un público más amplio y aumentar su visibilidad. Además, la mayoría de estas plataformas de redes sociales permiten a los escritores crear grupos y comunidades donde pueden interactuar con sus lectores, responder a sus consultas y crear una base de seguidores leales.

Una de las estrategias de marketing más efectivas es participar en ferias de libros y eventos literarios. Estos eventos brindan una plataforma para que los editores muestren sus libros, interactúen con los lectores y establezcan contactos con otros profesionales de la industria. Participar en ferias del libro y eventos literarios es una excelente manera para que los editores lleguen a una gran audiencia de lectores potenciales. Estos eventos atraen a una amplia gama de personas, incluidos lectores ávidos, clubes de lectura, bibliotecarios y educadores. El público de las ferias del libro y los eventos literarios busca activamente nuevos libros para leer, lo que lo convierte en una oportunidad ideal para que los editores muestren sus últimos lanzamientos, títulos de la lista anterior y próximas publicaciones. Al participar en estos eventos, los editores pueden crear visibilidad para su marca y sus libros, generando interés y entusiasmo.

Por otro lado, la colaboración con librerías y bibliotecas puede proporcionar a los autores una plataforma para interactuar con los lectores en persona. Las lecturas del autor y las firmas de libros brindan a los lectores la

oportunidad de conectarse con el autor de una manera más personal. Los lectores pueden hacer preguntas sobre el libro o el proceso de escritura, y los autores pueden compartir ideas sobre su trabajo. Estos eventos brindan una oportunidad única para que los autores se conecten con su audiencia y construyan una relación con sus lectores. También es una oportunidad para que los autores promuevan su trabajo y ganen nuevos seguidores. Al colaborar con librerías y bibliotecas, los autores pueden llegar a un público más amplio y aumentar su número de lectores.

Estos eventos pueden aumentar las ventas de libros y la publicidad para el autor y la librería o biblioteca. Cuando un autor hace una lectura o firma un libro, es una oportunidad para mostrar su trabajo a lectores potenciales. Al conocer al autor en persona, es más probable que los lectores compren el libro y se conviertan en fanáticos. Además, estos eventos pueden generar publicidad para la librería o biblioteca.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La literatura esmeraldeña ha impulsado y contribuido al desarrollo de la cultura literaria nacional e internacional de manera significativa. Además, ha influido en el desarrollo de identidad y promoción cultural de la cultura Afro.
- El sector editorial en Esmeraldas enfrenta numerosos desafíos, incluidos los recursos limitados y la falta de apoyo del gobierno seccional. Mediante la colaboración con fundaciones y organizaciones comunitarias, así como la utilización de plataformas digitales, los escritores han podido llegar a audiencias más amplias, a pesar de las limitaciones locales. Sin embargo, todavía hay margen de mejora en áreas como la distribución y el marketing.
- La promoción literaria local en Esmeraldas es muy baja y no abarca todos los sectores de desarrollo educativo previstos, es necesario generar impulso participativo para que los escritores puedan acceder a estrategias de producción y promoción editorial y de esta manera dar mayor difusión a sus obras.
- Las políticas públicas no amparan ni facultan a los escritores esmeraldeños para impulsar su desarrollo artístico, si bien existen políticas públicas y leyes que rigen la producción y el incentivo al sector cultural, en Esmeraldas existe una total desorganización además de que la aplicación de dichas ordenanzas que habrían de convertirse en oportunidades para los creadores de contenido se maneja bajo el silencio administrativo.

5.2. Recomendaciones

- Es necesario que se realice una mayor inversión y apoyo tanto del gobierno como del sector privado podría ayudar al sector editorial en Esmeraldas a prosperar aún más.
- Para las instituciones encargadas de promover el desarrollo artístico y cultural, es recomendable instituir políticas de difusión y capacitación en estrategias de marketing que puedan servir a los escritores y artistas en general para llevar sus obras a más público.
- Es necesario que los artistas trabajen en el conocimiento, aplicación y desarrollo de estrategias que les permitan crear y posicionar su marca personal, con el fin de expandir el alcance de sus obras y fidelizar a los lectores con el consumo de su literatura.
- Es indispensable incentivar el crecimiento cultural y artístico local, mediante a programas educativos, en convenio con instituciones ya sea públicas o privadas, para fomentar el conocimiento, difusión preservación del arte esmeraldeño sobre todo en sus exponentes literarios.
- Es recomendable para los escritores organizar eventos de autor, ya que mediante a ellos pueden atraer nuevos clientes y aumentar el tráfico peatonal. Esto puede conducir a un aumento de las ventas de libros y la participación de la comunidad. Los eventos de autor también se pueden promocionar a través de las redes sociales y la prensa local, generando aún más publicidad para todos los involucrados.

6. ANEXOS



Fig 1. Escritor y Gestor cultural participando en programa radial.



Fig 2. Escritora Esmeraldeña participando en recital de Poesía.



Fig 3. Escritora Esmeraldeña participando en recital de Poesía.



Fig 4. Escritora Esmeraldeña participando en recital de Poesía.

REFERENCIAS

- Aguiar, E. P., Abeledo, G. G., & Guano, H. R. B. (2021). Investigación educativa en/con/sobre feminismo negro esmeraldeño. La vagina como tropo. *Revista Izquierdas*, (50), 50.
- Aguirre, L. V. (2019). Los límites de la literatura. Experimentaciones e intervenciones de literatura tropical en la escena literaria de Resistencia.
- Álvarez Gardezabal, G. A. (2019). Manual de crítica literaria.
- Araújo Branco, I. (2023). Isaac Rosa, escritor feminista y de clase: el caso de Tiza roja. Isaac Rosa, escritor feminista y de clase: el caso de Tiza roja, 159-175.
- Arcos Cabrera, C., (2006). La caja sin secreto: Dilemas y perspectivas de la literatura ecuatoriana contemporánea. *Quórum. Revista de pensamiento iberoamericano*, (14), 187-210.
- Asociación de Gestores Culturales Cataluña. (2018). Guía de buenas prácticas para los gestores culturales
- Balladares, M. A. (2019). Michael Handelsman, pionero en los estudios de la literatura afroecuatoriana (Tributo).
- Ballesteros, C., Gracia, G., Ocaña, A., & Jácome, C. (2018). Análisis de la promoción cultural como herramienta para fortalecer la identidad afro esmeraldeña. *Revista Lasallista de investigación*, 15(2), 367-377.
- Bay, C. A. (2020). Las vinculaciones entre el compromiso y las contaminaciones genéricas, la polifonía enunciativa y la intermedialidad en la poesía latinoamericana (de las vanguardias a la actualidad). *Guaraguao*, 24(63), 11-34.
- Brito Poveda, M. E. (2018). La valorización socio-espacial como recurso en el desarrollo artístico de la ciudad de Ambato (Master's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Dirección de Posgrado. Maestría en Diseño Arquitectónico).
- Bunn, B. (2020). Metodología TXM Branding aplicada à criação do Sistema de Identidade de Marca de uma plataforma colaborativa para artistas mulheres.
- Cadena Mantilla, G. O. (2023). Estrategias de marketing digital en planeación e investigación de mercados, con proyección al posicionamiento en redes sociales para el Colegio Fundación UIS.
- Calderón Quintana, A. (2020). Análisis de experiencias e impacto de la aplicación de estrategias de marketing para incrementar las ventas en empresas de servicios: revisiones sistemáticas.

- CARBAJAL, S. (2020). Literatura, raza y género: tres entrevistas a la Luz de la obra de Argentina Chiriboga. *Textos y Contextos*, (21), 109-122.
- Castañeda Quintero, L. J., Tur Ferrer, G., & Torres Kompen, R. (2019). Impacto del concepto PLE en la literatura sobre educación: la última década. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*.
- Cayamcela Engracia, K. E. (2020). Plan estratégico de comunicación para la promoción de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo del Cañar (Bachelor's thesis).
- Céspedes, V. J. N. (2020). La gestión y la promoción cultural en los municipios distritales de Lima. *Gestión en el tercer milenio*, 23(46), 65-73.
- Condori-Ojeda, P. (2020). Niveles de investigación.
- Conejero, J. C. (2020). Una aproximación a la investigación cualitativa. *Neumología Pediátrica*, 15(1), 242-244.
- Coppari, L., & Vigna, D. G. (2019). Historia reciente de las editoriales autogestionadas en Argentina. De las ferias a la web y viceversa.
- Corozo-Angulo, C. A., Ojeda-Morán, M. E., & del Rocío Panchano-Valencia, N. (2023). Patrimonio cultural inmaterial y turismo comunitario en el norte de la provincia de Esmeraldas. *Sociedad & Tecnología*, 6(1), 114-128.
- Cortés, S. A. (2021) FACULTAD DE BELLAS ARTES Y HUMANIDADES PROGRAMA LICENCIATURA EN MÚSICA PEREIRA.
- Cuji Tenesaca, R. J. (2021). La literatura afroecuatoriana de Adalberto Ortiz y el fortalecimiento de la interculturalidad (Master's thesis).
- Chico-Rico, F. (2020). Desarrollos actuales de los estudios retóricos en España: la Retórica desde la Teoría de la Literatura. *Rétor*, 10(2), 133-164.
- Dávila, L. G. V. (2022). La música de los afros esmeraldeños en la cultura del Ecuador. *Revista Cubana de Educación Superior*, 41(Especial 2), 317-333.
- de Sales, C. S. (2020). ESCRITORAS NEGRAS DIASPÓRICAS: SABERES ANCESTRAIS FEMININOS EM POÉTICA DAS ÁGUAS. [TESTE] *Revista de Ciências Humanas Caeté*, 2(3), 1-20.
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psico perspectivas*, 19(1), 86-96.
- del Pueblo, E. D. (2022). Plan estratégico institucional 2021-2025.
- Delgado, E. P. M., Vásquez, C. A., & Castro, M. F. P. (2019). El servicio post venta y la atención al cliente: estrategias de fidelización. *E-IDEA Journal of business sciences*, 1(2), 27-34.
- Echeverría, A. A. (2022). Corporalmente violentos: dos cuentos de escritoras ecuatorianas contemporáneas y de cómo volver a leer la literatura nacional. *Pucara*, 2(33).

- El Comercio. (2020). Esmeraldas conmemora 200 años de independencia con una sencilla sesión solemne. Tomado de: <https://bit.ly/3aHDJ3O>
- El Universo. (2019). La marimba, patrimonio inmaterial de la humanidad. Tomado de: <https://bit.ly/3j0qmyV>
- Esteve Guillen, A. (2022). Blogs y lectura.
- Etxebarria Etxeita, M. G. (2019). Ley de Derechos Culturales de Navarra. Una mirada desde la gestión cultural pública.
- Fernández Rodrigo, L., & Gutiérrez Ujaque, D. (2022). Promoción de la resiliencia y educación artística en centros de máxima complejidad: vínculos y orientaciones desde la literatura. *Revista complutense de educación*, 2022, vol. 33, núm. 2, p. 237-246.
- Galarza, G. (2022). DISCURSO DE INCORPORACIÓN: APUNTES SOBRE LA HISTORIA DE LA LITERATURA ECUATORIANA. *Boletín Academia Nacional de Historia*, 100(208-B), 534-552.
- García, L. S. (2018). Las invenciones generadas por inteligencia artificial y sus implicaciones para el derecho de patentes. *Informática y Derecho: Revista Iberoamericana de Derecho Informático (segunda época)*, (5), 49-84.
- García, M. A. C. (2019). Fuentes de información. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 8(15), 57-58.
- Garone Gravier, M. (2020). Los catálogos editoriales como fuentes para el estudio de la bibliografía y la historia de la edición. El caso del Fondo de Cultura Económica. *Palabra clave*, 9(2), 85-85.
- Gascón, E. L. (2020). Cultura y viaje sentimental en la poesía de Manuel Vázquez Montalbán. *Tropelías: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, (7), 188-203.
- Gómez López, A., & Hellín Ortuño, P. A. (2019). Estrategias de comunicación de las editoriales literarias de España. *Investigación bibliotecológica*, 33(80), 57-71.
- Gómez, F. (2020). La Biblioteca Ayacucho según Ángel Rama: debates, definiciones y balances. *Revista Linguagem & Ensino*, 23(1), 32-46.
- Gómez, J. D. F., del Mar Rubio-Hernández, M., & Pineda, A. (2019). Branding cultural. Una teoría aplicada a las marcas ya la publicidad. Editorial UOC.
- Góngora, C. D. L. Á. G. (2020). Trabajo comunitario: Eje esencial en la gestión cultural comunitaria. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(1), 190-200.
- Goycochea, E. E. C. (2021). Desde El Fuego Que En Mí Arde: Performance, Literatura Y Cine Afro-Latinoamericano Producidos Por Mujeres Afrodescendientes En Perú, Cuba Y Brasil (1960–2000) (Doctoral dissertation, City University of New York).

- Grimson, A. (2020). *Los límites de la cultura: crítica de las teorías de la identidad*. Siglo XXI editores.
- Guallichico Quinga, D. C. (2022). *Movimientos sociales del siglo XX en la producción literaria del Ecuador* (Bachelor's thesis, Quito: UCE).
- Guano, H. R. B. (2019). El pensar-se de la población negra y el problema del agua en esmeraldas-Ecuador. *Antropología Experimental*, (19).
- Guerrero, A. P. A., Rodríguez, J. C., Cabeza, M. R. Q., & Moreno, F. E. (2020). Planificación estratégica para el desarrollo territorial de la Provincia Esmeraldas en Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 130-147.
- Handelsman, M. (2019). *Representaciones de lo afro y su recepción en Ecuador: encuentros y desencuentros en tensión*. Editorial Abya-Yala.
- Heidegger, M., & Ramos, S. (2021). *Arte y poesía*. Fondo de cultura económica.
- Heras, M. J. E., Guerrero, M., & Espinosa, R. S. C. (2019). Jugadores, escritores e influencers en redes sociales: procesos de profesionalización entre adolescentes. *Revista latina de comunicación social*, (74), 42.
- Hernández González, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3).
- Hernández, M. Á. (2020). *El arte a contratiempo: historia, obsolescencia, estéticas migratorias* (Vol. 39). Ediciones Akal.
- Hernández-Ávila, C. E., & Escobar, N. A. C. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1 (enero-junio)), 75-79.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mcgraw-hill.
- Hernando Puig, A. (2021). *Curiositas: diseño y conceptualización de una App cultural familiar*.
- Iñigo Madrigal, L. (2019). *Historia de la literatura hispanoamericana*.
- Juárez Calvillo, M. (2019). Influencia de la formación inicial del profesorado en los hábitos lectores y en el concepto de educación literaria.
- Lewis, M. (2021). Nelson Estupiñán Bass: una introducción a sus escritos. *OJS Temporary Journal*, 5(2), 2.
- López Cepeda, A. M., López Golán, M., & Rodríguez Castro, M. (2019). Audiencias participativas en el servicio audiovisual público europeo: Producción de contenidos y derechos de autor. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación*.

- López, A. (2019). Piel negra, versos negros, ritmos negros: polirritmia, sincopamiento y antillanidad en la obra de Tato Laviera. *Intersticios de la política y la cultura. Intervenciones latinoamericanas*, 8.
- Lucero Guaigua, L. M. (2022). Estrategias de lecto-escritura como mediadoras del proceso de enseñanza aprendizaje de Lengua y Literatura en el Nivel Básico Superior (Master's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador).
- Luque Ortiz, S. (2021). Personal branding, redes sociales e influencers.
- Marcial, V. F. (2021). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 11(4), 64-78.
- Marichal, C., & Pita, A. (2019). Algunas reflexiones sobre la historia de los intelectuales/diplomáticos latinoamericanos en los siglos XIX y XX Introducción al dossier Intelectuales y diplomacia en América Latina. *Revista de historia de América*, (156), 97-123.
- Martel Huerta, M. X. (2019). Promoción Cultural: estrategias de posicionamiento en algunos países del Sudeste Asiático aprovechando la plataforma que ofrece la Alianza del Pacífico.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015). Papá Roncón: el patrimonio humano vivo con el que cuenta la marimba. Tomado de: <https://bit.ly/2CIgWbH>
- Moreno, V. (2020). Emil Volek. *Despistemes: La teoría literaria y cultural de Emil Volek. Una antología de textos*. Andrés Pérez-Simón, ed. y trad. Madrid: Verbum, 2018.
- Moro, M. S., & Fernández, J. C. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: Integración de las estrategias digitales*. ESIC Editorial.
- Neira Piñeiro, M. D. R., & Martín-Macho Harrison, A. (2020). Los futuros maestros de infantil ante la educación literaria: Análisis de sus creencias sobre la literatura infantil como recurso para el aula. *Profesorado: revista de curriculum y formación del profesorado*.
- Olaizola, A. (2020). Archivo blog, blog archivo Una lectura de No hay tal lugar, de Cristina Rivera Garza. *Revista Luthor*, (44), 1-14.
- Olave, S. (2020). Revisión del concepto de identidad profesional docente. *Revista Innova Educación*, 2(3), 378-393.
- Ortiz, J. B. D., & Arrieta, Y. D. C. E. (2020). Estrategias dirigidas a la promoción de manualidades generadas en el programa creación, recreación y producción. *Alternancia-Revista de Educación e Investigación*, 2(3), 106-120.
- Palomo Palomo, M. D. L. Á. (2022). Oralidad de la Etnia afroecuatoriana y construcción de identidad cultural (Bachelor's thesis, Quito: UCE).

- Parra, J. F., & Irlés, L. (2022). ANÁLISIS DE LOS SITIOS WEB DE LAS CASAS MUSEO EN EL CONTEXTO DEL MARKETING LITERARIO. *Journal of Cultural and Creative Industries*, 3(1), 1-17.
- Pates, G. (2021). El mercado es como la marea. Editoriales, editoras y literatura juvenil en Argentina.
- Pedraja-Rejas, L., Rodríguez-Ponce, E., & Labraña, J. (2022). ¿Qué sabemos de la cultura académica? Revisión del concepto en la literatura en educación superior. *Educação e Pesquisa*, 48.
- Pineda Botero, Á. A. (2019). El reto de la crítica: teoría y canon literario.
- Prado Gonzalez, A. F. (2021). Guía didáctica de literatura esmeraldeña dirigida a los estudiantes de bachillerato del cantón Esmeraldas (Doctoral dissertation, Universidad de las Artes).
- Prado Gonzalez, A. F. (2021). Guía didáctica de literatura esmeraldeña dirigida a los estudiantes de bachillerato del cantón Esmeraldas (Doctoral dissertation, Universidad de las Artes).
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2019). *Marketing*. Cengage Learning.
- Ramírez Zambrano, A. P. (2021). Estrategias de marketing con causa para la fidelización de los clientes de la compañía Chaide (Doctoral dissertation).
- Ramírez, M. W. (2020). Aportes de la comunicación para la difusión del patrimonio cultural. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 49-55.
- Regueiro Salgado, B. (2019). ladoncellamanca. *blogspot. com: uso del blog en la escritura creativa digital*. Ene, 11, 33.
- Repiso, R., Merino-Arribas, A., & Cabezas-Clavijo, Á. (2021). El año que nos volvimos insostenibles: Análisis de la producción española en Sustainability (2020). *Profesional de la información*, 30(4).
- Reyes, A. R., & Batista, M. B. (2018). Caracterización sociocultural de los talleres literarios Carlos Enríquez, Crucito, Emilia Salvia, Raúl Gómez García, Pablo de la Torriente Brau y Guillermo Vidal. *Didasc@ lia: Didáctica y Educación*, 9(5), 47-62.
- Ribeiro, A. E. (2019). Editoriales y editoras en Brasil hoy. Dos casos contemporáneos: Chão da Feira y Relicário. *Lectora: revista de dones i textualitat*, (25), 227-241.
- Romero-Arcaya, A. S., & Arévalo-Chuchuca, C. M. (2019). Praxis de la cultura ancestral en instituciones educativas ecuatorianas. *Maestro y Sociedad*, 16(2), 364-376.
- Romero-Arcaya, A. S., & Arévalo-Chuchuca, C. M. (2019). Praxis de la cultura ancestral en instituciones educativas ecuatorianas. *Maestro y Sociedad*, 16(2), 364-376.

- Saiz García, C. (2019). Las obras creadas por sistemas de inteligencia artificial y su protección por el derecho de autor (AI Created Works and Their Protection Under Copyright Law). *InDret*, 1.
- Salazar Cisneros, Y. (2019). El desarrollo cultural, complicidad necesaria. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 88-99.
- Salazar Duque, I. A. (2019). Mitos y mensajes.
- SANJUÁN RODRÍGUEZ, N. E. R. E. A. (2019). INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL. *Actualidad Jurídica (1578-956X)*, (52).
- Scruggs Jr, J. E. (2021). El cimarronaje y el marxismo en la zona esmeraldeña: Paralelismo t descoyuntamiento en Juyungo. *Romance Notes*, 61(2), 321-329.
- Sharán, M. (2019). Estrategias de fidelización de clientes a través de internet. Editorial Elearning, SL.
- SOLÉ, M., & CAMPO, J. (2023). Marketing digital y dirección de e-commerce: INTEGRACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DIGITALES. Alpha Editorial.
- Some, O. (2019). La iconografía de lo macabro en Europa y sus posibles orígenes clásicos y orientales. Algunas manifestaciones en el arte español de los siglos XIV, XV y XVI. *Revista digital de iconografía medieval*, 11(21), 1-53.
- Souto, L. J., Pérez, Y. C., & Hernández, M. R. (2021). Sistema de talleres para la promoción cultural en la superación profesional del docente de la Educación Artística. *DEDiCA Revista de Educação e Humanidades (dreh)*, (19), 161-178.
- Tabernero-Sala, R., Colón-Castillo, M. J., Sampérez-Hernández, M., & Campos-Bandrés, I. O. (2022). Promoción de la lectura en la sociedad digital. El book-trailer del libro ilustrado de no ficción como epitexto virtual en la definición de un nuevo discurso. *Profesional de la información*, 31(2).
- Valdivia Jiménez, R. D. (2020). Ética e inteligencia artificial. Una discusión jurídica. *Ius et Scientia*, 6 (2), 114-134.
- Vanegas, D. V., & Vanegas, A. A. R. (2019). Categorías culturales en la instrumentalización del proceso lector y escritor. *Enunciación*, 24(2), 267-275.
- Vargas Holguín, E. (2020). Antonio Preciado-Bedoya's "Fundó un mar en el Chota": an interconnected Afro vision of Ecuador. *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies/Revue canadienne des études latino-américaines et caraïbes*, 45(2), 246-260.
- Vargas-Pineda, D. R., & López-Hernández, O. (2020). Experiencias de artistas con discapacidad frente a la promoción de la inclusión social. *Arte, individuo y sociedad*, 32(1), 31.
- Varsi-Rospigliosi, E. (2019). Las características del derecho de propiedad.

- Vega Vega, J. A. (2021). La protección de las creaciones de la inteligencia. Referencia especial al plagio.
- Viteri, L. V. V., Ocampo, C. I. C., Alfonso, Y. R., & Carballo, E. V. (2023). Promoción cultural vs. promoción comercial. Análisis crítico sobre la valoración de la cultura ecuatoriana. *Estudios del desarrollo social: Cuba y América Latina*, 11(1), 248-258.



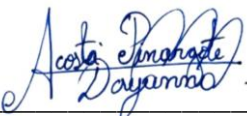
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Acosta Pinargote, Dayanna Teresa**, con C.C: # 0850026659 autor/a del componente práctico del examen complejo: **Análisis de las estrategias de marketing utilizadas por los escritores esmeraldeños para la promoción de sus obras literarias**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **19 de abril de 2023**

f. 

Nombre: **Acosta Pinargote, Dayanna Teresa**

C.C: **0850026659**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de las estrategias de marketing utilizadas por los escritores esmeraldeños para la promoción de sus obras literarias		
AUTORA	Acosta Pinargote, Dayanna Teresa		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Samaniego López, Jaime Moisés		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Mercadotecnia		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	19 de abril de 2023	No. DE PÁGINAS:	65
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing Editorial; Marketing Personal; Producción y Promoción editorial.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Escritores esmeraldeños, literatura afro, promoción editorial, producción editorial, estrategias de marketing, literatura esmeraldeña.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>Este estudio nace de la creciente necesidad de los escritores esmeraldeños por promocionar sus obras en el mercado editorial y hacerse un lugar como exponentes literarios, además, frente a las problemáticas actuales para llevar a cabo los procesos de producción y promoción de las mismas. El objetivo de la investigación es identificar y analizar las estrategias que utilizan los escritores esmeraldeños para promocionar sus obras de manera local y nacional.</p> <p>Mediante a la investigación descriptiva y exploratoria, aplicando entrevistas a escritores y gestores culturales inmersos en la problemática expuesta, se han logrado identificar las falencias que dificultan las posibilidades de publicación y las estrategias planteadas por los diferentes organismos gubernamentales para incentivar la producción cultural, contrario a lo expresado por los escritores, de quienes se ha logrado inferir estrategias que utilizan según sus medios de alcance y conocimiento, además de lograr identificar las principales carencias del sistema editorial local, a las que se enfrentan para incursionar en el mercado literario actual.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-978949652	E-mail: dayanna.acosta@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Samaniego López Jaime Moisés		
	Teléfono: +593-4-2206953		
	E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			