

Guía No 1 – Seminario de Investigación Plan E+

Grupo 1

Ana María Aguirre Lombana

Eugenia Marcela Cortés Díaz

Leydi Jackeline Ortegón García

Edna Piedad Villarreal Heredia

Tutor

Leidy Natalia Zapata Restrepo

Facultad de Administración, Economía, Negocios y Finanzas

Universidad EAN

TABLA DE CONTENIDO

1. Definiciones	5
2. Planteamiento del Problema	5
2.1. Árbol de Problema	5
2.2. Descripción del Problema	5
3. Causas	6
4. Efectos.....	6
5. Antecedentes.....	6
6. Objetivo general	9
7. Objetivos específicos.....	10
8. Pregunta de Investigación	10
9. Justificación	10
10. Marco teórico	11
10.1. Estrategias de Comunicación y Divulgación.....	15
10.2. Actividades.....	15
10.3. Inventario de contenido sobre el cuidado marino y costero.....	17
10.4. Instrumento de encuesta	20
10.5. Reporte de Visita	22
10.6. Análisis de resultados	23
Conclusión:	28
Referencias	30

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Árbol de problema – Causas Elaboración propia.....	5
Ilustración 2. Mapa Esquemático de Colombia tomado de (Comisión Colombiana del Oceano, n.d.).....	8
Ilustración 3 Informe UNGRD 2022 Información y atención al ciudadano Tomado de Informe Protección Costera en Cartagena.....	19

Lista de Tablas

Tabla 1 Inventario de fuentes con contenido de Cuidado Marino y Costero.....	17
Tabla 2 Instrumento de Encuesta.....	21

Palabras Claves: Conciencia marítima, Océanos de Colombia, Desarrollo marítimo, conocimiento y divulgación sobre Océanos y zonas costeras, Comunicación

1. Definiciones

Conciencia Marítima: Según el (Departamento Nacional de Planeación, 2020) en el CONPES se define, citando a Digeim, 2004, la Conciencia Marítima cómo “La conciencia marítima se entiende como la capacidad que poseen los habitantes de un país para darse cuenta, comprender, aceptar y valorar el grado de dependencia que tienen con respecto al mar, para su desarrollo y seguridad (Digeim, 2004)” (p. 33).

2. Planteamiento del Problema

2.1. Árbol de Problema

En la Ilustración 1 podemos ver el planteamiento

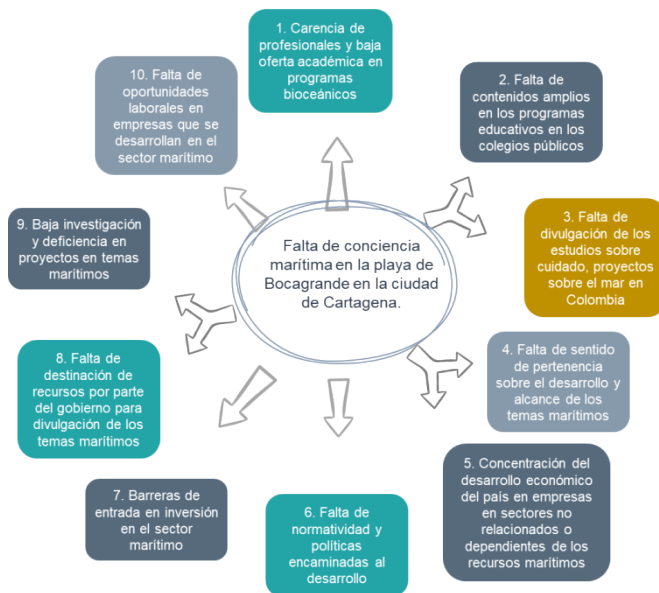


Ilustración 1. Árbol de problema – Causas Elaboración propia

2.2. Descripción del Problema

El problema planteado es la baja Conciencia Marítima en la ciudad de Cartagena, identificado en la ciudadanía general colombiana y los diferentes sectores

gubernamentales, entendiendo que actualmente hay un desconocimiento por temas propios de la Conciencia Marítima colombiana.

3. Causas

En la Ilustración 1, se plantean varias posibles causas que en mayor o menor medida pueden incidir en esta falta de conciencia sobre la dimensión de lo que el sector marítimo aporta al país.

Entre ellas, encontramos que se percibe una baja divulgación de contenidos, investigaciones, políticas y proyectos que trabajan en mejorar el nivel de conciencia marítima en Colombia.

4. Efectos

- Falta de desarrollo económico al no explotar los recursos apropiadamente en todo su potencial
- Falta de cuidado ambiental de las zonas costeras y océanos
- Carencia de proyectos de investigación en el sector que deriven en conocimiento científico
- Baja inversión del sector privado en el desarrollo del sector marítimo.

5. Antecedentes

CONPES

Dentro del CONPES 3990 (Departamento Nacional de Planeación, 2020) se afirma que en Colombia se presenta una falta de conciencia marítima abarcando dos causas como lo son la falta de contenidos sobre el tema en los programas educativos del Ministerio de Educación para formación básica y primaria, y la falta de oferta educativa en educación superior e investigación en tema marino-costeros.

PNOEC

Así mismo, se ha establecido en la PNOEC (Comisión Colombiana del Oceano, 2018) que uno de los objetivos de la política es generar conciencia Marítima a través del fortalecimiento junto con entidades educativas o de promoción cultural del conocimiento de tradiciones y manifestaciones sociales alrededor del mar y el desarrollo de actividades investigativas.

SENALMAR

El Seminario Nacional de Ciencias y Tecnologías del Mar SENALMAR, es un encuentro que se realiza desde 1969 donde se reúnen expertos, investigadores y académicos para revisar los avances en del sector marítimo en Colombia y como uno de sus propósitos, se ha establecido el promover la creación y divulgación de ciencia encaminada al desarrollo sostenibles de los océanos y espacios costeros (SENALMAR, 2022).

Contenidos de aprendizaje

Actualmente uno de los espacios de divulgación y educación que busca generar conciencia marítima es la red de conocimiento Colombia Aprende del Ministerio de Educación. (Colombia Aprende, s.f.)

Potencial Marítimo en Colombia

Colombia posee 928.000Km² de mar (Comisión Colombia del Oceano, 2016), tiene 10 puertos de los cuales 2 son los más importantes para el comercio exterior del país localizados en Cartagena, Buenaventura y por donde se realizan cerca del 90% de las importaciones y exportaciones del país (Zuluaga, 2013)



Ilustración 2. Mapa Esquemático de Colombia tomado de (Comisión Colombiana del Océano, n.d.)

Así mismo, se debe destacar que las actividades marítimas (pesca, acuicultura, transporte acuático, fabricación de vehículos o equipo automotores) representan el 5.8% del PIB para el año 2019 (Ríos Angulo & Guzmán Salas, 2020).

RISTI

La conciencia marítima no es exclusivamente y solo del dominio de la gente de mar (políticos, militares y área científica), sino que cualquier persona que considere y tenga la conciencia sobre la importancia del mar como medio para alcanzar el desarrollo contribuye al colectivo de conciencia a marítima en el país. (RISTI, 2022)

Es necesario fortalecer la cultura y conciencia marítima en toda la población colombiana, para que entiendan la importancia de los asuntos marítimos en el progreso nacional, y por supuesto, de lo importante que sería impulsar este sector para ser un país que camina hacia el progreso. (Osorio Mendez, 2021)

Identidad e intereses nacionales de Colombia

Así como una educación que implante la semilla de la conciencia marítima y fluvial en la sociedad colombiana, y específicamente en los jóvenes. Solo de esa manera puede ser posible avanzar en materia de investigación científica y en la generación de proyectos de innovación en el ámbito marítimo y fluvial, que contribuyan positivamente al desarrollo y progreso del país. (Pastrana Buelvas & Vera Piñeros, 2020)

¿Conciencia o identidad marítima? ¿Un acercamiento a la relación del hombre con el mar?

Dentro del propio concepto de conciencia marítima se incluye la identificación, lo que subordina este término a un nivel superior para el mejor entendimiento de la relación del hombre con el mar. Asimismo, indica que, para formar el sentido de fidelidad del poblador con el medio marítimo a través de su identidad marítima, son necesarios la conciencia y los intereses marítimos. (Razuri Esteves, 2020)

6. Objetivo general

Plantear un programa de sensibilización ciudadana frente al recurso marítimo actividades encaminadas de información sobre el desarrollo marítimo en la ciudad de Cartagena en la playa de Bocagrande.

7. Objetivos específicos

1. Diagnosticar los contenidos y medios de divulgación disponibles, el grado de accesibilidad de estos contenidos y su efectividad en cuanto a su uso y la sensibilización frente al recurso marítimo.
2. Analizar la percepción de los ciudadanos frente a la gestión sostenible de los recursos sostenibles en la playa de Bocagrande en la ciudad de Cartagena.
3. Generar una estrategia de comunicación efectiva para el plan de difusión para dar a conocer aspectos básicos de la cultura Marítima y sensibilidad al recurso marítimo en la playa de Bocagrande en la ciudad de Cartagena.

8. Pregunta de Investigación

Cómo lograr impactar a los ciudadanos de la playa Bocagrande en la ciudad de Cartagena, por medio de comunicación y sensibilización frente a la gestión sostenible del recurso marítimo.

9. Justificación

Colombia tiene un potencial único en el mundo sobre el desarrollo de sus mares y zonas costeras, al ser el único que cuenta con mares en dos océanos. Se afirma que en Colombia el grado de Conciencia Marítima es bajo derivando en que actualmente este sector no se ha alcanzado todo su potencial. Se identifican factores que pueden aún más dificultar este desarrollo como lo es la baja oferta educativa de carreras relacionadas con el sector marítimo o falta de investigaciones en los mares y océanos de Colombia.

Dentro de las múltiples situaciones que pueden generar esta baja conciencia Marítima está en la poca divulgación que se tiene en el País de los aspectos marítimos, como lo son políticas, contenidos educativos sobre el mar, avances investigativos.

Por ello, queremos que con esta investigación se pueda aportar a generar nuevos mecanismos de divulgación y entendimiento sobre el potencial que tienen los mares y zonas costeras en el país y mejorar la Conciencia Marítima.

Conciencia marítima, término que no expresa otra cosa que saber que el país en que se vive (concepto geográfico) tiene mar, y en comprender que ese mar, siendo parte del territorio (concepto geopolítico), permite realizar actividades de todo tipo que benefician a la persona y mejoran su calidad de vida. No tener conciencia marítima es no interiorizar el significado del mar en la vida individual y colectiva de las personas que habitan un país (Cabrera Martínez, 2015)

La paya de Bocagrande es un pequeño caserío de pescadores habitado por unas 450 personas, donde la ecología es su fuerte y es su fuente de ingresos es el turismo para estos habitantes.

Se caracteriza por ser una de las playas más tranquilas de la región gracias a su amplitud y el bajo tráfico de gente.

10. Marco teórico

Jiménez, en su libro Comunicación, se refiere a la comunicación como la clave para generar valor por medio de las personas impactando en la cultura, equipos de trabajo, proporcionando adaptación al cambio, de igual forma juega un papel importante, dado que fomenta la participación de las personas, lo relaciona con los empleados y a nivel empresarial que los incentiva a mejorar aspectos de la organización que se ve reflejando en sus resultados.

La comunicación se relaciona de forma directa con la cultura, según Walls en el Artículo aporte de la comunicación para la difusión del patrimonio cultural. El autor relaciona la

comunicación como la forma de transmitir conocimiento, de dar a conocer la cultura y el patrimonio mediante la divulgación, la comunicación permite el intercambio de ideas e información, por medio de esta se dan a conocer la cultura, tradiciones y patrimonio de una región.

Por otro lado, Jiménez, considera que la comunicación adecuada a tiempo genera menores impactos negativos, reduce la incertidumbre y facilita una adaptación a los cambios, manteniendo los buenos resultados en las organizaciones proporcionando productividad y calidad. Al existir una buena comunicación con la comunidad es más fácil afrontar los cambios y generando mejores resultados en la sociedad.

En el mismo sentido los autores León, Moncecahua, y Cano, en su artículo Comunicación pública de la ciencia una habilidad urgente para los científicos. La importancia de la comunicación radica en proporcionarle a los ciudadanos la información y herramientas, que lo ayuden a enfrentar los desafíos de los nuevos paradigmas que se enfrentan en la sociedad, además tiene la finalidad de generar curiosidad e imaginación en las personas. Por otro lado, menciona que es necesario desarrollar habilidades que faciliten generar el conocimiento de la forma más cercana posible a las personas, para esto es necesario la sensibilización, capacitación, informar y el empoderamiento, los científicos deben comprometerse a difundir por medio de la comunicación pública, informar a los ciudadanos que contribuya a mejorar su bienestar y calidad de vida.

De acuerdo al autor Seguí, Poza, y Mulet, en su libro de Estrategias de divulgación, la divulgación es una forma de devolverle a la sociedad, el dinero de sus impuestos, de que puedan conocer que se hace en los laboratorios de investigación de universidades e

instituciones públicas, que tenga conocimiento de lo que la investigación beneficia las actividades que se realizan a diario, aporta a mejorar la calidad de vida de las personas y en el momento que los gobiernos empiecen a disminuir presupuestos para investigación, la sociedad tenga los suficientes argumentos para rechazar esas propuestas y oponerse siendo conscientes que la divulgación nos da conocimiento de lo que pasa en el momento, nos da una visión más clara de lo que puede pasar en el futuro.

De acuerdo a los autores Castillo, Castellero, y Castillo, en su artículo los think tanks en España. Análisis de sus estrategias de comunicación digitales. Las estrategias de comunicación son caracterizadas como una herramienta esencial, para que las organizaciones e instituciones puedan dar a conocer sus iniciativas y lograr una relación con el público objetivo, las estrategias de comunicación no solamente se dedican a difundir mensajes, también tienen un propósito y compromiso con su público que pueda conocer a fondo todas las iniciativas que se trabajan.

Así mismo los autores expone algunas estrategias de comunicación como lo son los congresos y seminarios, en estas estrategias ya las personas que asisten tienen más claro el tema a tratar y quieren profundizar en los mismos, otra estrategia son los medios de comunicación tradicionales se realiza por medio revistas, artículos, entrevistas o la prensa, busca llamar la atención de la sociedad, y el contenido se basa en temas sociales y gestiones que se adelantan. Los ecosistemas digitales en la actualidad son una estrategia eficiente para divulgar la información, cada día son más los espacios digitales en los que se puede consumir la información, de esta forma las personas tienen a su

alcance la información y el conocimiento de los procesos que se desarrollan y el estado actual de las diferentes iniciativas que involucra su vida diaria.

Las estrategias de comunicación al analizarlas desde el enfoque político, teniendo en cuenta a Meyenberg en el Libro de estrategias de comunicación presidencial en México. En la actualidad la tecnología ha facilitado poder comunicar más fácil la información es así como los gobiernos por medio de las nuevas tecnologías proporcionan la comunicación de sus planes de gobierno, programas de administración pública, generando una relación con la comunicación social, que se incorporen nuevas plataformas par que las personas estén enteradas y así mismo aprovechen de los proyectos que los gobiernos gestionen. Sin embargo, la nueva era digital asume nuevos retos y brechas que se deben afrontar para poder en marcha las diferentes estrategias de comunicación.

El autor menciona la importancia de diseñar estrategias de comunicación basadas en la confianza entre los diferentes actores que intervienen en el proceso comunicativo, la reputación y el prestigio de la forma en que se comunica y la estrategia que se utiliza fomenta la eficacia del mensaje.

Las redes sociales en la actualidad se han convertido como estrategias de divulgación científica según el autor Sindoreko, Cabezuelo y Herranz en el artículo Instagram como herramienta digital para la comunicación y divulgación científica: el caso mexicano de @pictolin. En los últimos años la red social Instagram ha facilitado poder divulgar la información científica por medio de la plataforma, al ser una de las redes sociales que más utilizan las personas, las universidades e incluso entidades oficiales divulgan su

información por medio de la misma, la forma en se divulga la información es de una manera más rápida, fácil y empática que el lector pueda comprender la información de forma agil.

De acuerdo a Jauregui en trabajo de grado El proceso de comunicación a partir de la implementación de plataformas convergentes y narrativa transmedia como herramienta para la divulgación. La comunicación está relacionada con la divulgación, en el caso científico, esta es fundamental para el desarrollo de proyectos investigativos, dando a conocer los diferentes hallazgos y resultados de la investigación, originando espacios en que la sociedad pueda conocer los resultados de estos proyectos de investigación y así mismo se genere un espacio de capacitación y aprendizaje, la comunicación y divulgación está presente en todas las áreas de nuestra vida, por eso es importante divulgar y comunicar.

10.1. Estrategias de Comunicación y Divulgación

1. Metodología

10.2. Actividades

CRONOGRAMA DE TRABAJO			
Objetivos a Desarrollar	Actividades	Resultados	Fechas
1. Diagnosticar los contenidos y medios de divulgación	Desarrollar un inventario de los contenidos	El contenido es de buena calidad, pero	15/10/2023

disponibles, el grado de accesibilidad de estos contenidos y su efectividad en cuanto a su uso y la sensibilización frente al recurso marítimo.		llega a pocas personas	
	Identificar quien genera el contenido	Es poco probable	
	Identificar las fuentes	Se pueden diseñar indicadores (tabla con colores)	
	Determinar la calidad del contenido (definir escalas: si es agradable)		
	Cuántas hay, que clase son. Las páginas tienen el número de visitas		
2. Analizar la percepción de los ciudadanos frente a la gestión sostenible de los recursos marítimos en la playa de Bocagrande en la ciudad de Cartagena.	Desarrollar una encuesta (población numérica - muestra) a criterio de las investigadoras y se selecciona a voluntad	Resultado de la encuesta	29/10/2023
	eje: las personas que están en la playa, las personas del comercio (nosotras definimos la muestra)	Descripción analítica (Excel, graficas)	
	Que medio de difusión es más amigable	Plan de acción con estrategias para la problemática encontrada	
3. Generar una estrategia de comunicación efectiva para el plan de difusión para dar a conocer aspectos básicos de la cultura Marítima y sensibilidad al recurso marítimo en la playa de Manzanillo en la ciudad de Cartagena.	Dirección general marítima	1. matriz de relación (Vester - Nigma)	
	Diseñar una estrategia por redes sociales, se diseña toda la estrategia plan de acción	2, Plan de acción: las estrategias que salieron con mayor puntuación.	
	estas tres estrategias ayudan a mejorar el alcance y las puede mejorar de la siguiente manera y los tiempos para poder ejecutar	3 realizar un resumen a las posibles fechas de desarrollo.	

	la implementación (presupuesto, tiempo, diseño) cuánto vale la publicidad en redes		
	se daría un plan de acción, y la DGM toma la decisión de cuando lo aplica y pone el presupuesto.		

10.3. Inventario de contenido sobre el cuidado marino y costero

A continuación, podemos encontrar el material principal disponible sobre los temas asociados al conocimiento de la gestión y cuidado de las playas, su actividad costera y su desarrollo económico hacia la población:

Tabla 1 Inventario de fuentes con contenido de Cuidado Marino y Costero

Fuente	Contenido	Medio	Efectividad	Accesibilidad
INVEMAR (Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras de Colombia)	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación Pesquera • Importancia del mar en Colombia • Humedales • Acidificación de los océanos • Pesca y acuicultura artesanal • Calidad de las aguas marinas y costeras en Colombia 	Es un Podcast de la entidad que contiene 11 episodios en los que con algún experto habla de sobre los contenidos. Su primer Episodio fue publicado el 6 de junio de 2022 y tienen una duración promedio de 15 Min	Tiene 9 calificaciones sobre el total del Podcast.	Búsqueda en Internet página Web
INVEMAR	<ul style="list-style-type: none"> • Los contenidos se relacionan con el propósito del instituto correspondiente a su propósito que es proporcionar conocimiento científico para poder generar las políticas para el desarrollo marino y costero. (INVEMAR) • Informe del estado de los ambientes y recursos marinos y costeros en 	Redes sociales	Facebook: 21k seguidores Promedio de reacciones por cada publicación: 20 Instagram: 7020 seguidores Reacciones por publicación: 105 Youtube: 1060 suscriptores, los videos más populares tienen en promedio 2.1K de visualizaciones	Búsqueda en Internet página Web

	Colombia 2022. (INVERMAR, 2023)			
Agenda del Mar	Protección de océanos Protección de corales Biodiversidad Pesca Buceo	Redes sociales Página Web	Facebook: 17k seguidores. Promedio número de reacciones: 6	Información relacionada o citada por INVERMAR
Ministerio de ambiente	Guía de manejo de la zona costera (Ministerio de Ambiente, 2017)	Documento PDF Página Web		Búsqueda en Internet página Web
Ministerio de ambiente	Plan Maestro de erosión costera de Colombia	Documento en página Web		Búsqueda en Internet página Web
Alcaldía de Cartagena	Cartilla Cuida tu Playa que trata sobre reglas de convivencia y conservación de medio ambiente. (Alcaldía de Cartagena Escuela de Gobierno y Liderazgo, 2014)	Documento en Página Web	Total Visitas al sitio: 7	Búsqueda en la Web
UNGRD Unidad Nacional de Gestión del Riesgo	Proyecto de Protección Costera, documento que menciona los avances y planes sobre el proyecto. (Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres (UNGRD), 2022)	Documento en Página Web – Presencial en Playas	Facebook: 61k seguidores Promedio de reacciones por cada publicación: 22 Instagram: 26K seguidores Reacciones por publicación: 63 Youtube: 19.4K suscriptores, los videos más populares tienen en promedio 3.7K de visualizaciones	

Podemos destacar que las fuentes principales sobre políticas, actividades sobre el cuidado de las playas, provienen de informes de las entidades involucradas que, si bien van dirigidos a la ciudadanía en general, contienen un lenguaje con un grado técnico alto, su texto es muy denso y su accesibilidad se da por la búsqueda en internet sobre los temas en específico.

Los autores de este material si bien tienen un alto volumen de suscriptores o de reacciones en sus redes sociales, estos aplican para todos los temas en los que la entidad tiene responsabilidad según su propósito, más sin embargo hacia la ciudadanía no se observa un material robusto y conciso sobre cuidado de la playa, información costera.

En la Playa de Bocagrande, se viene adelantando el proyecto de Protección que principalmente se trata sobre las obras adelantadas en la playa para lograr la recuperación de los espacios que se han venido perdiendo por causa de la erosión.

En este sentido, la mayoría de información, noticias y notas sobre Bocagrande y el cuidado de las playas recae en el avance, entrega y dificultades que se han tenido con la población de vendedores, los cambios en la infraestructura y seguimiento del presupuesto y objetivos a lograr.

Por ejemplo, desde la UNGRD en su informe Proyecto de Protección Costera (Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres (UNGRD), 2022), menciona cómo este proyecto de gran impacto ha tenido medios información a la ciudadanía como puntos de atención, cartillas, volantes, etc

Ilustración 3 Informe UNGRD 2022 Información y atención al ciudadano Tomado de Informe Protección Costera en Cartagena



10.4. Instrumento de encuesta

El siguiente instrumento tiene como propósito indagar en la población el nivel de conocimiento que tiene sobre la playa de Bocagrande, sobre la gestión que se realiza sobre ella y sobre cuáles son las actividades que podrían proponerse para el cuidado de la mismas, y cuáles son los medios de comunicación que efectivamente difunden sobre la playa:

FICHA TÉCNICA Encuesta de percepción Playa Bocagrande	
DESCRIPCIÓN	Implementar una encuesta para analizar la percepción de los ciudadanos frente a la gestión de los recursos marítimos en la playa de Bocagrande en la ciudad de cartagena
OBJETIVO	Implementar un plan de acción para definir las estrategias con las que se va a enfrentar la problemática encontrada
POBLACIÓN	Transeúntes de la playa de bocagrande
TECNICA INSTRUMENTO	Encuesta estructurada
VARIABLE DE MUESTREO	Categoría
TAMAÑO MUESTRAL	20 personas encuestadas
LUGAR DE REALIZACIÓN DE INVESTIGACIÓN	Playa No 5 de Bocagrande (Cartagena - Bolívar - Colombia)
FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO	1 - 15 de Noviembre de 2023
PROGRAMA DE ANALISIS ESTADISTICO DE DATOS	Plataforma Forms - Google
LINK	https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScqY5Hlb3-oBC_4QHE_poF4071xEdeeOOMwmmw9XSoA5xeAvTg/viewform?usp=sharing
CREDITOS	Ana María Aguirre Lombana Eugenia Marcela Cortés Díaz Leydi Jackeline Ortégón García Edna Piedad Villarreal Heredia

Tabla 2 Instrumento de Encuesta

	Pregunta	Opciones
1	Nombre completo	No aplica
2	Categoría	1. Oficial 2. Suboficial 3. Civil 4. Alumno
3	¿Sabía usted que las playas de Bocagrande se encuentran ubicadas cerca del segundo puerto marítimo más importante de Colombia?	Sí No

4	¿Cuáles medios de comunicación conoce que hablen sobre el desarrollo de actividades marítimas de la playa de Bocagrande?	Radio Television Redes sociales Periódicos Ninguno
5	¿Tiene conocimiento de actividades que se lleven a cabo o se desarrollen para el mantenimiento y la gestión de las playas de Bocagrande?	Sí No
6	¿Qué contenidos usted ha consultado, escuchado o leído sobre el desarrollo de la playa de Bocagrande?	Abierta
7	¿Qué actividades o planes de mejora le gustaría que se adelantaran con la comunidad de Bocagrande en cuanto a los recursos marítimos, el cuidado de la playa, desarrollo económico u otro aspecto que usted quiera nombrar?	Abierta
8	¿Usted conoce cuales actividades marítimas pueden realizarse en las playas de Bocagrande?	Sí No
9	¿Qué actividades marítimas se realizan en la playa de Bocagrande?	Pesca Navegación Estudios científicos Transporte marítimo Turismo Deportes náuticos Comercio Otros

10.5. Reporte de Visita

Para la aplicación del instrumento de consulta (Encuesta) se programó para realizarla durante el primer fin de semana del mes de noviembre, debido a que en estos días de la semana se evidencia una mayor afluencia de personas en la playa, La visita a la playa de Bocagrande, se realizó durante el día sábado 04 de Noviembre en la franja de 8 am a 12 p.m, el diligenciamiento de la encuesta se realizó través de la plataforma forms del aplicativo de Google creando un código QR el cual al ser escaneado desde los dispositivos móviles, redirige a la aplicación de la encuesta, se eligieron aleatoriamente según el orden de llegada a 20 personas las cuales aportarían su percepción a través del desarrollo del instrumento de consulta, así mismo durante la visita a la playa se evidencio que no había información emitida por parte de las entidades públicas dirigida a los ciudadanos donde se realizaran recomendaciones sobre el cuidado de la playa y su conservación únicamente se evidencio señalización sobre la presencia de un grupo salvavidas en caso de ser requerido y la correcta forma de como identificar vendedores o prestadores de s

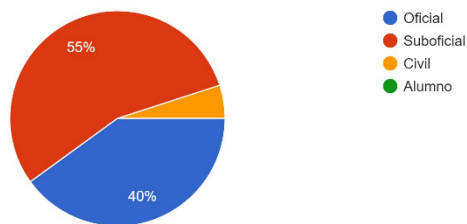
10.6. Análisis de resultados

De acuerdo con la encuesta realizada a la comunidad de la playa de Bocagrande, se evidencia que existe un desconocimiento de los habitantes sobre el mantenimiento y gestión que se debe realizar en la playa de Bocagrande, además afirman que no conocen sobre ninguna actividad o estrategia que genere mayor desarrollo en la playa y solamente en algunas ocasiones por televisión y redes sociales ha escuchado hablar sobre desarrollo marítimo por muy brevemente, el 50% de las personas encuestadas no conoce que actividades marítimas se pueden hacer en la playa de Bocagrande.

A continuación, se presenta los resultados de las diferentes preguntas realizadas:

Pregunta 2

Categoría
20 respuestas

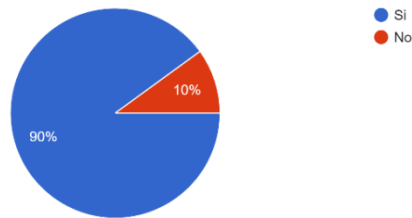


Teniendo en cuenta la torta anterior se puede visualizar que en un 55% la encuesta fue diligenciada por los suboficiales, un 40% por oficiales y un 5% por la población civil, el

cual son personas que tiene que ver directamente con la playa de bocagrande y que tienen gran incidencia y que pueden vivir todas las problemáticas que se presentan.

Pregunta 3

¿Sabía usted que las playas de Bocagrande están se encuentran ubicadas cerca del segundo puerto marítimo más importante de Colombia?
20 respuestas



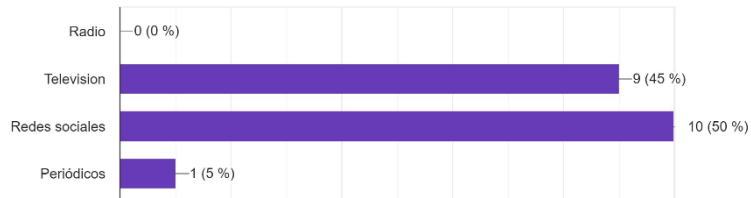
Al realizar esta pregunta sobre los encuestados se quería determinar qué grado de conocimiento tienen sobre los puertos marítimo en Colombia, donde se evidencia en un 90% si saben que las playas de Bocagrande están ubicadas cerca del segundo puerto marítimo más importante de Colombia y el 10% no lo sabía.

Con esta respuesta nos da un esquema para plantear la problemática que se está presentando en cuanto a la falta de Conciencia Marítima cómo “La conciencia marítima se entiende como la capacidad que poseen los habitantes de un país para darse cuenta, comprender, aceptar y valorar el grado de dependencia que tienen con respecto al mar, para su desarrollo y seguridad (Digeim, 2004)” (p. 33).

Pregunta 4

¿Cuales medios de comunicación conoce que hablen sobre el desarrollo de actividades marítimas de las playa de Bocagrande?

20 respuestas

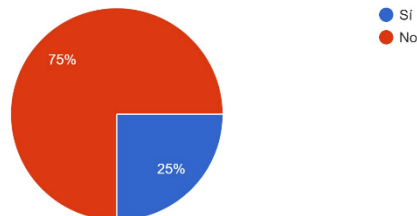


Se puede analizar que los medios de comunicación que más conoce la población de las actividades marítimas de las playas de bocagrande son: en un 50% las redes sociales ya que la población encuestada tiene más acceso a un celular y les queda más fácil acceder a la información por ese medio, en segundo lugar y con cum 45% la televisión y en tercer lugar los periódicos con un 5%

Pregunta 5

¿Tiene conocimiento de actividades que se lleven a cabo o se desarrollen para el mantenimiento y la gestión de las playas de Bocagrande?

20 respuestas



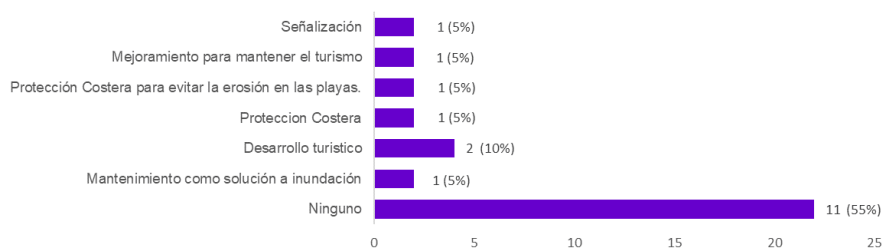
Se puede analizar con la respuesta de la encuesta que el 75% de los encuestados no tienen conocimiento de las actividades que se llevan a cabo para el mantenimiento y la gestión de las playas de Bocagrande, y solo el 25% si cuentan con el conocimiento.

Pregunta 6

Guía No 1 – Seminario de Investigación Plan E+

¿Que contenidos usted ha consultado, escuchado o leído sobre el desarrollo de las playa de Bocagrande?

18 respuestas

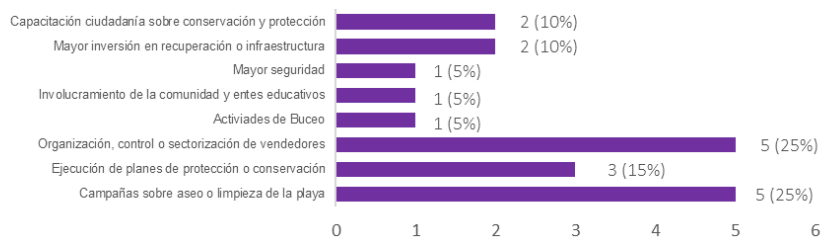


Se puede analizar que el 55% de la población encuestada no ha consultado, escuchado o leído sobre el desarrollo de las playas de bocagrande, y en un 10% ha mirado el tema del desarrollo turístico, ya después en menor porcentaje se encuentra señalización, mejoramiento para mantener el turismo, protección costera para evitar la erosión en las playas y protección costera.

Pregunta 7

¿Qué actividades o planes de mejora le gustaría que se adelantaran con la comunidad de Bocagrande en cuanto a los recursos marítimos, el cuidado de la playa, desarrollo económico u otro aspecto que usted quiera nombrar?

18 respuestas

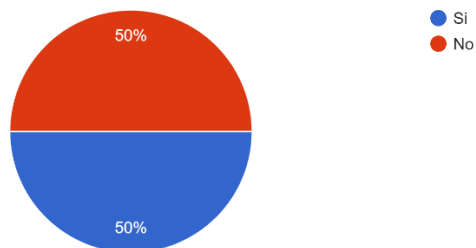


Teniendo en cuenta la población encuestada se puede determinar que los temas que más les interesa profundizar es la organización, control o sectorización de vendedores y campañas sobre el aseo o limpieza en la playa ambas preguntas con una participación del 25% es allí donde se va a tener más concentración y que se va a profundizar de manera más rápida.

Pregunta 8

¿Usted conoce cuales actividades maritimas pueden realizarse en las playas de Bocagrande?

20 respuestas



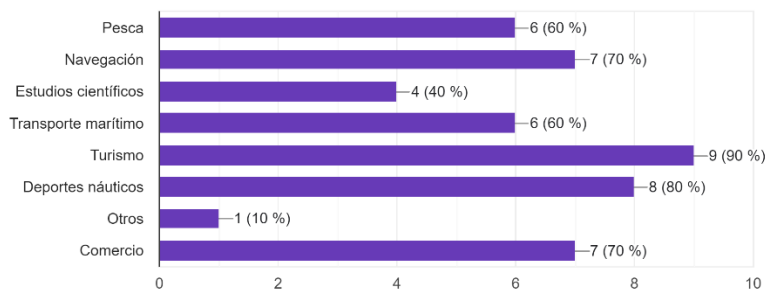
Teniendo en cuenta la pregunta que se realizó a los encuestados se puede analizar que el 50% si conoce las actividades que pueden desarrollarse en las playas de Bocagrande y el otro 50% no las conoce.

Es allí en ese 50% de la población que no conoce las actividades que pueden desarrollarse en las playas de Bocagrande donde se debe tener para capacitar, dar a conocer todos los beneficios que se tiene.

Pregunta 9

Que actividades marítimas se realizan en las playas de Bocagrande

10 respuestas



De acuerdo a estos resultados se evidencia el desconocimiento sobre las actividades marítimas que se pueden realizar en la playa, así mismo la necesidad de divulgación sobre temas marítimos los medios en donde las personas se informan son muy limitados, hace

falta mayor divulgación de una manera más cercana con la comunidad que habita y trabaja en la playa.

Conclusión:

1. Los contenidos sobre cuidado costero, actividades encaminadas a la protección de las playas o desarrollo económico marino, son accesibles al ciudadano en común visitante de la playa de Bocagrande. Estos sólo se conocen ante la búsqueda específica sobre ello, sin embargo, no se encuentran en el sitio específico.
2. Se observa carencia de material de fácil acceso al ciudadano, más amigable y con información sencilla sobre el cuidado de la playa de Bocagrande, su desarrollo económico y ambiental. Sólo se encuentra material y avances sobre el proyecto de obras que buscan recuperar terreno por la erosión costera generada en este sector.
3. Se logró identificar en las personas encuestadas que solo el 50% conocen las actividades marítimas que se pueden realizar en la playa de Bocagrande, por lo que se proponen las siguientes estrategias para generar mayor impacto de conocimiento y por ende más entendimiento en la comunidad.

- ✓ Publicidad en los establecimientos de comercio.
- ✓ Más presencia del personal encargado de la parte turística.
- ✓ Capacitaciones a la población de la playa de Bocagrande.
- ✓ Campañas de conocimiento tanto para la población de Bocagrande y turistas.

Referencias

- Colombia Aprende. (s.f.). *Educación del Océano*. Obtenido de <https://www.colombiaaprende.edu.co/recurso-coleccion/recursos-para-la-ensenanza-del-oceano>
- Comisión Colombia del Océano. (21 de noviembre de 2016). *Visibilizando el Desarrollo Marítimo de Colombia*. Obtenido de <https://cco.gov.co/cco/prensa/noticias/135-gestion-del-territorio-marino-costero/287-visibilizando-el-desarrollo-maritimo-de-colombia.html>
- Comisión Colombiana del Océano. (septiembre de 2018). *Política Nacional del océano y de los espacios costeros PNOEC*. Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/10/Politica-Nacional-del-Oceano-y-los-Espacios-Costeros-PNOEC.pdf>
- Comisión Colombiana del Océano. (s.f.). *Mapa Esquemático de Colombia*. Obtenido de <https://cco.gov.co/cco/publicaciones/83-publicaciones/262-mapa-esquematico-de-colombia.html>
- Departamento Nacional de Planeación. (31 de marzo de 2020). *CONPES CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL 3990*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3990.pdf>
- Osorio Mendez, D. F. (2021). Obtenido de <https://esdegrevistas.edu.co/index.php/rema/article/view/2406>
- Pastrana Buelvas, E., & Vera Piñeros, D. (2020). *Identidad e intereses nacionales de Colombia*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65140827/IDENTIDAD_E_INTERESES_NA

CIONALES_DE_COLOMBIA-libre.pdf?1607524049=&response-content-
disposition=inline%3B+filename%3DIDENTIDAD_E_INTERESES_NACIONALES
_DE_COLO.pdf&Expires=1695655115&Signature=UkOEO35~5Ow16Q08w

Razuri Esteves, V. F. (2020). *Revista científica general Jose maria cordoba*. Obtenido de

¿Conciencia o identidad marítima? Un acercamiento :

<https://www.redalyc.org/journal/4762/476268197009/476268197009.pdf>

Ríos Angulo, W. A., & Guzmán Salas, N. (2 de junio de 2020). *Análisis del poder*

marítimo. Obtenido de

<https://www.escuelanaval.edu.co/sites/default/files/derroteroxarticulos/ed15->

[1/7.%20An%C3%A1lisis%20del%20poder%20mar%C3%ADtimo_compressed.pdf](https://www.escuelanaval.edu.co/sites/default/files/derroteroxarticulos/ed15-1/7.%20An%C3%A1lisis%20del%20poder%20mar%C3%ADtimo_compressed.pdf)

RISTI. (2022). *Modelo conceptual del Sistema del Poder Marítimo*. Obtenido de

<https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Fajardo->

[Toro/publication/363210801_Modelo_conceptual_del_Sistema_del_Poder_Maritim](https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Fajardo-Toro/publication/363210801_Modelo_conceptual_del_Sistema_del_Poder_Maritim)

[o_a_nivel_estrategico_en_Colombia_Conceptual_model_of_the_Maritime_Power](https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Fajardo-Toro/publication/363210801_Modelo_conceptual_del_Sistema_del_Poder_Maritim)

[_System_at_a_strategic_level_in_Colombia/links/6311a6a8ac](https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Fajardo-Toro/publication/363210801_Modelo_conceptual_del_Sistema_del_Poder_Maritim)

SENALMAR. (2022). *Acerca de Senalmar*. Obtenido de [https://senalmar.com/acerca-de-](https://senalmar.com/acerca-de-senalmar/)

[senalmar/](https://senalmar.com/acerca-de-senalmar/)

Zuluaga, M. (2013). *COMPETITIVIDAD DE LOS PUERTOS EN COLOMBIA*. Obtenido de

<https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0064479.pdf>

Segui, J, Posa, J, Mulet, J. (2015). Estrategias de divulgación científica, Recuperado de [E Libro \(universidadean.edu.co\)](http://libro.universidadean.edu.co)

Sindoreko, P, Cabezuelo, F, Herranz, F. Instagram como herramienta digital para la comunicación y divulgación científica: el caso mexicano de @pictolin. Recuperado de [4472-12592-1-PB.pdf \(ufv.es\)](#)

Jimenez, A. (2022). La comunicación, Recupeerado de [*Comunicación - Universidad Ean \(exlibrisgroup.com\)](#)

Castillo, A., Castellero, E. y Castillo, A. (2020). Los think tanks en España. Análisis de sus estrategias de comunicación digitales. Revista Latina de Comunicación Social, (77),253-273. Recuerdo de <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1457>

Meyenberg, C. (2028). Estrategias de comunicación presidencial en Mexico. Recuperado de [estrategias_comunic_presidencial.pdf \(unam.mx\)](#)

Walls, M.(2020). Aporte de la comunicación para la difusión del patrimonio cultura. Recuperado de [Vista de Aportes de la comunicación para la difusión del patrimonio cultural \(revistaccinformacion.net\)](#)

Leon, L, Moncecahua, D y y Cano A, (2021). Comunicación pública de la ciencia una habilidad urgente para los científicos. Recuperado de [Vista de Comunicación pública de la ciencia: una habilidad urgente para los científicos \(buap.mx\)](#)

Jauregui, A. (2021). El proceso de comunicación a partir de la implementación de plataformas convergentes y narrativa transmedia como herramienta para la divulgación. Recuperado de [Microsoft Word - Tesis Ariadna Jauregui-6 Marzo 2021.docx \(uaemex.mx\)](#)