

# UNIVERSIDAD Y GESTIÓN TURÍSTICA

## APORTES DESDE LA INVESTIGACIÓN

Mabel Font Aranda  
Natacha Pahola Díaz Rodríguez  
Gustavo Xavier Álvaro Silva  
Emil Viera Manzo





# **UNIVERSIDAD Y GESTIÓN TURÍSTICA APORTES DESDE LA INVESTIGACIÓN**

MABEL FONT ARANDA  
NATACHA PAHOLA DÍAZ RODRÍGUEZ  
GUSTAVO XAVIER ÁLVARO SILVA  
EMIL VIERA MANZO

Colección Académica. Área Turismo



Este libro ha sido evaluado bajo el sistema de pares ciegos.

**COMITÉ EDITORIAL:**

Siomara España, PhD. Universidad de las Artes (Ecuador)

Jeovanny Benavides, PhD. Universidad Técnica de Manabí (Ecuador)

Pablo Romo, PhD. Universidad Central del Ecuador (Ecuador)

Gonzalo Díaz Troya, PhD. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

Alejandro Recio Sastre, PhD. Universidad de Chile (Chile)

Mario Madroñero, PhD. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Colombia)

Mario Morenza, Mg. Universidad Central de Venezuela (Venezuela)

**CUERPODEVOCES EDICIONES**

Mail: [cuerpodevoces@gmail.com](mailto:cuerpodevoces@gmail.com)

Web: [www.cuerpodevoces.com](http://www.cuerpodevoces.com)

Teléfono: 0984172663. Manta

**Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación**

©Mabel Font Aranda

©Natacha Pahola Díaz Rodríguez

©Gustavo Xavier Álvaro Silva

©Emil Viera Manzo

Diseño de portada: Isaac Vélez (Hidropixel Agencia)

Imagen portada: Pexels

Registro SENADI: N° QUI-066138

ISBN: 978-9942-631-16-9

Primera edición: agosto de 2024

Manta, Ecuador

Prólogo.....7

CAPÍTULO 1

ESBOZO DE PROYECTO PARA LA GESTIÓN  
Y LA MEJORA DE LA CALIDAD TURÍSTICA EN MANABÍ.....11

Mabel Font Aranda

CAPÍTULO 2

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN DIVERSOS ESCENARIOS TURÍSTICOS.....33

Natacha Pahola Díaz Rodríguez

CAPÍTULO 3

APORTES AL TURISMO, DESDE LA ACADEMIA AL TERRITORIO,  
UN ENFOQUE HOLÍSTICO.....97

Gustavo Xavier Álvaro Silva

CAPÍTULO 4

GESTIÓN DE LA CALIDAD, BUENAS PRÁCTICAS Y LA INNOVACIÓN  
EN EMPRESAS GASTRONÓMICAS DE LA CIUDAD DE MANTA.....155

Emil Viera Manzo

CAPÍTULO 5

FORMACIÓN PROFESIONAL Y BUENAS PRÁCTICAS DE  
GESTIÓN INTEGRADA E INTELIGENTE PARA LA CALIDAD TURÍSTICA.....183

Mabel Font Aranda



## **PRÓLOGO**

El turismo es una actividad económica que adquiere gran importancia en la actualidad por el aporte a las economías nacionales y locales, porque involucra personas de todos los sectores y por las numerosas funciones que puede cumplir. También, es una necesidad descansar para recuperar energías y regresar al trabajo; de otra parte, las migraciones intensas y la separación de los miembros de las familias exigen el reencuentro en algún momento. Pero muchas y variadas razones motivan además el desplazamiento de las personas de su lugar de residencia, por estudios, negocios, salud, unido a la tendencia de aumentar los días de receso. Dado que es una alternativa viable de ocupación laboral, es frecuente que individuos con aptitudes y actitudes específicas emprendan en alojamiento, restauración, transportes, recreación, configuración de viajes, entre otras. A la par la oferta de carreras vinculadas al turismo y los cursos de capacitación afines, aunque proliferan no siempre abarcan el total de los entes involucrados en dichos servicios.

Dado el escenario que caracteriza el auge de la actividad turística se impone llevar a cabo una gestión en turismo que garantice la satisfacción de los clientes y que esté en correspondencia con la dinámica que caracteriza el mundo actual. Para que un turista se sienta satisfecho y sobrepase

las expectativas del viaje, numerosos actores deben confluir y están implicados en cada una de las etapas del ciclo del viajero. Es así, que la gestión integrada de todos los procesos y el logro de un perfecto engranaje a nivel del destino requiere de la participación de los gestores en la organización, planificación, ejecución y control armonioso de cada tarea en la prestación de un servicio de calidad.

A lo ya expuesto, se incorpora el intenso auge de las tecnologías de la información y la comunicación lo que mina todas las esferas de la sociedad y la economía y se convierte en una necesidad la gestión inteligente de los negocios turísticos. El empleo de softwares para desarrollar las distintas acciones y operaciones a nivel de empresas, entidades y territorios permiten la eficiencia, eficacia y efectividad del turismo. La entrega en el tiempo establecido del servicio, el cumplimiento de los compromisos con el consumidor y su satisfacción están relacionados con el empleo de los últimos adelantos de la ciencia y la técnica. Las redes sociales y el internet constituyen canales de comunicación y distribución que marcan la imagen de las ofertas e impactan de forma positiva o negativa de acuerdo con el empleo que se le dé.

La realidad expresada en los párrafos anteriores permite comprender la importancia de la formación del profesional en el ámbito del turismo y la búsqueda de alternativas para acercar al futuro especialista a la práctica de este servicio y de sus exigencias. La investigación aplicada, proporciona el empleo de los métodos, técnicas y herramientas de investigación para la solución de determinados problemas de la sociedad. Cuando se aprovecha la investigación

acción participativa para transformar negocios propios, de familiares o del territorio donde reside el educando, el nivel de pertinencia y responsabilidad es mayor. Durante la formación del profesional en un contexto así, transforma la realidad a la vez que se prepara y adquiere hábitos, habilidades, destrezas para prestar un servicio de calidad en turismo.

La obra que se presenta es fruto de la realización del proyecto institucional de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) titulado “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”; cuyo colectivo de investigadores muestra de forma sintética los hallazgos encontrados a través del proceso de ejecución entre los años 2020 a 2024. Cada autor desde su perspectiva organiza las contribuciones obtenidas en el desarrollo de las tareas correspondientes y con la incorporación de un grupo de estudiantes de las carreras de Turismo y de Hospitalidad y Hotelería, mediante la investigación formativa. El libro se estructura en capítulos, donde el primero muestra la idea de partida, el diseño teórico y metodológico general. Los capítulos subsiguientes no están estrictamente atados a esa lógica, pues dado el alcance del proyecto y el carácter inductivo de ejecución, cada investigador pudo asumir una arista del problema.

Se pretende ofrecer una herramienta no solo para la investigación en turismo, sino también para la gestión de empresas, entidades y territorios turísticos que estén enfocados en la mejora de la calidad turística incorporando los enfoques integrados e inteligentes. Sin duda, este

Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

documento ofrece pautas para armonizar los procesos sustantivos de la universidad con el desempeño práctico de la actividad turística.

DRA. MABEL FONT ARANDA, PHD

## CAPÍTULO 1

### **ESBOZO DE PROYECTO PARA LA GESTIÓN Y LA MEJORA DE LA CALIDAD TURÍSTICA EN MANABÍ**

MABEL FONT ARANDA

#### **RESUMEN**

En la actualidad el turismo es una actividad económica que tiene gran connotación para las economías nacionales y locales debido a la capacidad de esta para dinamizar los distintos sectores productivos. En este contexto, se requiere una gestión que integre a todos los actores y que aproveche las tendencias y beneficios que brinda la tecnología de la información y comunicación. Por lo antes mencionado, se demanda fraguar acciones que impulsen dichas formas de administración, como lo ha sido el proyecto ejecutado, cuya tipología aplicada, demuestra en la práctica los principios de la gestión integrada e inteligente en post de la calidad turística en el territorio manabita. Se centra en las ciencias sociales empresariales en el área del turismo y los postulados que facilitan de forma inteligente los procesos.

#### **DATOS GENERALES**

El proyecto de investigación: metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí, fue aprobado con máxima calificación en la convocatoria del año 2020 por la

Dirección de Investigación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Comenzó a desarrollarse y a rendir sus primeros resultados en el año 2021. La ejecución del financiamiento de 3800 dólares inició la ejecución a partir de ese propio año y hasta el cierre en julio de 2024. Si bien la ULEAM financió el proyecto y los investigadores principales están adscritos a ella, algunas acciones de estudio fueron auspiciadas y apoyadas con recursos humanos, tiempos y espacios de otras entidades involucradas en alianzas estratégicas con diferentes empresas del territorio y especialistas de la Universidad de las Islas Baleares (España) y la Universidad Técnica de Manabí (Ecuador).

Como antecedente del proyecto y el surgimiento de la idea está la participación en una estancia corta de investigación posdoctoral en la Universidad de las Islas Baleares. La adjudicación de una beca por la Fundación Carolina (España) a la líder del proyecto constituye el punto de partida dada la posibilidad de constatar la experiencia del país de estancia en materia de turismo inteligente y su gestión integrada, a más de las nuevas tendencias que sientan las bases para esta contribución.

### **OBJETIVO GENERAL**

Aplicar una metodología para la gestión integrada e inteligente de destinos turísticos en la provincia Manabí, que implique la vía inductiva de la participación voluntaria de empresarios, a través del entrenamiento por los entes universitarios y que tribute a la mejora homogénea de la calidad turística en el territorio.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Sistematizar las bases teóricas sobre la gestión turística integrada e inteligente en un glosario técnico que sirva a los gestores de empresas privadas, comunitarias y públicas en la operación.
2. Determinar el organigrama funcional y los criterios técnicos para la identificación y selección de las empresas participantes en el proyecto.
3. Estructurar los entrenamientos apoyados en manuales de gestión y buenas prácticas, según actividades turísticas, los estándares internacionales y especificidades del destino.
4. Identificar los indicadores clave que permitan la evaluación, control y ejecución de mejora homogénea de la calidad en las diferentes dimensiones del funcionamiento de empresas y destinos turísticos.
5. Desarrollar mecanismos para estimular el involucramiento sucesivo de mayor cantidad de empresas turísticas, comunitarias y públicas a la gestión integrada e inteligente del destino y la mejora homogénea de la calidad turística en el territorio.

## **HIPÓTESIS PRINCIPAL**

La aplicación de una metodología que estimule la inclusión sucesiva y voluntaria de empresas privadas, comunitarias y públicas a la gestión integrada e inteligente de destinos turísticos, se revertirá en la mejora homogénea de la calidad turística en el territorio manabita.

## **DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO**

### **INTRODUCCIÓN**

Es importante investigar sobre el tema porque se ha demostrado la necesidad de implantación de modelos de referencia y sistemas para garantizar la calidad en el turismo, las organizaciones y los destinos que buscan el reconocimiento del mercado, ya sea a nivel local, nacional o global. La calidad significa atención, innovación y excelencia; “en un destino turístico, se trata de alcanzar una *masa crítica* que sea representativa de entidades, tanto del sector público como del privado, comprometidas y coordinadas” (Organización Mundial del Turismo, 2015).

En Ecuador en el Eje Desarrollo Económico se señala el Objetivo 5. Fomentar de manera sustentable la producción mejorando los niveles de productividad. Específicamente expresa la Política 5.4 Posicionar al destino Ecuador en el mercado nacional e internacional en función del desarrollo equilibrado de la oferta turística, generación de alianzas estratégicas y la gestión integral del territorio (Secretaría Nacional de Planificación, 2024). Este último aspecto, solo se logra con una gestión integrada de los territorios, los destinos turísticos, las empresas, respecto al turismo. PLANDETUR 2030, declara el primer eje estratégico de intervención el Destino y Calidad y como segundo eje estratégico Conectividad y Digitalización.

El problema se expresa de la siguiente forma:

A nivel de la provincia Manabí, los problemas prioritarios relacionados con la gestión turística de acuerdo con Proaño y Ramírez (2017, p. 71) y SENPLADES (2019, p. 42) son: Inequidad y debilidad en la calidad, problemas de certificación

de la calidad, baja propensión a la innovación, desarticulación en la gobernanza. Todos los aspectos referidos, están estrechamente relacionados con el tema de investigación.

Al respecto se conoce que España se sitúa en una posición de liderazgo respecto al desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), gracias al programa piloto de SEGITTUR, enmarcado a su vez en el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT, 2012–2015). Además, la aprobación de la norma UNE 178501 para la implantación de sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes, así como la norma UNE 178502, cuyo objetivo es la definición de indicadores y herramientas para la gestión de DTI (Celdrán, 2018). Cinco ejes estratégicos consideran la implementación de UNE 178501: Gobernanza, Innovación, Tecnología, Accesibilidad universal y Sostenibilidad. Criterio también asumido por la OMT (2019b, p. 11), “Los cinco pilares y su interrelación constituyen el elemento fundamental de la transformación de un destino inteligente, y la organización de gestión de destino (OGD) se encuentran en el centro de dicha transformación”.

La presente investigación utiliza antecedentes metodológicos SICTED (Secretaría de Estado de Turismo de España) y del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED). Aunque los escenarios son totalmente diferentes, Font (2020), sistematizó varias metodologías y conformó unas secuencias de pasos que se pretende aplicar en esta propuesta. La metodología por emplear tiene como esencia el carácter experimental transformador y el enfoque inductivo, dado que parte de la decisión voluntaria de las empresas para someterse al experimento y transformar los estilos de gestión empresarial con una visión integrada

e inteligente, enfocada hacia la mejora de la calidad, luego incidir en el crecimiento de otras empresas que lo soliciten.

Respecto al dónde y cuándo de la investigación, esta se planificó a ejecutar durante dos años de abril 2020 a abril 2022, en destinos seleccionados de la provincia Manabí, la experimentación será tentativamente en Puerto López y Manta. En la práctica durante la ejecución, debido a la incidencia de la pandemia COVID-19 se extendió el periodo de ejecución hasta julio de 2024. Además, dada la armonización con los trabajos de titulación se seleccionaron entidades, empresas y territorios turísticos en otros cantones como Jipijapa, Portoviejo, Montecristi.

### **MARCO CONCEPTUAL**

Se presentan los conceptos asociados a las palabras clave, de acuerdo con autores u organismos que marcan pautas al respecto. En el documento Definiciones de Turismo de la OMT (2019a), se abordan la mayor cantidad de estos conceptos, ya que constituyen temas de relevancia mundial en la actualidad.

Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado (OMT, 2019a).

En la gestión de destinos turísticos se destaca la

organización de gestión/marketing de destino (OGD/OMD) conformada por diversas autoridades, agentes y profesionales, en una configuración colectiva. Las OGD, incluyen diferentes estructuras y la tendencia es hacia las alianzas público-privada, y su función esencial es iniciar, coordinar y gestionar ciertas actividades, tales como la aplicación de políticas turísticas, la planificación estratégica, el desarrollo de productos, la promoción y el marketing y el trabajo de los Convention Bureau (OMT, 2019a). En este ámbito, se asume la premisa planteada por Salessi (2017), la inclusión y la participación social constituyen elementos intrínsecos a los espacios y destinos turísticos, para que de esa forma inteligencia e inclusión se vinculen entre sí. Estos aspectos son considerados en la gestión integrada del destino.

Los destinos turísticos inteligentes se nutren de datos, gobierno abierto, y participación ciudadana configurados en una matriz altamente flexible y dinámica cuya estructura se autodefine y se reconstruye por medio del cambio y la retroalimentación constante. Se promoverá el uso compartido de buenas prácticas con otros destinos turísticos, a fin de obtener áreas de mejora —superadoras— en cuanto a la prestación de productos y servicios turísticos de calidad, y la detección de problemáticas comunes entre municipios o comunidades, construyendo modelos replicables que actúen como guía de referencia en otras ciudades o destinos interesados en esta visión de proyecto colectivo (Salessi, 2017).

Un Destino Turístico Inteligente (DTI) puede ser entendido como “un espacio turístico innovador, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del

territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes” (SEGITTUR, 2018). En este contexto, cuatro conceptos-eje centrales tales como la innovación, la tecnología, la accesibilidad universal y la sostenibilidad constituyen los requisitos estructurales para la creación de nuevos modelos de destinos turísticos inteligentes DTI (Salessi, 2017). Los datos abiertos en turismo son mínimos, lo que manifiesta que la apertura de datos en turismo se encuentra en fase de desarrollo (Celdrán, 2018).

Acercado de la calidad la OMT (2015), señala que contempla tres niveles de actuación:

1. Organizativo, que incluye sensibilización y compromiso, desarrollo de procedimientos y planificación,
2. Operativo, que permite acceder a la mejora continua con la ayuda de herramientas y sobre la base de una revisión constante del desempeño, y
3. Reconocimiento, que representa una variable estratégica y comercial, verificada por el mercado a través de la labor de empresas auditoras y entidades de certificación, y que se reconoce y estima por medio de marcas de prestigio o conformidad.

La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica

también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural. La calidad, por ser uno de los motores clave de la competitividad turística, es también una herramienta profesional para los proveedores turísticos a efectos organizativos, operativos y de imagen.

### **Rol de la universidad**

La universidad tiene la responsabilidad de poner en manos de la sociedad los últimos adelantos de la ciencia y la técnica; a través del claustro de profesores y estudiantes debe tributar permanentemente a la mejora de la calidad de productos y servicios del territorio. En el Modelo Educativo de la ULEAM, se plantea que El dominio de Economía social y solidaria para el Buen Vivir, se configura desde ambientes de aprendizaje innovador, entendida la innovación como la acción permanente realizada mediante la investigación para buscar soluciones a los problemas planteados. El ámbito del proyecto es un espacio ideal para que los estudiantes muestren su creatividad; los profesores a la vez que aportan sus conocimientos transforman la realidad y es el momento idóneo para desarrollar alianzas estratégicas.

### **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo contribuir a la mejora de la calidad en destinos turísticos de la provincia Manabí?

### **JUSTIFICACIÓN**

La calidad en el destino desde la perspectiva de la gestión integrada e inteligente del destino aporta a todos (OMT, 2015):

- Ventajas al cliente turístico: asegura la adecuación a las necesidades y expectativas del cliente, la calidad disminuye la incertidumbre, genera confianza en la capacidad de respuesta del proveedor.
- Calidad para las empresas permitirá diseñar servicios y productos mejores, incremento de las ventas, mejoras en el entorno de trabajo, mayor eficiencia, mayor satisfacción del turista, más competitiva.
- Calidad del destino: imagen, posicionamiento y competitividad, cohesión entre entes, beneficios a la población local.

Porque de la calidad depende que los consumidores se sientan satisfechos y regresen. Los diferentes documentos oficiales declaran el rol de la calidad en los servicios (Ley de Turismo, PLANDETUR 2030, Plan Nacional de Desarrollo). De la calidad depende la imagen de las empresas y el destino.

A lo anterior se agrega que han sido numerosos los cursos y talleres que abarcan el tema de la calidad, sin embargo, existen notables falencias, de modo que la metodología que se propone modifica la lógica predominantemente empleada. Por lo general, la gestión del destino parte de pautas establecidas desde la dirección de Turismo y se abordan los mismos aspectos. Lo que se pretende es personalizar las necesidades de transformación. Por lo tanto, se emplea la vía inductiva y el entrenamiento ajustado a las peculiaridades de la empresa, una vez que esta mejora, se convierte en ejemplo a seguir e involucra a otras empresas. Si mejora la calidad de las empresas, también mejora la del destino. Estos preceptos son validados en el territorio manabita, dado el contexto de incidencia de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y

de la procedencia del predominio de los estudiantes de las carreras vinculadas al turismo.

## **METODOLOGÍA**

### **a- Diseño del estudio**

Es una investigación aplicada que implica una transformación experimental. Se sigue la lógica planteada por Font (2020).

Pasos generales.

Fase I. Estructura organizativa en el destino. Aplicable y ajustables a la realidad de Manabí; los criterios de estructura y mesa de calidad de SICTED (Secretaría de Estado de Turismo, 2019b) Incorporación voluntaria de los empresarios turísticos para transformar sus negocios a calidad total.

Fase II. Creación de las bases para la constitución de un cantón turístico integrado -inteligente. Expresado de otra forma (Modificado de Font, 2002), considera los cinco pilares y su interrelación como elemento fundamental de la transformación de un destino inteligente (SEGITTUR, 2018, p.13).

Fase III. Elaboración de manuales según actividad turística. (Font, Blanco y Parra, 2016, p. 7)

Fase IV. Implementación y ciclos de entrenamiento-evaluación. Aplicable propuesta la propuesta de Secretaría de Estado de Turismo (2019c).

Fase V. Control a partir de indicadores. Reconocimiento a los cumplidores. Distinción por el aporte al destino turístico integrado e inteligente. Indicadores de los componentes del sistema turístico. Todo se armoniza en los SIG y en las TIC - Destino turístico inteligente.

Fase VI. Talleres de retroalimentación. Expresa el fin de los

ciclos y el ascenso a metas superiores. Mejora Continua de la Calidad Turística, calidad total de las empresas y el destino. Toma de decisiones oportunas.

Los objetivos específicos se cumplen a través de actividades, a partir del segundo se repiten cíclicamente de acuerdo con la empresa, entidad o territorio estudiado. Esta es una lógica general que no necesariamente exige un cumplimiento estricto de cada paso (Tabla 1).

**Tabla 1**

*Actividades según objetivos específicos definidos*

<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>
1- Sistematizar las bases teóricas sobre la gestión turística integrada e inteligente en un glosario técnico que sirva a los gestores de empresas privadas, comunitarias y públicas en la operación.	Identificación de temas transversales Organización del glosario técnico Desarrollo del glosario, distribuyendo por temas.
2- Determinar el organigrama funcional y los criterios técnicos para la identificación y selección de las empresas participantes en el proyecto.	2.1- Creación de la estructura orgánica (Mesa de Calidad) 2.2- Determinación de criterios técnicos para la identificación de empresas participantes en el experimento. 2.3 Selección de empresas participantes.
3- Estructurar los entrenamientos apoyados en manuales de gestión y buenas prácticas, según actividades turísticas, los estándares internacionales y especificidades del destino.	3.1 Diagnóstico de intereses, necesidades, procesos débiles 3.2 Diseño de los programas de entrenamientos 3.3 Construcción de los manuales de gestión y buenas prácticas.

<p>4- Identificar los indicadores clave que permitan la planificación, ejecución, evaluación, control de la mejora homogénea de la calidad en las diferentes dimensiones del funcionamiento de empresas y destinos turísticos.</p>	<p>4.1 identificación de indicadores de evaluación                  4.2 Planificación del proceso                  4.3 Ejecución                  4.4 Evaluación                  4.5 Control</p>
<p>5- Desarrollar mecanismos para estimular el involucramiento sucesivo de mayor cantidad de empresas turísticas, comunitarias y públicas a la gestión integrada e inteligente del destino y la mejora homogénea de la calidad turística en el territorio.</p>	<p>5.1 Retroalimentación                  5.2 Toma de decisiones oportunas                  5.3 Certificación o Reconocimiento a la mejora de la calidad                  5.4 Declaración de nuevos entrenadores</p>

---

### **b- Sujetos y tamaño de la muestra**

Participan empresarios y gestores del turismo en destinos turísticos seleccionados de la provincia Manabí, tentativamente Manta y Puerto López. Se aplica un muestreo intencional y por conveniencia, considerando los tipos de empresas turísticas que existen en el territorio y los gremios empresariales interesados en participar.

### **c- Definición de variables**

Las variables se asocian a los temas que estructuran la investigación, pero partiendo de las partes al todo, las empresas turísticas del destino constituyen el elemento principal que aporta a la imagen de calidad del destino, si se garantiza un nivel homogéneo de la gestión de la calidad en empresas, esto se revierte a una imagen de calidad total del destino.

- Gestión integrada del destino turístico
- Gestión inteligente del destino turístico

- Gestión de la calidad del destino turístico
- Gobernanza
- Innovación
- Tecnología
- Accesibilidad universal
- Sostenibilidad

#### **d- Medición de variables y procedimientos**

Mediante listas de chequeo que considere ponderaciones, matrices y estadísticas descriptivas que permitan dar seguimiento al comportamiento de las evaluaciones sucesivas. Ciclos de entrenamientos, apadrinamientos y evaluación para alcanzar mejoras y que estén acorde con estándares de calidad turística.

#### **f. Manejo de datos**

Se emplea referentemente Excel y SPSS. La representación gráfica permite visualizar el estado de la calidad y los estilos de gestión que consideren la participación de todos los entes involucrados y la gestión integrada del destino.

#### **CONSIDERACIONES ÉTICAS**

Acorde con el Reglamento del Régimen Académico (2019) en el Título IV. Investigación. Capítulo I. Investigación institucional y ética se precisa en la pág. 21:

Se entiende por fraude o deshonestidad académica toda acción que, inobservando el principio de transparencia académica, viola los derechos de autor o incumple las normas éticas establecidas por la IES o por el profesor, para los procesos de evaluación y/o de presentación de resultados de aprendizaje, investigación o sistematización. Configuran conductas de fraude o deshonestidad académica,

entre otras, las siguientes:

a) Apropiación de ideas o de información de pares dentro de procesos de evaluación.

b) Uso de soportes de información para el desarrollo de procesos de evaluación que no han sido autorizados por el profesor.

c) Reproducción en lo substancial, a través de la copia literal, la paráfrasis o síntesis de creaciones intelectuales o artísticas, sin observar los derechos de autor.

d) Acuerdo para la suplantación de identidad o la realización de actividades en procesos de evaluación, incluyendo el trabajo de titulación.

## **RESULTADOS**

- Glosario de términos asociados al turismo.
- Indicadores de gestión turística.
- Sistema de entrenamientos, según tipos de empresas turísticas.
- Programas de entrenamientos sobre buenas prácticas.
- Diagnósticos sistemáticos y propuestas de transformación.
- Artículos de alto impacto.
- Ponencias en eventos científicos.

## **IMPACTOS DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DEL PROYECTO**

Ambientales: si mejora la calidad del destino y las empresas, disminuyen los consumos de recursos como agua, electricidad, mejora el ambiente, la jardinería, las relaciones humanas, la salud.

Económico: aumenta la demanda por los servicios y ofertas del destino y las utilidades. Mayor control y registro de los recursos consumidos (humanos, financieros, tecnológicos, otros).

Social: se eleva la preparación técnica-profesional de los empresarios y prestadores de servicios involucrados. Los efectos en las familias de los trabajadores de esas empresas como resultado del incremento de los consumidores, de las ventas, de la imagen.

Cultural: se aprovecha más la identidad, porque se emplea como tema alegórico, como imagen, se divulga más el patrimonio.

Tecnológico: funcionamiento del arsenal que existe en este ámbito y ahorro de recursos por la mayor rapidez de los procesos con menor esfuerzo. Factibilidad del marketing y la forma de llegar a los clientes, los sistemas de reservas y de procesamiento de información. Información de cada empresa más organizada y disponible para distintos públicos.

Político: compromiso entre los directivos del destino y los servidores turísticos, fortalecimiento de las alianzas entre empresas públicas y privadas u otros tipos de alianzas.

La información y literatura técnico-operativa para la gestión y para los procesos de enseñanza y aprendizaje de instituciones relacionadas con la gestión turística.

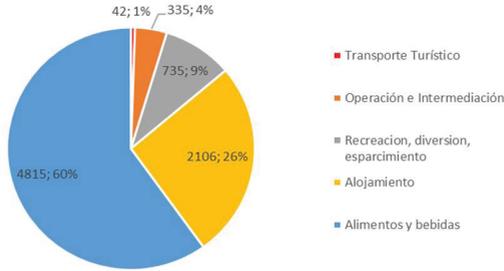
### **BENEFICIARIOS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO**

Está asociado a las empresas que voluntariamente deciden formar parte del proyecto. Aquellos que son trabajadores de las empresas participantes. El universo de investigación está representado por todos los establecimientos turísticos de la provincia Manabí y los empleados involucrados. Las

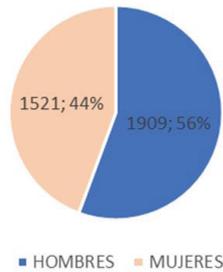
estadísticas corresponden a las existentes durante el diseño del proyecto (Figura 1).

**Figura 1**

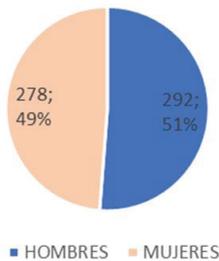
*Empleados por actividades turísticas en la provincia Manabí (2018)*



*Composición por género de la fuerza laboral del cantón Manta (2018)*



*Composición por género de la fuerza laboral del cantón Puerto López (2018)*



Nota. Ministerio del Turismo (2018a)

## INVESTIGADORES PARTICIPANTES

Participan en este proyecto profesores de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, también en determinadas acciones se involucran profesionales de otras universidades (Tabla 2).

**Tabla 2**

*Investigadores del proyecto*

<b>Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí</b>	
<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Desempeño</b>
Dra. Mabel Font Aranda	Líder
MBA. Emil Viera Manzo	Colíder
Dr. Xavier Álvaro Silva	Investigador
Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez	Investigadora
MSc. Bárbara Fernández Sanabria	Investigadora
Universidad Técnica de Manabí	
Dra. Neyfe Sablón Cossío	Investigadora
Universidad de Islas Baleares	
Dra. Juana María Petrus Bey	Investigadora
Dra. Mauricio Ruiz Pérez	Investigadora

Los estudiantes de pregrado y posgrado a través de la investigación formativa juegan un papel crucial en la planificación y ejecución de las tareas. En particular se destaca la posibilidad de involucrar el propio negocio en la experiencia o de familiares y amigos dispuestos a participar como objeto y sujeto de investigación.

## REFERENCIAS

- Consejo de Educación Superior. (2019). *Reglamento de Régimen Disciplinario*. RPC-SO-08-No. III-20 19. República del Ecuador.
- Celdrán, M. (2018). Nuevos escenarios para la planificación

- y gestión del turismo. El enfoque destinos turísticos inteligentes (Summary of Doctoral dissertation, Universidad de Alicante, Spain). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 79, 2727, 1–12.
- Font, M. (2020). *Gestión integrada e inteligente de destinos turísticos y Sistemas de Información Geográfica* [Informe postdoctoral, Becas Fundación Carolina. Estancia Corta Universidad de Las Islas Baleares].
- Font, M., Blanco G. y Parra W. (2016). Lineamientos metodológicos para la elaboración de manuales de procedimientos sobre gestión por procesos en alojamientos turísticos. *V Evento Internacional la Universidad en el siglo XXI*. octubre 2016. <http://sigloxxi.esпам.edu.ec/Ponencias/V/ponencias/5.pdf>
- Ivars-Baidal, J. y Vera, J. (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: planificación turística inteligente. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 2765, 1–31. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2765>
- Ivars-Baidal, J., Celdrán-Bernabeu, M., Mazón, J. & Perles-Ivars, Á. (2017). *Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management?*
- MINTUR. (2019). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Ecuador*. Plandetur 2030.
- MINTUR. (2018a). *Catastro turístico de establecimientos a nivel nacional*. Departamento de Investigación y Estadística.
- MINTUR. (2018b). *Rendición de cuentas 2018*. [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
- MINTUR. (2019a). *Ecuador: Turismo en cifra. Inicio turismo*

- en cifras*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>
- MINTUR (2019). *Indicadores turísticos 2018 - 2019* <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/IndicadoresDeTurismo/Indicadores-de-Turismo-2018-2019.pdf>
- MINTUR. (2019b). *El turismo en Ecuador cuenta con cinco hitos en 2019*. <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-en-ecuador-cuenta-con-cinco-hitos-en-2019/>.
- MINTUR. (2019c). *Doing Business. Manual para hacer Negocios Turísticos en el Ecuador*. [http://investecuadortourism.com/wp-content/uploads/2019/07/DOING-BUSINESS-TURISMO-JULIO\\_compressed.pdf](http://investecuadortourism.com/wp-content/uploads/2019/07/DOING-BUSINESS-TURISMO-JULIO_compressed.pdf)
- MINTUR - Coordinación Zonal 4. (2017). *Mapa turístico de Manabí*. <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/169414-15-lugares-tur%C3%ADsticos-de-manab%C3%AD-principales-atractivos-tur%C3%ADsticos>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos – Conceptos, implementación y herramientas para autoridades, instituciones y gestores de destinos*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (OMT). (2019a). *Definiciones de turismo de la OMT*. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- Organización Mundial del Turismo. (2019b). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD) – Preparando las OGD de cara a nuevos retos*. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420933>

- Salessi, M. (2017). *Destinos Turísticos Inteligentes: Una perspectiva desde la inclusión social y la participación comunitaria*. Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo. Universidad de Alicante, 26 y 27 de octubre de 2017, p. 215. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70141/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>
- SEGITTUR. (2018). La estrategia española de destinos turísticos inteligentes. *Jornadas Europeas, sostenibilidad y territorios inteligentes*, 5 de abril de 2018. Madrid.
- Secretaría Nacional de Planificación. (2024). *Elaboración del Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024 - 2025*. ISBN: 978-9942-22-592-4. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/02/PND2024-2025.pdf>



## CAPÍTULO 2

### **GESTIÓN DE LA CALIDAD EN DIVERSOS ESCENARIOS TURÍSTICOS**

NATACHA PAHOLA DÍAZ RODRÍGUEZ

#### **RESUMEN**

Este trabajo es una recopilación de los resultados de varios proyectos de investigación de grado, cuyo objetivo es el de sintetizar aportes de investigación procedentes de titulaciones de estudiantes de la carrera de turismo, en relación con la gestión de la calidad turística y el desarrollo de la gestión integrada de destinos inteligentes en diversos ámbitos de la provincia, Manabí-Ecuador. La metodología utilizada se sustenta en un enfoque cuanti-cualitativo, basado en la recolección de datos, mediante instrumentos que se concretan en encuestas, entrevistas, revisión documental y procesamiento estadístico. Se ha determinado la eficiencia de los locales investigados mediante las preguntas directas en la encuesta y la entrevista a clientes y residentes, lo que facilita la toma de decisiones en el ámbito de las organizaciones intervenidas mediante la investigación. Se determinó y analizó la percepción por parte del turista de la calidad ofrecida, por medio de la recolección de información tomando en cuenta los componentes y principios, mismos que están afectando directamente en la satisfacción del cliente. La compilación aporta conocimientos válidos para la toma de decisiones en diversos espacios de la provincia de Manabí, en condiciones post COVID-19; está orientada al mejoramiento de la calidad del destino turístico, con la finalidad de mejorar la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos, servicios turísticos, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura, instalaciones

y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural.

## **INTRODUCCIÓN**

Este capítulo es una valiosa compilación de escritos que articulan temas conceptuales, empíricos, históricos y prácticos relacionados con la gestión integrada e inteligente de destinos. El mismo está orientado por su utilidad metodológica y práctica a empresarios, gobierno, gestores turísticos, y a ampliar la calidad de la docencia de pregrado y postgrado de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Basado en estos criterios el propósito de este capítulo consiste en proporcionar un análisis que articule la variedad de enfoques existentes en los estudios que se realizan.

La provincia de Manabí, ubicada en la región costera de Ecuador, es un destino turístico con un alto potencial debido a sus hermosas playas, rica cultura y biodiversidad. Sin embargo, a pesar de estas ventajas, el desarrollo turístico en Manabí ha enfrentado varios desafíos que han impedido una gestión eficiente y sostenible de sus recursos turísticos. La falta de planificación integral, la gestión deficiente de los recursos naturales y culturales, y la carencia de infraestructura adecuada son algunos de los problemas que afectan negativamente la competitividad y sostenibilidad del turismo en esta región.

En un mundo cada vez más interconectado y competitivo, los destinos turísticos deben adaptarse a las nuevas tendencias y tecnologías para ofrecer experiencias únicas y sostenibles a los visitantes. La gestión integrada e inteligente de destinos turísticos se presenta como una solución innovadora para

abordar estos desafíos. Esta gestión implica la utilización de tecnologías de la información y comunicación (TIC), el análisis de datos y la cooperación entre distintos actores (gobierno, sector privado, comunidades locales y turistas) para mejorar la planificación, promoción y administración de los destinos turísticos.

El objetivo principal de este capítulo es mostrar los resultados obtenidos en varias investigaciones realizadas por estudiantes de turismo y hospitalidad en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, los cuales permiten optimizar el uso de los recursos disponibles, mejorar la experiencia del visitante, fomentar la inclusión y sostenibilidad del turismo en la provincia.

Este estudio es de gran importancia debido a la necesidad urgente de transformar el sector turístico de Manabí en un motor de desarrollo económico y social sostenible. La implementación de una gestión integrada e inteligente no solo mejorará la eficiencia y efectividad de las operaciones turísticas, sino que también contribuirá a la conservación del medio ambiente y la preservación de la cultura local, beneficiando tanto a la comunidad residente como a los visitantes.

Para alcanzar los objetivos propuestos por cada trabajo investigativo realizado, se empleó una metodología mixta que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas. Se realizaron encuestas y entrevistas a actores clave del sector turístico, así como análisis de datos provenientes de diversas fuentes (informes gubernamentales, estadísticas turísticas, estudios académicos, etc.). Además, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura sobre la gestión inteligente de

destinos turísticos y se analizaron casos de éxito en otros lugares del mundo.

Los resultados se evidencian a través de la ejecución de los proyectos realizados por estudiantes graduados de la carrera hospitalidad, hotelería, y turismo vinculado en el proceso de titulación en los dos últimos periodos que realizaron sus tesis en diversos temas, los cuales, aportaron dentro de su investigación al proyecto: “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística provincia de Manabí”.

Los resultados del capítulo se los presenta de dos maneras.

a.- Análisis de afectaciones y reactivación turística post Pandemia COVID-19.

b.- Análisis de resultados de la activación turística sostenible en diversos sectores de playa, teniendo en cuenta la accesibilidad, protección ambiental, e identidad gastronómica cultural.

Como aporte al proyecto se vincularon las propuestas de titulación de estudiantes de las carreras antes mencionadas, obteniendo resultados satisfactorios, que fueron entregados a cada representante de empresas y/o personas de las comunidades intervenidas, mejorando los procesos en cuanto a la gestión y calidad ofertada en estas localidades. Dichos resultados se muestran a continuación en la tabla 1.

**Tabla 1**

*Propuestas de titulación de estudiantes de las carreras de Hospitalidad, Hotelería y Turismo*

<b>Nombre del proyecto</b>	<b>Año de ejecución</b>	<b>Estudiante</b>	<b>Tutor</b>
1-Incidencia de los factores socioeconómicos en el turismo de playa producto de la pandemia COVID-19, en los principales balnearios de Manta, Manabí, Ecuador	2021	Cornejo Villamar Kimberly Leylani	Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez, PhD.
2-Operatividad hotelera en el sector Playita Mía y la apertura de sus actividades en el turismo post COVID-19.	2020	Daniel Flores Delgado Marcelo.	Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez, PhD.
3-Ruta turística accesible para turistas con diversos tipos de discapacidad en las playas más concurridas de la ciudad de Manta.	2021	Guerrero Aránea Bryant Cristhian	Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez, PhD.
4-Reactivación Turística en el sector de restaurantes playa El Murciélago cantón Manta.	2022	Dayana Mishelle Holguín Véliz	Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez, PhD.
5-Actividades turísticas sostenibles como aporte a la protección del parque nacional Machalilla año 2021.	2021	Carla Ahylis Tomalá Santana.	Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez, PhD.
6-Identidad y gastronomía manabita como predictores de empoderamiento caso: Chone.	2021	Paulina Palma y Gilda Navarrete	Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez, PhD.

*Nota.* Elaboración propia

## **DESCRIPCIÓN GENERAL**

Los temas de los proyectos de titulación mostrados en la Figura 1, son una expresión de la gestión que se realiza en la región de Manabí, desde las acciones sustantivas, Universidad-Sociedad, en relación con el turismo y la hospitalidad, asociados a la noción geográfica, de la región de Manabí. Estos resultados representan una agrupación de productos, servicios, de actividades y experiencias, que se encuentran en el espacio de la cadena de valor del turismo de la región objeto de estudio. Los mismos permiten experimentar, determinadas sensaciones de transformación de los contextos en que se desarrollan, expresándose en la propuesta de mejorar los atractivos, servicios e inclusión turística que sustentan los diversos intereses que representan.

Los diversos escenarios en que se producen los estudios forman parte de un espacio turístico innovador, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de la experiencia en el destino del visitante y de los residentes, los ejes centrales son innovación, sostenibilidad, accesibilidad universal, y tecnología digital como imperativos estructurales para el desarrollo de novedosos destinos turísticos inteligentes.

Estos estudios más allá de su gran variedad tienen en común la preocupación por mejorar la calidad de la gestión integrada e inteligente de destinos. Los análisis realizados se inscriben, por lo tanto, dentro de una perspectiva sincrónica o transversal en términos de originalidad, que tienen como centro a la gestión de la calidad. Se centran en lo que se

puede mejorar durante el tiempo del viaje o de la estancia, la presencia del turista en la región; teniendo eventualmente en cuenta, la probabilidad de los intereses y opciones de desarrollo socioemocional del turista extranjero, nacional y de los residentes ecuatorianos en las zonas donde se desarrolla la transformación.

Es de destacar que 2 de los 6 temas investigativos expuestos esto equivale a un 41% están relacionados a la mejora de la gestión integrada e inteligente de los destinos turísticos, hacen especial mención del factor COVID-19 que afectó en gran medida a esta provincia después de su erradicación y vuelta a la normalidad. Considerando esta apreciación, esta presentación se estructura en dos partes, en un primer orden el examen de las percepciones post COVID-19, sin dejar de pensar que las visiones restantes también asumen esa perspectiva, una segunda parte, orientada a exponer los resultados en aspectos de impactos en playas, restaurantes, hoteles, áreas protegidas, identidad y gastronomía identitaria.

Los paradigmas de la gestión de los destinos turísticos que concilian todos los participantes, políticas, componentes y partes del sistema, expresado en una gestión integrada, han estado presentes en los procesos académicos de titulación de tal manera que se ha logrado integrar armónicamente las funciones sustantivas que son la docencia, investigación y vinculación, como un ente transformador en la propuesta y ejecución a corto y largo plazo de los proyectos de titulación dentro de la ULEAM.

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación está orientado a una gestión inteligente, que involucra a turistas, comunidades y gestores, y un plus importante dentro

de las propuestas de estos proyectos y básicamente en este capítulo, ha sido la accesibilidad turística, y la incorporación de la inclusión dentro del campo turístico, así mismo se enuncian procesos para la reactivación económica y social post pandemia buscando la integración adecuada de los mismos y tendiendo a mejorar la calidad en todas sus manifestaciones, con especial énfasis en la atención al cliente en cada empresa intervenida.

**Campo de la investigación:** Todo en el turismo está ligado al espacio y al territorio, los sistemas de información utilizados requieren de una respuesta al “dónde” a través de herramientas de análisis y representación de los lugares.

**Su originalidad** está basada en la aplicación de sistemas de gestión en cada uno de los proyectos de titulación planteados por los estudiantes de la carrera de hotelería y turismo, y su relevancia está en el aporte que los mismos dejan dentro de los territorios intervenidos a través de capacitaciones y propuestas a las diferentes empresas turísticas u hoteleras donde realizaron la investigación.

**La importancia** radica en la secuencia de pasos de diversas metodologías y de la teoría sistematizada, enfocan la gestión integrada e inteligente de los destinos turísticos, en el tránsito de las partes al todo. En la práctica, implica la participación voluntaria de empresarios interesados en la mejora homogénea de la calidad turística en el territorio, es por este motivo que en este capítulo se presenta los resultados de las propuestas a través de los diversos proyectos de titulación durante los periodos 2020-2021.

**Aportes teóricos/metodológicos:**

Entre los aportes teóricos y metodológicos se tiene

diversos procesos que se siguieron aplicando metodologías investigativas de carácter teórico-práctico para la obtención de la información y la elaboración de instrumentos de recolección de datos, avalados por expertos en las diversas áreas del conocimiento, dando validez y confiabilidad a la orientación para la toma de decisiones en territorios turísticos y para la comprensión por parte de empresarios y gestores, para revertir la mejora particular de sus negocios, siendo la accesibilidad una herramienta fundamental dentro de la gestión y servicio en los procesos de calidad para la reactivación turística en la zona 4.

Se ha implementado el Modelo teórico de los conceptos que componen la comprensión de la gestión integrada e inteligente de destinos turísticos y territorios para la mejora de la calidad.

Una metodología reconfigurada de otras, para poner en práctica este modelo teórico.

## **METODOLOGÍAS UTILIZADAS**

**Tabla 2**

*Pasos, métodos, técnicas, herramientas y resultados*

<b>Pasos</b>	<b>Métodos, técnicas y herramientas</b>	<b>Resultados</b>
Descripción del área de estudio.	Revisión documental, técnica y bibliográfica.	Determinación del área de estudio.
Identificación de indicadores.	Análisis sintético, comparación y revisión bibliográfica.	Indicadores del área de estudio.

---

<b>Pasos</b>	<b>Métodos, técnicas y herramientas</b>	<b>Resultados</b>
Diseño de instrumentos.	Análisis de test de validez y confiabilidad.	Entrevista a gestores locales.  Encuesta a residentes de las áreas más afectadas.
Determinación de la muestra.	Muestreo simple con fijación proporcional.	Muestra a encuestar.
Recopilación de información.	Documental a través de los canales oficiales de las municipalidades y aplicación de métodos como “bola de nieve”.	Entrevistas y encuestas. Documentos públicos oficiales.
Procesamiento de los datos.	Estadística descriptiva.  Excel.	Gráficos y tablas.
Redacción de los resultados.	Análisis comparativo.	Sistematización de resultados y conclusiones.

---

*Nota.* Tomado de la tesis

## Principales hallazgos. 1

A continuación, se describen los principales resultados obtenidos en cada una de las investigaciones ejecutadas.

**Tema:** Incidencia de los factores socioeconómicos en el turismo de playa producto de la pandemia COVID-19, en los principales balnearios de Manta, Manabí, Ecuador.

**Autor:** Cornejo Villamar Kimberly Leylani

**Tutor:** Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez

### Introducción

El **turismo de sol y playa** es el que se caracteriza por encontrarse en zonas costeras que tienen playas con condiciones climáticas favorables, y que gozan de muchos días soleados y temperaturas suaves que oscilan entre 25 y 30 grados. El turismo de sol y playa es una de las recreaciones turísticas más practicadas y disfrutadas por los viajeros, ya que promete todo lo que unas buenas vacaciones deben ofrecer: diversión, relajación y tranquilidad. Las playas turísticas brindan, además, una gran variedad de actividades capaz de cubrir multitud de ocios.

### Problemática

Como se ha mencionado en el planteamiento del problema acerca de la incidencia del COVID-19 en el turismo de Manta se formulan las siguientes interrogantes: ¿Qué tan afectados se encuentran los prestadores turísticos en las playas de Manta debido a la situación existente por la crisis sanitaria? ¿Antes de la pandemia cuál era la incidencia turística en los balnearios del cantón? ¿Qué medidas se deben adoptar como

estrategia para la reactivación turística?

### **Objeto de investigación**

En la presente investigación se busca conocer el impacto socioeconómico que se ha dado en el turismo debido a los acontecimientos actuales en los balnearios de la ciudad de Manta.

### **Objetivo**

Diseñar un estudio prospectivo que permita conocer la incidencia de los factores socioeconómicos en el turismo de playa producto de la pandemia COVID-19, en los balnearios de Manta.

### **Campo**

La afluencia de personas en los balnearios de Manta antes y durante la crisis sanitaria. El impacto económico de los prestadores de servicios turísticos y de las familias durante la emergencia.

### **Importancia**

La importancia de esta investigación se define en conocer los factores socioeconómicos que han incidido en el turismo de los principales balnearios de Manta frente a la emergencia sanitaria producida por el COVID-19, con la finalidad de que este estudio sirva como análisis a futuras investigaciones o como punto de partida para mejorar oportunidades en la industria, servicios relaciones y la estabilidad económica de sus proveedores y colaboradores que dependen de este comercio. Como aporte a un turismo más fortalecido a nivel local.

### **Posicionamientos teóricos**

El posicionamiento teórico, metodológico y práctico está enfocado en determinar los indicadores necesarios para que

permitan estudiar las percepciones de la condición económica que afecta al turismo de las playas de Manta. La investigación es de tipo descriptiva se utilizaron técnicas, métodos y herramientas como: método analítico-sintético, revisión documentos oficiales, bibliográfica, entrevistas, encuestas y estadística descriptiva. Los resultados demuestran que por causa de la pandemia del COVID-19, la ciudad de Manta sufre un impacto económico muy alto, se prohibió el ingreso a las playas para evitar aglomeraciones, con el fin de mantener el distanciamiento social, por tal motivo se cerraron restaurantes, hoteles y locales comerciales, sin embargo, mucho depende de las autoridades correspondientes de analizar nuevas estrategias para fomentar el turismo caso contrario el impacto económico de Manta sería devastador.

### **Metodologías utilizadas**

En el presente proyecto el diseño metodológico se pretende llevar a cabo bajo la investigación mixta, es decir, desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa. De tal manera que las combinaciones de estos enfoques permitan recopilar datos relevantes mediante las herramientas de aplicación en el sector de estudio, a través de entrevistas realizadas a representantes del turismo y sus servicios relacionados y encuesta a turistas de los balnearios. Con estos instrumentos se pretende comprender la problemática planteada mediante el procesamiento estadístico de esta información, así como también la revisión bibliográfica en torno al sector.

La investigación se efectúa con el propósito de conocer y analizar el grado de incidencia que se ha presentado en los factores socioeconómicos ante la situación crítica por tema de la pandemia, entendiendo que el panorama que se ha

presentado es poco alentador y conlleva a que los pronósticos que se realicen no sean los más favorables posibles, sin embargo, Manta es un cantón que tiene encantos que atraen y deleitan, razón por el cual un estudio ayudará a que se tenga más conocimiento de la situación que acontece pudiendo así tomar medidas que ayude con la reactivación turística y económica.

Dentro de los aspectos generales de la metodología se abarca la estructura general utilizada por autores e investigadores alrededor de estudios con el mismo sistema de enfoque o estudio, tomando para ello las perspectivas generadas por los autores como fuente de análisis cuantitativa, cualitativa o bibliográfica para su posterior revisión e implementación en artículos científicos. A partir de ello, se establece el objeto de estudio y la delimitación de la investigación determinada por variables que permitan desarrollar, investigar y alcanzar los objetivos planteados.

Para desarrollar un efectivo marco teórico que sustente la importancia de abarcar el turismo como fuente de ingreso y de participación económica para un territorio, se toma autores que enfatizan sus estudios a temas alineados al turismo, desarrollo local, factores socioeconómicos que infieren en el turismo nacional, aspectos socioeconómicos en el turismo en las playas de Manta en escenarios de pandemia y una descripción de los balnearios más sobresalientes del cantón. Cada uno de estos epígrafes están dotados de información relevante con respecto a su importancia, características, premisas u otros efectos.

**Tabla 1***Autores y sus fases de aporte metodológico de estudio*

<b>Modelos</b>	<b>Fases metodológicas</b>
Alcívar (2016)	<p>Aspectos económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Afluencia turística</li> <li>• Ingresos para el sector turístico</li> </ul> <p>Aspectos socioculturales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleo</li> <li>• Seguridad para el turista</li> </ul> <hr/> <p>Aspectos medioambientales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de riesgos</li> </ul> <p>Aspectos tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativas del desarrollo local</li> </ul> <p>Instrumentos de evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos focales</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevistas</li> <li>• Revisión bibliográfica</li> </ul>
Arias, Calderón, Loor y Ramos (2017)	<p>Dimensiones e indicadores de investigación</p> <p>Aspectos tangibles</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones físicas</li> <li>• Comodidad</li> <li>• Limpieza</li> </ul> <p>Empatía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención</li> <li>• Servicio personalizado</li> <li>• Confiabilidad</li> <li>• Información clara y pertinente</li> </ul> <p>Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento de empleados</li> </ul> <p>Muestra</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes a la ciudad de Manta</li> </ul> <p>Recolección de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> </ul> <p>Técnicas de análisis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas descriptivas univariabes</li> </ul>

## Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

Cedeño y Cadena (2017)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Determinación de localidad</li><li>• Análisis cuantitativo</li><li>• Determinación de población y muestra</li><li>• Aplicación de encuestas</li><li>• Definición de variables</li><li>• Análisis de resultados</li></ul>
Zambrano (2019)	<p>Diagnóstico turístico</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Delimitación de la zona</li><li>• Análisis de la oferta</li><li>• Análisis de la demanda</li><li>• Análisis FODA</li></ul> <p>Evaluación de las potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificación de las potencialidades</li><li>• Evaluación de las potencialidades turísticas</li></ul> <p>Presentación de los resultados</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Determinar estrategias</li><li>• Determinar programas y proyectos</li></ul>

---

*Nota.* Elaboración propia

### Tabla 2

*Matriz de aplicación metodológica en la investigación*

---

<b>Fase</b>	<b>Método, técnica y herramienta</b>	<b>Resultado proyectado</b>
Análisis del entorno	Revisión demográfica y de actividades productivos, turísticas y comerciales.	Caracterización del lugar de estudio (Manta y sus balnearios).
Tipificación de los indicadores económicos	-Comportamiento del comercio local. -Tasa de desempleo. -Afectaciones por la pandemia. -Nivel de afluencia turística actual.	Análisis de variables económicas a fin de conocer la realidad económica de la localidad.

Diseño de instrumentos de evaluación	<p>-Muestra aleatoria estratificada de los locales y turistas.</p> <p>-Determinación de las proyecciones económicas en cuanto al turismo y el comercio por parte de locales en Manta.</p>	<p>Aplicación de encuestas</p> <p>Aplicación de entrevistas</p>
Recopilación de datos	<p>-Levantamiento y ejecución de herramientas de investigación</p>	<p>Entrevistas y encuestas aplicadas</p>
Tabulación y procesamiento de datos	<p>Proyección gráfica estadística – Excel.</p>	<p>Gráficos y tablas</p>
Redacción y análisis de resultados	<p>Análítico-descriptivo</p>	<p>Sistematización de resultados obtenidos.</p> <p>Discusión</p> <p>Conclusiones generales de datos</p>

---

*Nota.* Elaboración propia

### **Diseño de instrumentos de evaluación**

Los instrumentos de evaluación o herramientas de investigación aplicadas dentro del presente estudio se alinean a encuestas y entrevistas segmentadas para diversos actores económicos a nivel local, tal es el caso de los turistas, comerciantes formales e informales, propietarios de locales, hoteleros, etc., para poder aportar con una información focalizada al comportamiento del turismo y sus afectaciones por el actual escenario de COVID-19.

### **Determinación de la muestra poblacional**

De acuerdo con el índice de proyección poblacional dentro del portal web de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2015), la población de Manta oscila los 263.480 habitantes. Por ende, se ejecuta la muestra poblacional infinita ya que el margen de individuos es superior a las 100.000.

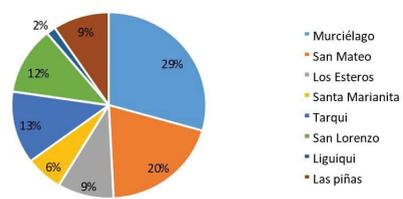
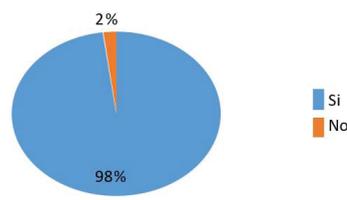
### **Recopilación de datos**

Tal como se lo ha venido mencionando en apartados anteriores, la recopilación de datos en cuanto a la segmentación focal de estudio se llevará a cabo de entrevistas y encuestas. La primera será levantada a dependientes de entidades encargadas de la incentivación turística en Manta, así como actores económicos locales como es el caso de propietarios de locales o comerciantes.

Mientras que, por otra parte, las encuestas se aplicarán a turistas, comerciantes, habitantes y demás sujetos de manera aleatoria para conocer su perspectiva en cuanto al turismo dentro de la localidad en los actuales escenarios de COVID-19. De esta manera, se ejerce un respaldo cuantitativo de los efectos que ha ejercido la pandemia dentro del turismo y demás sectores del cantón.

### **Resultados**

El 29% manifiestan que la playa El Murciélago, es la más concurrida, la playa de San Mateo con un 20% participación económica y turística dentro del cantón.	
--	--

<p>El 13% dice que la playa de San Lorenzo es una de las más visitadas, y el 12% indica que la playa de Tarqui mantiene una acogida excelente dentro del turismo nacional e internacional.</p> <p>Un 9% coincide en que las playas de Los Esteros y Las Piñas mantienen un margen de turismo alto. Un 6% playas de Santa Marianita y un 2% las de Liguiqui como uno de los más importantes turísticamente.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Promedio de playas con mayor turismo</b></p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Playa</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Murciélago</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>San Mateo</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Los Esteros</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Santa Marianita</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Tarqui</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>San Lorenzo</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Liguiqui</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Las piñas</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Playa	Porcentaje	Murciélago	29%	San Mateo	20%	Los Esteros	9%	Santa Marianita	6%	Tarqui	12%	San Lorenzo	13%	Liguiqui	2%	Las piñas	9%
Playa	Porcentaje																		
Murciélago	29%																		
San Mateo	20%																		
Los Esteros	9%																		
Santa Marianita	6%																		
Tarqui	12%																		
San Lorenzo	13%																		
Liguiqui	2%																		
Las piñas	9%																		
<p>El 98% de los encuestados sostienen que <b>sí</b> se deben ejecutar nuevos y planes de reactivación, un 2%, sostiene que No, los casos de COVID-19 a nivel nacional generan desconfianza en los turistas y estos prefieran quedarse en la seguridad de sus hogares.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Promedio de habitantes que considera deben llevarse a cabo un plan de reactivación económica y turística en Manta</b></p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>98%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	98%	No	2%												
Respuesta	Porcentaje																		
Sí	98%																		
No	2%																		

*Nota.* Tomado de la tesis

### Conclusión central

Al poner en manifiesto a los moradores si se llegase a desarrollar un plan de estrategias para incentivar el turismo en el cantón Manta y su aplicabilidad por parte de estos, un rotundo Sí fue manifestado por el 100% de los encuestados, ya que la pandemia ha afectado diversos

aspectos socioeconómicos a nivel local, no solo al turismo y al comercio, sino también a afectado a la salud de los habitantes al existir mayores casos de contagio ante la falta de un plan emergente y estructurado, esto sumado a la irresponsabilidad por algunos habitantes que aún no toman conciencia de la gravedad de la situación pandémica mundial. Por ende, son diversos sectores de la economía local que deben ser estructurados y se deben dictar normativas políticas que permitan un mejor desenvolvimiento de los diversos sectores del cantón Manta.

Dentro de las conclusiones generales se observa la incidencia directa de las anomalías ocasionadas por la pandemia del COVID-19 en los principales balnearios del cantón Manta; mediante la ejecución de las herramientas de investigación se pudo conocer que en dichos escenarios han sufrido la reducción de la afluencia turística dentro del cantón, cierre de negocios, aumento de desempleo, aumento de casos de contagio y con ello un notable desequilibrio socioeconómico a nivel turístico.

A través del análisis del nivel de afectación dentro de la tasa de desempleo de las principales playas del cantón Manta, se pudo evidenciar un marcado descenso económico por el cierre de negocios que generaban un ingreso directo e indirecto a las familias mediante la ejecución de diversas actividades turísticas, gastronómicas, artesanales, entre otras.

En lo que respecta al grado de cumplimiento en cuanto a las normas de bioseguridad establecidas y precedidas por el COE Nacional en colaboración con los diversos gobiernos sectoriales, se ha demostrado que la población aún hace caso

omiso a la realidad que se encuentra enfrentando el país y que los índices de mortalidad han venido creciendo con el pasar de los meses.

El nivel de reactivación de los negocios se ha visto marcado por las políticas dictadas por el GAD cantonal, sin embargo, estas aún no han generado cambios significativos dentro del turismo y los demás índices económicos de la localidad. Por el contrario, hoy en día es muy común escuchar que las restricciones dentro del cantón van en aumento, y como consecuencia la pérdida de estabilidad económica que tanto anhelan recuperar sus habitantes.

Mediante la propuesta del plan estratégico se estima poder contribuir en el desarrollo efectivo y la recuperación de la participación económica, turística, comercial e industrial del cantón. Esto permitirá que Manta siga siendo considerada como uno de los principales puertos de la provincia de Manabí, generando seguridad económica a sus habitantes.

## Principales hallazgos. 2

**Tema:** Operatividad hotelera del sector Playita Mía y la apertura de sus actividades al turismo post COVID-19

**Autor:** *Daniel Flores Delgado Marcelo*

**Tutor:** Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez

### Introducción

Las operaciones hoteleras incluyen todas las actividades necesarias para mantener un hotel en funcionamiento y brindar una buena experiencia a los huéspedes. Un plan operativo de hotel contiene todas las tareas y actividades necesarias para administrar un hotel. Un plan operativo para un hotel debe incluir objetivos medibles y los pasos y recursos necesarios para alcanzarlos. Los propietarios de hoteles pueden crear planes operativos antes de iniciar un nuevo negocio hotelero o cuando buscan mejorar el rendimiento.

### Problemática

La investigación del trabajo dirige sus esfuerzos por conocer la operatividad que los centros hoteleros de la ciudad de Manta tendrán con respecto al turismo post COVID-19 y cómo se van a adaptar a las estrategias y paradigmas actuales que enfrenta, formulándose el siguiente problema de investigación: ¿Los centros hoteleros de la ciudad de Manta podrán operar bajo los nuevos paradigmas del turismo post COVID-19?

### Objeto

El objeto de estudio a tratarse en la investigación recae en las actividades turísticas que los centros hoteleros de Manta

realizan y que necesitan ser analizadas para comprobar si pueden adaptarse a los cambios más importantes que el sector sufrirá cuando la pandemia deje de estar presente en el mundo.

### **Objetivos**

El objetivo general de esta investigación tiene como finalidad diagnosticar el impacto ocasionado por el COVID-19 en el turismo hacia el sector hotelero a través de una revisión teórica para la mejora de su aplicación post COVID-19 en los hoteles del sector Playita Mía del cantón Manta.

### **Campo de investigación**

Consiste en investigar cuán factibles son las medidas que están tomando actualmente para determinar el futuro proceder de sus establecimientos cuando ya no haya confinamiento, enfocando esta investigación en los centros hoteleros del atractivo turísticos Playita Mía. Por ser los hoteles que antes de la pandemia tenían la mayor concentración de turistas gracias a su cercanía con el mar.

### **Importancia**

Las principales funciones de la industria hotelera son el control de costes de producción, una correcta gestión y organización en la venta de los recursos (habitaciones), determinar el precio según tarifa de temporada, aparte de hacer que todas las personas involucradas en el hotel tanto clientes como trabajadores, proveedores, colaboradores, estén satisfechos. En otras palabras, la buena gestión de la empresa recae en satisfacer a los clientes, favorecer a los trabajadores, marcar unos objetivos en común, trabajar unidos y coordinados, saber actuar delante de una situación adversa y ser rentable entre otras.

## **Posicionamientos teóricos**

En terminología empresarial, para definir el colectivo de alojamientos turísticos específicos de hoteles, se usa la palabra “industria hotelera”. Toda empresa necesita de una buena gestión y las empresas de alojamiento no son una excepción ya que para que estas tengan éxito requieren de una coordinación entre todas las operaciones, funciones específicas de los hoteles.

Llevar a cabo una buena gerencia de las empresas de alojamiento es una tarea compleja, por ello, en esta sesión el enfoque desde donde se desarrolla la investigación es desde la gestión hotelera, la cual, presenta funciones específicas de cómo llevar a cabo la rentabilidad, gestionar canales de venta, estructurar la distribución, vender habitaciones, coordinar el número de clientes con el restaurante.

## **Metodologías**

En el diseño metodológico del presente proyecto está vinculado principalmente con la utilización de herramientas de campo: encuestas por medio virtual debido a la situación actual que se atraviesa y entrevistas a algunos de los centros turísticos afectados por la crisis sanitaria. La metodología se subdivide en la recopilación de información sobre el diseño de la investigación y la obtención de información del balneario Playita Mía, para constatar la cohesión del material.

La propuesta que aquí se realiza se identifica con la puesta en práctica de la investigación explicativa, la cual es aquel tipo de estudio que explora la relación causal, es decir, no solo busca describir o acercarse al problema objeto de investigación, sino que prueba encontrar las causas de este. Dentro de este tipo de estudio se pueden presentar cuatro

elementos importantes que son: el sujeto, el objeto, el medio y el fin, enfatizando en que explora la relación entre la situación sanitaria del COVID-19 y la operatividad del sector hotelero de Playita Mía en Manta, considerando como sujeto, el sector hotelero del lugar, su objeto la operatividad hotelera, el medio la cuantificación de la información y su fin, evaluar dicha operatividad en todo el sector para conocer el estado operativo y su futuro desenvolvimiento en las actividades turísticas actuales y posteriores a la pandemia.

Se centran en el análisis de una situación o un problema específico para explicar los patrones de relaciones entre variables. Los experimentos son los métodos de recopilación de datos primarios más populares en estudios con diseño de investigación explicativa.

La investigación está orientada a explicar sobre la situación que el sector hotelero de Playita Mía está atravesando y cómo su operatividad está viéndose afectada y en este caso, será medida a partir de la obtención de información que se efectúe y sus resultantes serán directrices que se van a tomar en cuenta para rearmar dicha situación y explicar el fenómeno social y demostrar la hipótesis propuesta.

### **Resultados**

La propuesta ha sido elaborada en base a la necesidad de reactivar este sector hotelero que desde hace algún tiempo ha venido experimentando problemas para generar ingresos, siendo la pandemia el factor que más hace visible la problemática.

El sector cuenta con hoteles y hostales que se encuentran relativamente cercanos entre sí, pero no cuentan con una estructura turística atractiva que les permitan diversificar la

experiencia de alojamiento y potenciar sus servicios.

El sector al no contar un atractivo natural (una playa), debe generar su propio atractivo que le permita convertirse en una alternativa para turistas con presupuestos medianos, pero con servicios y calidad importantes, aprovechando su estratégica posición comercial para generar ambientes dinámicos sin necesidad de conectarla con zonas lejanas de la ciudad que si poseen infraestructura turística diversificada.

Actualmente los administradores de los establecimientos no cuentan con una operatividad hotelera totalmente desarrollada para abarcar turismo de masas, por lo que la propuesta se centrará en fortalecer los recursos ya existentes, implementar un turismo basado en la experiencia del lugar, dotar al sector de equipamiento turístico de calidad.

### **Beneficios de la propuesta**

La propuesta tendrá un impacto positivo en el sector, revitalizándolo y generando un importante rubro comercial para el cantón, aprovechando la existente infraestructura hotelera con la potencialización de sus recursos y posición estratégica para el desarrollo turístico y comercial, sus beneficios directos son:

- Atraer turistas locales y extranjeros en temporadas libres y feriados.
- Aportar con la dinamización del turismo en la zona céntrica urbana y no sectorizarla en los lugares donde hay mar.
- Creará plazas de trabajo formal e informal para la población local.
- Mejorará la calidad y el estatus de los hoteles de Playita Mía.

- Atraer a más inversores y posibles nuevos establecimientos hoteleros.

### **Impacto económico y social de la propuesta**

La propuesta tiene un impacto económico importante en este sector hotelero, ya que, al equiparlo turísticamente, muchas oportunidades de crecimiento comercial van a darse y los lugares cercanos a la infraestructura hotelera se beneficiarán del flujo de turistas que llegan al sector.

El impacto social de la propuesta radica en la novedad del lugar, en proponer una opción turística diferente a la ya conocida zona hotelera del mar, abarcando expectación por una temática diferente a la usual, dirigido a un público específico y a una dinámica local, sin dejar de lado la opción extranjera.

### **Conclusiones centrales**

En conclusión, se puede decir que el virus SARS-COV-2 causada por COVID-19 es la mayor pandemia que ha afectado al mundo y ha causado efectos devastadores tanto en la economía mundial como en la de las naciones individuales y, especialmente, el campo turístico. Estos efectos negativos se han debido a: (a) las drásticas restricciones a la movilidad que inicialmente fueron decretadas por los gobiernos de la mayoría de los países que han paralizado gran parte de la actividad productiva y de servicios; y (b) la reducción de la renta disponible de muchas familias que han visto desaparecer o disminuir sus ingresos durante un período de tiempo considerable, lo que afectará la capacidad de gasto turístico.

En Manta, específicamente en el lugar de investigación, durante un año, los establecimientos han tenido que adaptarse a todos los cambios, restricciones y movimientos fluctuantes que se han suscitado hasta la presente fecha.

Muchos de los centros hoteleros no sabían que existía información académica acerca de cómo reabrir sus negocios durante la pandemia, por lo que intuitivamente han aprendido a convivir con las circunstancias de la situación y se han manejado autónomamente.

Los resultados concluyen en que los 10 establecimientos cumplen medianamente con la operatividad hotelera para el COVID-19, han adaptado muchos de sus servicios a la nueva pandemia, pero aún siguen teniendo inconvenientes como las reservas y el manejo de dinero físico.

Esta investigación cumplió en su proceso, el de dar a conocer una realidad fáctica y documentar información que será valiosa y un indicador de reapertura a los negocios que aún no han podido hacerlo debido a la pandemia.

## Principales hallazgos. 3

**Tema:** Diseño de una ruta turística accesible para turistas con diversos tipos de discapacidad en las playas más concurridas de la ciudad de Manta

**Autor:** Guerrero Aránea Bryant Cristhian

**Tutor:** Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez

### Introducción

**Ruta turística accesible:** Es el turismo pensado para que las personas con discapacidad puedan disfrutar y estar incluidas en los viajes y en las actividades de recreación propias del tiempo libre. Consiste en permitir el acceso de las personas con discapacidad física, psíquica o sensorial. Este debe tener en cuenta la creación de espacios de diseño universal que integren, ayuden, faciliten la movilidad y promuevan la autonomía de las personas dependientes.

### Problemática

En la medida en que las personas que padecen algún tipo de discapacidad contribuyan a reducir este problema, atraerlos hacia los destinos turísticos debe ser un objetivo para tener en cuenta en la planificación estratégica de los mismos. No obstante, para que una persona con discapacidad pueda y quiera viajar, no sólo es necesario que disponga de tiempo libre y deseos de hacerlo, la ausencia de barreras cuando sale de su entorno habitual se convierte en un aspecto fundamental. La realidad demuestra que son muchas las personas con discapacidad que no viajan, no por falta de tiempo o deseos de viajar sino por temor a no encontrar destinos turísticos accesibles, es decir, sin barreras. A la hora de viajar el turista con

discapacidad busca, fundamentalmente, calidad y seguridad, aspectos que no les garantizan los actuales destinos turísticos, los cuales presentan múltiples barreras que abarcan desde los medios de transporte hasta los alojamientos turísticos, pasando por los lugares de ocio o las playas, entre otros.

**Objeto:** Ruta turística accesible

### **Objetivo General**

- Diagnosticar las condiciones de accesibilidad con las que cuentan las principales playas del cantón Manta, a través de encuestas y entrevistas, que muestren la importancia de la aplicación del turismo accesible en el cantón.

**Campo:** Diagnóstico de las condiciones de accesibilidad.

### **Importancia**

El turismo accesible permite a las personas con necesidades de acceso, incluidas las dimensiones de movilidad, visión, audición y cognición, funcionar de manera independiente y con equidad y dignidad mediante la oferta de productos, servicios y entornos turísticos de diseño universal.

Siendo la ruta un camino hacia fines diversos, la ruta turística es también un recorrido que tiene un objetivo: permite admirar paisajes, rememorar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y deseosos de admirarse con la geografía natural y/o humanizada del sitio.

### **Posicionamientos teóricos**

Tiene como enfoque una orientación para los movimientos del desarrollo turísticos en el cual se privilegia la sostenibilidad, la conservación, la valoración del medio (tanto

en el ámbito natural como en el ámbito cultural) que acoge, ampara y sensibiliza a los viajantes. A modo de resumen, se diría que la ruta turística tiene tres fases: marcarse unas metas, crear todo el proceso que va a llevar a conseguirlas con una serie de pautas a cumplir y la consecución del objetivo o, en su defecto, la modificación de la planificación en el caso de que no esté funcionando.

La ruta turística es un itinerario estandarizado de lugares y actividades a realizar en un territorio bajo régimen, tiempos y duración de visitas flexibles. La idea de un producto turístico basado en un itinerario (o circuito) turístico facilita la orientación del turista en el destino.

### **Metodologías utilizadas**

En la elaboración de la introducción se analizaron los distintos puntos de vista acerca de la investigación que se empleó, la problemática se enfocó a los análisis bibliográfico y revisiones de documentos netamente oficiales a esto, lo consiguiente se establecen los fundamentos de los objetivos de investigación y se delimitó los campos correspondientes, variables y se plantearon los objetivos generales y específicos, continuando con la elaboración de la importancia del proyecto de investigación y se presenta una breve descripción de los próximos capítulos.

Con la delineación del marco teórico se efectuaron referencias de algunos escritos mencionando la variedad de autores, páginas web y documentos verificados, datos de suma importancia acerca de los epígrafes del tema de investigación. Las palabras claves del presente proyecto son: turismo, turismo accesible, ruta turística accesible. Cada epígrafe manifiesta las definiciones características, clasificaciones,

premisas e importantes.

La fase marco metodológico explica los mecanismos a emplear para los análisis de la problemática de investigación. En esta etapa se muestra los diferentes documentos referentes a la investigación y de manera posterior se elaboraron los instrumentos, es como se logra determinar las muestras, las cuales definen la población que se aplica a los instrumentos de estudios.

En la etapa de resultados y discusión se proyectan los resultados recopilados luego de las aplicaciones de los instrumentos en el campo de estudio, los que serán puesto a disponibilidad de las autoridades competentes en el ámbito turístico; con su respectiva finalización se efectuarán las conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

### **Modalidad de la investigación**

**Investigación de campo:** Los datos e información se generó en el mismo lugar de estudio, así la información será confiable y se podrá realizar estudios sobre las necesidades y estado de los recursos.

**Investigación documental:** Apoyo en documentos existentes que se relacionan con el tema de investigación como: revistas, material bibliográfico, libros, documentos; los cuales aportarán a mejorar el conocimiento y a formular una propuesta estratégica de este proyecto.

### **Nivel o tipo de investigación**

**Nivel exploratorio:** Se pudo incursionar en lugares turísticos del cantón y determinar las necesidades que estos tienen.

**Nivel descriptivo:** Se realizó una descripción de varios procesos e inventarios de atractivos para así poder tomar

decisiones en cuanto al desarrollo que necesita cada uno de ellos.

### Diseño de instrumentos

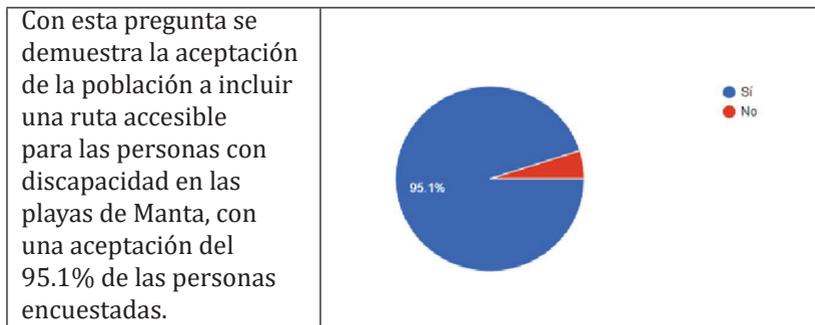
El instrumento de las encuestas se elaboró con la finalidad de revelar las percepciones de los turistas con y sin problemas de discapacidades, teniendo como punto de vista los sitios señalados a la hora de enfocar la accesibilidad de las rutas turística en las principales playas de la ciudad de Manta.

En la entrevista, se escogieron las preguntas más relevantes de dicho documento, en lo consiguiente se procedió a direccionar las preguntas de tal manera que permitan el enfoquen. Las interrogantes planteadas a los turistas con y sin discapacidades que visitan las principales playas de la ciudad de Manta.

### Resultados

Permiten sintetizar brevemente los puntos más relevantes, aportando los conocimientos explorados a lo largo del texto.

¿Conoce usted acerca del turismo accesible para personas con discapacidad?									
Se ha podido demostrar que un 49.2% de la población encuestada conoce sobre el turismo accesible, esto no permite demostrar a rasgos generales si hay el debido conocimiento.	<table border="1"> <caption>Data for Pie Chart</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>49.2%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>27.9%</td> </tr> <tr> <td>Nunca he escuchado</td> <td>23%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	49.2%	No	27.9%	Nunca he escuchado	23%
Respuesta	Porcentaje								
Sí	49.2%								
No	27.9%								
Nunca he escuchado	23%								
¿Cree factible incluir una ruta accesible para el disfrute del turismo de personas con discapacidad en las principales playas de Manta?									



*Nota.* Tomado de la tesis

### **Conclusiones centrales**

Esta investigación cumple una función metodológica, que sirven de guía para orientar la realización del trabajo, lo cual permite avanzar de manera más rápida evitando perderse en la búsqueda del conocimiento científico.

Se demostró en el estudio que, la demanda social y las herramientas utilizadas, permitieron valorar las necesidades del mercado turístico y el deseo de las personas con algún tipo de discapacidad en realizar alguna actividad, y ser parte de la comunidad turística en el centro de las playas de Manta, las cuales se encuentran limitadas o no cumplen con las facilidades necesarias para su total disfrute.

Por medio del levantamiento de información en los atractivos turísticos, los cuales fueron las playas, se pudo constatar sus deficiencias, y las múltiples barreras de todo tipo que obstaculizan el desarrollo del turismo accesible para personas con discapacidad, porque para trasladarse no hay implementado un transporte accesible, adaptado sobre todo para la discapacidad física, esta barrera dificulta la movilidad de las personas con capacidades especiales, no tienen acceso a la comunicación de manera inclusiva, carecen así también

de acceso a la información no hay adaptaciones de acuerdo a su discapacidad, y finalmente los establecimientos no tienen personal capacitado para la atención a turistas con discapacidad.

Existe falta de accesibilidad adecuada a las infraestructuras de los establecimientos, que ofertan los centros turísticos, restaurantes y hoteles en las playas intervenidas, estas infraestructuras no cuentan con accesos adecuados, porque no cumplen con el funcionamiento y la versatilidad para estas personas, en muchas ocasiones las personas con discapacidad se sienten mermadas por la falta de acceso en estos puntos turísticos y les toca lidiar con el prejuicio de los prestadores de servicios turísticos, que desconocen el trato que debería dársele al turista con discapacidad como lo determina la ley y la educación de estos servidores.

Los turistas con discapacidad son parte fundamental de un segmento de mercado que debería ser reactivado, se debe difundir la importancia del turismo accesible en el impacto socioeconómico que aportaría a la provincia y al país si se lo aplicara debidamente.

Se deben tomar acciones para que se ejecute lo que manifiesta la constitución, que dice que el estado garantizará la igualdad de condiciones para las personas con discapacidad, el que preservará su integridad social y de la misma manera indica que no existirán barreras arquitectónicas, sociales, ni comunicacionales para la aplicación y libre derecho de las personas de este segmento de mercado turístico.

## **Principales hallazgos. 4**

**Tema:** Análisis de estrategias para la reactivación turística en el sector de restaurantes playa El Murciélago en el cantón Manta

**Autor:** Dayana Mishelle Holguín Véliz

**Tutor:** Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez

### **Introducción**

Principalmente, el papel de la gastronomía consiste en atraer clientes a un determinado lugar, gracias a un menú de platillos y sabores locales, para luego complementar la oferta con otros servicios turísticos que podrían ser de interés para el público. La operación de los restaurantes y bares conlleva el consumo de agua, de combustibles fósiles y de energía eléctrica, así como la generación de residuos de diversa naturaleza.

### **Problemática**

El turismo enfrenta hoy día una de sus mayores crisis de todos los tiempos tras la extensión de la pandemia del COVID-19. Esta difícil situación de supervivencia que atraviesan las empresas y los destinos turísticos debe ser afrontada mediante estudios de diagnóstico turístico que contribuyan a una correcta toma de decisiones por parte de los organismos turísticos competentes.

La investigación consiste en el análisis de los efectos causados por la pandemia COVID-19 en los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en la playa El Murciélago, del cantón Manta. Los resultados revelan la actualidad de los negocios post pandemia, posterior a esto, se elaboran

estrategias direccionadas a la reactivación total del sector de restauración y por ende al crecimiento del destino.

El cantón Manta ha tenido un gran desarrollo en el ámbito del turismo a partir de las bondades de sus instalaciones portuarias e infraestructura hotelera y la red de servicios gastronómicos, contribuyen al crecimiento económico, el cual debe ser planificado y controlado por parte de las autoridades implicadas en la gestión de la actividad turística y en el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad receptora.

No obstante, se evidencia un retroceso en cuanto al turismo producto de la pandemia COVID-19, teniendo como causas principales el confinamiento y cierre de todos los establecimientos prestadores de servicios turísticos, generando cuantiosas pérdidas económicas. Los síntomas de esta problemática son la poca llegada de turistas y los bajos niveles de ventas en estos negocios ubicados en la playa El Murciélago, cantón Manta.

### **Formulación del problema**

¿Cómo afectó la pandemia COVID-19 a los establecimientos de alimentos y bebidas en la playa El Murciélago, cantón Manta?

El objeto de investigación la pandemia COVID-19 y la reactivación turística en el sector de restauración, por su parte, el campo de acción son los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en la playa El Murciélago, perteneciente al cantón Manta. La idea para defender se basa en dar respuesta a los efectos negativos producidos por la pandemia COVID-19, diseñando estrategias que aporten a la reactivación total del turismo.

## **Objetivo General**

Evaluar las estrategias vigentes para la reactivación de los restaurantes en la playa El Murciélago del cantón Manta.

## **Importancia**

La importancia del proyecto consiste en conocer las estrategias que han tomado los locales gastronómicos frente a la emergencia sanitaria COVID-19, con el fin de reactivar el turismo en la playa El Murciélago del cantón Manta, provincia de Manabí. Los resultados proporcionados por esta encuesta se pondrán a disposición de las autoridades para realizar los correspondientes pronósticos enfocados en adecuar los locales y que las acciones tomadas tengan como objetivo cuidar el bienestar de aquellos que visitan estos establecimientos.

## **Posicionamientos teóricos**

El sistema turístico se compone de 4 elementos básicos: la demanda, la oferta, el espacio geográfico, y los operadores de mercado. La demanda implica un grupo de personas que son las que viajan y que hacen uso de los servicios e instalaciones creadas para su disfrute. Con el término restauración se refiere a los negocios dedicados a la elaboración de comidas y bebidas y que son preparadas para su consumo. Incluye diferentes tipos de negocios como restaurantes, casas de comidas, cafeterías, bares, mesones, vinotecas, bodega. El sector restaurantero ha sido esencial en el desarrollo turístico del país, permitiendo que Ecuador se posicione en un lugar privilegiado en el ámbito mundial, al contar con una variada gastronomía, y un servicio de calidad a la altura de los mejores del mundo. El turismo litoral o turismo de sol y playa se da en localidades costeras en las que se encuentran playas y la mayoría de tiempo las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas cálidas (de

28 a 32 °C). En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre.

### **Metodologías utilizadas**

Este proyecto es de carácter descriptivo ya que se encamina al análisis contextual del sector de restauración y también de las estrategias de reactivación turística en la playa El Murciélago. Es documental porque se recaban datos en fuentes bibliográficas como artículos científicos, informes y libros. Del mismo modo, es de campo debido a que recogen las opiniones de las personas vinculadas con esta actividad en el cantón Manta, mediante el uso de las técnicas de encuesta y entrevista.

A efectos de conocer la actualidad de los establecimientos prestadores de servicios de restauración en la playa El Murciélago, se aplica el cuestionario de encuesta a los turistas y visitantes que acuden a este atractivo. En este mismo sentido, la entrevista se la ejecuta a los dueños/administradores de los restaurantes de este atractivo del cantón Manta.

En este proyecto de investigación se utiliza el cuestionario como instrumento para recabar los datos en el campo de estudio. La encuesta se estructura por un total de doce preguntas cerradas y el formato de entrevista se conforma por cinco interrogantes abiertas.

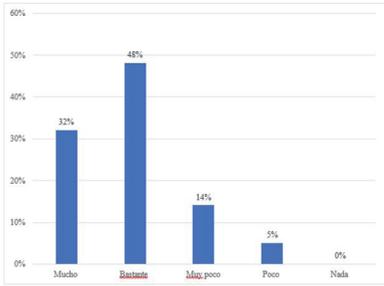
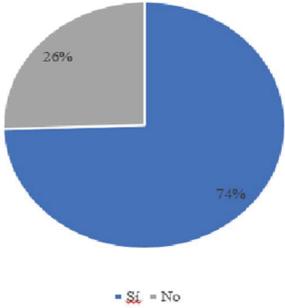
Para dar cumplimiento al proceso de recopilación de información se utiliza la plataforma Microsoft Office 365, en la cual se sube el formato de encuesta y luego se genera un enlace donde las personas responden al formulario y sus contestaciones se guardan en la base de datos. Cabe destacar que la recogida de datos se da mediante la visita a la playa El Murciélago durante el período correspondiente del 4 al 16

de junio de 2022. Para cumplir con la cantidad establecida se utiliza la herramienta bola de nieve, es decir, que las personas que reciben el link y lo distribuyen a otras para obtener la cantidad requerida.

## Resultados

### Instrucción académica

<p>El 53% de los consultados ha concluido sus estudios de tercer nivel, el 35% terminó la secundaria y el 6% ha completado el cuarto nivel. Asimismo, se denota que el 3% tiene un doctorado. Sin duda alguna la preparación académica es un factor elemental para el desarrollo de las sociedades, esto permite que las personas tengan mayores oportunidades de acceder a un determinado puesto de trabajo que vaya acorde a su nivel de conocimiento.</p>	<table border="1"> <caption>Distribución de la instrucción académica</caption> <thead> <tr> <th>Nivel de Instrucción</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tercer nivel</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>Secundaria</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>Cuarto nivel</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Doctorado</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table>	Nivel de Instrucción	Porcentaje	Tercer nivel	53%	Secundaria	35%	Cuarto nivel	6%	Doctorado	3%
Nivel de Instrucción	Porcentaje										
Tercer nivel	53%										
Secundaria	35%										
Cuarto nivel	6%										
Doctorado	3%										
<p>¿Cómo evalúa la afectación económica de los restaurantes de la playa El Murciélagos, durante la pandemia COVID-19?</p>											
<p>Con referencia al nivel de afectación sufrida por los establecimientos de restauración de pertenecientes a la playa</p>											

<p>El Murciélago del cantón Manta, el 48% de los encuestados resalta que fue bastante, esto ocurrió a la disminución de ingresos causado por la ausencia de los clientes. En tal sentido, el 32% reconoce que es “mucho”, mientras que el 14% lo evalúa como “muy poco” y el 5% poco.</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mucho</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>Bastante</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>Muy poco</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Poco</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Nada</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Mucho	32%	Bastante	48%	Muy poco	14%	Poco	5%	Nada	0%
Respuesta	Porcentaje												
Mucho	32%												
Bastante	48%												
Muy poco	14%												
Poco	5%												
Nada	0%												
<p>¿Considera que se aplicaron correctamente las medidas de bioseguridad en los establecimientos de restauración de la playa El Murciélago del cantón Manta, durante la pandemia COVID-19?</p>													
<p>Del total de encuestados que asistieron a los establecimientos durante la pandemia COVID-19, el 74% admite que si se aplicaron correctamente los protocolos de bioseguridad y un 26% señala que no lo hacían. En la actualidad, en el sector de restauración aún persisten estas medidas sanitarias, más que todo por precaución tanto para el cliente como para los empleados. Claramente la aplicación de las dosis de vacunas contra esta enfermedad ha incidido en gran medida en la recuperación de los negocios de alimentos y bebidas.</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>74%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>26%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	74%	No	26%						
Respuesta	Porcentaje												
Sí	74%												
No	26%												

Nota. Tomado de la tesis

## **Conclusiones centrales**

En este proyecto investigativo, el autor tuvo la posibilidad de demostrar sus aprendizajes, puntos de vista y planteamientos propios a raíz del tema estudiado y expuesto, las conclusiones le ofrecen al lector la perspectiva de un análisis real del nivel de afectación post pandemia en los restaurantes intervenidos.

A través de la investigación se denota que la emergencia sanitaria provocada por la pandemia COVID-19 ha afectado considerablemente al sector turístico. En el cantón Manta, esta actividad también se ha visto paralizada, debido a la ausencia de turistas y visitantes generando muchas pérdidas a los establecimientos prestadores de servicios turísticos.

Mediante la aplicación de los instrumentos de encuesta y entrevista se pudo determinar que las principales medidas de bioseguridad implementadas por los establecimientos de restauración ubicados en la playa El Murciélagos fueron el uso obligatorio de mascarillas, regulador de temperatura, distanciamiento social, uso de tapete para desinfección, guantes y gel anti bacterial.

En referencia a la rentabilidad económica durante la pandemia COVID-19, los establecimientos de restauración sufrieron una afectación del 80 hasta el 100%, especialmente en los primeros meses de este contexto. Aquello se produjo por el confinamiento y el cierre de las playas. Luego de la reapertura se atendía al 50% debido al límite de aforo impuesto por las autoridades de salud ecuatoriana.

Al término de la investigación se formulan estrategias como: concursos mediante canales digitales, promociones en fechas especiales, eventos como casas abiertas, seminarios

para capacitar a los empleados, mesas de trabajo con los organismos de salud y las autoridades turísticas para elaborar protocolos de emergencia sanitaria y reuniones para tratar aspectos como microcréditos a los emprendedores del sector de restauración. Estas acciones se encaminan a la reactivación total de los establecimientos de alimentos y bebidas pertenecientes a la playa El Murciélago y por supuesto ayudan a contribuir al crecimiento económico del cantón Manta post pandemia COVID-19.

## Principales hallazgos. 5

**Tema:** Actividades turísticas sostenibles como aporte a la protección del Parque Nacional Machalilla, año 2021

**Autor:** Carla Ahylis Tomalá Santana

**Tutor:** Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez

### Introducción

El turismo sostenible tiene la capacidad de mejorar las infraestructuras urbanas y la accesibilidad universal, de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural, activos de los que depende el turismo. El mismo fomenta la planificación de proyectos de conservación, a través del uso consciente de los recursos naturales. Genera fuentes de empleo directo e indirecto. Beneficia económicamente a las localidades donde se aplica y genera ingresos para el sector en un territorio determinado. En este ámbito la protección de los parques turísticos es vital, porque: ayudan a combatir la contaminación, favorecen la biodiversidad en el núcleo de las grandes ciudades y facilitan el control de la temperatura y la humedad. Las zonas verdes en el seno de las metrópolis son, además, un importante elemento de cohesión social.

### Problemática

El Parque Nacional Machalilla es uno de los destinos turísticos más visitados, pertenece al Sistema Nacional de Áreas Protegidas; posee gran diversidad en flora y fauna, dentro de este se encuentra la playa de Los Frailes la cual es visitada por turistas nacionales y extranjeros, además posee una gran belleza paisajística.

Las autoridades no han trabajado con los actores turísticos locales (alojamiento, comidas y bebidas, transporte, guías, operadores, etc.), que se concentran mayormente en la zona sur, sobre propuestas, como la que presenta la autora de esta investigación, para diversificar la oferta turística del parque. Esto sumado a la comodidad manifiesta de los operadores locales, no ha hecho más que intensificar el uso de los atractivos y sitios de la zona sur, dejando a los otros como lugares de esporádica visita, por quienes prefieren sitios fuera del flujo turístico dominante.

El área protegida Parque Nacional Machalilla, es poseedora de grandes recursos naturales: flora y fauna. Sin embargo, se nota la presencia de un retraso en el desarrollo turístico. La principal causa es la falta de planes de acción, poca gestión turística, limitada oferta de productos y servicios. Lo anterior produce varias consecuencias, pero la principal y más preocupante es la limitada asistencia de turistas a la localidad.

En base a lo anterior, surge el siguiente problema de investigación.

¿De qué manera aportan las actividades turísticas sostenibles a la protección del Parque Nacional Machalilla?

**El objeto de investigación** es la actividad turística sostenible y el *campo de acción* el área protegida Parque Nacional Machalilla. Mientras que la idea a defender es cómo las actividades turísticas sostenible ayudan a la protección ambiental, sostenible y operativa del PNM, del cantón Puerto López.

**Objetivo general de la investigación:** desarrollar un diagnóstico acerca del rol de las actividades turísticas sostenibles hacia la protección del Parque Nacional Machalilla.

## **Importancia**

La importancia de la investigación radica en realizar un estudio sobre la injerencia de las actividades turísticas sostenibles en la protección del Parque Nacional Machalilla. Los resultados que se obtengan permitirán conocer la situación actual y detectar aspectos deficientes. Estos datos serán tomados en cuenta para elaborar una propuesta enfocada en la mejora de actividades sostenibles en esta área protegida, generando así mayores beneficios a la comunidad local y al medio ambiente de forma general.

## **Posicionamientos teóricos**

Básicamente el posicionamiento teórico está basado en las herramientas del diagnóstico como punto de partida de la formulación estratégica. Se construye a partir del análisis de la situación. Permite priorizar y entender qué se debe solucionar y aprovechar y, sobre todo, señala cómo se diferencia o debería diferenciarse el entorno social donde se desarrolla.

El diagnóstico es una herramienta que permite enfocar el examen en lo que realmente es importante. Se construye a partir del análisis de la situación. Facilita entender qué se debe solucionar, qué se debe aprovechar e indica cuál es la ventaja competitiva sostenible en el tiempo, si se tiene, o cuál debería ser si no se cuenta con ella. A partir del diagnóstico se puede empezar a pensar en la formulación estratégica.

En la primera parte del diagnóstico se señalan las principales amenazas, las debilidades de la organización y, por otro lado, las fortalezas de la competencia. Se prioriza lo más importante, lo que realmente se debe solucionar, no todo lo que aparece en el FODA de la empresa y de la competencia. De esta manera, posteriormente, en el momento de formular la estrategia, la

organización entiende claramente qué debe resolver.

A continuación, en el diagnóstico se apuntan las oportunidades y las fortalezas más importantes, así como, las principales debilidades de la competencia. En la formulación estratégica, será posible diseñar estrategias que aprovechen esto. De esta manera la organización se enfocará en aprovechar lo realmente importante. Finalmente, se define la ventaja competitiva sostenible en el tiempo, es decir, lo que diferencia a la organización del resto. Si esta cuenta, con una ventaja competitiva sostenible en el tiempo, se resaltarán en el diagnóstico y posteriormente se diseñará una estrategia. Si no se cuenta con ella, en el diagnóstico se señalará aquello que deberá diferenciar a la organización del resto en el futuro y, posteriormente, durante el proceso de formulación estratégica, se diseñará una estrategia que construya dicha ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Lo importante es que el diagnóstico identifique aquello que diferencia o que diferenciará a la organización de las demás.

### **Metodologías utilizadas**

El enfoque metodológico es de carácter mixto cualitativo-cuantitativo. El tipo de investigación es descriptiva, ya que se procede a detallar las características y componentes del área de estudio. Se emplea el método inductivo-deductivo y el análisis estadístico. Además, se hace uso de las técnicas de encuesta-entrevista para la recopilación de datos que se efectúa en el campo de estudio.

Asimismo, en cuanto a lo metodológico este se fundamenta en la utilización de métodos, técnicas de investigación y herramientas. La recopilación de datos se efectúa en fuentes bibliográficas y también se apoya con la aplicación de

cuestionarios de encuesta y entrevista. De igual manera se toman en consideración la validez del instrumento para mayor fiabilidad de datos y el muestreo para obtener la cantidad de personas a encuestar.

La justificación teórica consiste en efectuar una extensa compilación de datos en fuentes bibliográficas como artículos científicos, tesis, documentos oficiales, informes, entre otros. En dichos textos se extrae información trascendental sobre los temas a tratar en esta investigación. Posterior a esto, se realizan las reflexiones personales.

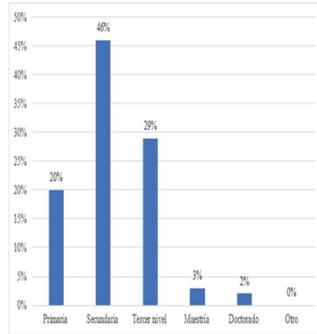
Acorde a la justificación práctica, esta se lleva a cabo mediante la aplicación del cuestionario de encuesta a los turistas que visitan el Parque Nacional Machalilla. También se emplea la entrevista a las principales autoridades del cantón Puerto López y encargados del área turística, para conocer sus opiniones sobre las actividades turísticas sostenibles. Del mismo modo, los resultados propiciados en este proyecto sirven como aporte al fortalecimiento de las actividades turísticas sostenibles en el Parque Nacional Machalilla, cantón Puerto López. Por lo cual, se contribuye a la generación de mayores beneficios a los residentes de las comunidades locales y sobre todo al medio ambiente. Asimismo, es importante aplicar de manera adecuada las normas y buenas prácticas sostenibles, tratando de mantener un equilibrio, entre los pilares económico, social y ambiental.

### **Resultados**

Los hallazgos de la investigación se corresponden con los objetivos previamente planteados y la idea a defender.

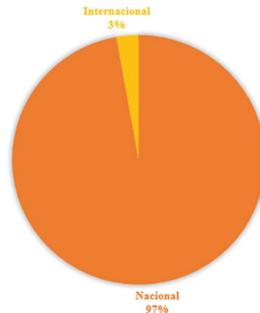
## Instrucción académica

En base a esta interrogante, se determina que el 46% de encuestados posee estudios secundarios y el 29% tercer nivel. Por su parte, solo el 20% ha cursado la primaria, el 3% ha realizado una maestría y el 2% tiene en su haber un doctorado. Los datos recabados son de gran ayuda para determinar el grado de formación académica de los turistas que acuden a esta localidad y por consiguiente establecer patrones de consumo acorde a esta característica.

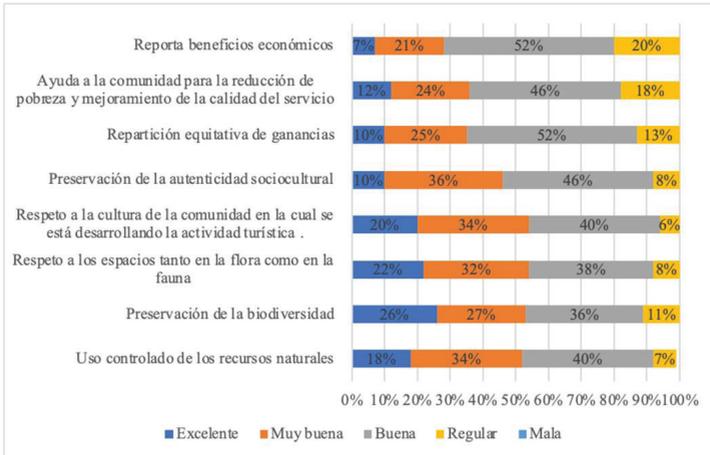


## Tipo de turista

El 97% de encuestados pertenecen al grupo de turistas nacionales, esto ocurre debido a la situación actual provocada por la pandemia COVID-19. A causa de este virus, la afluencia de turistas internacionales es baja, generando grandes pérdidas a la industria del turismo. Actualmente en el país se le otorga gran interés al turismo interno, para tratar de recuperar de forma paulatina las actividades turísticas y por ende los negocios vinculados con esta práctica en los distintos destinos del territorio ecuatoriano. Lo anterior permite la reactivación económica a través de la generación de plazas de empleo y del incremento de índices financieros.



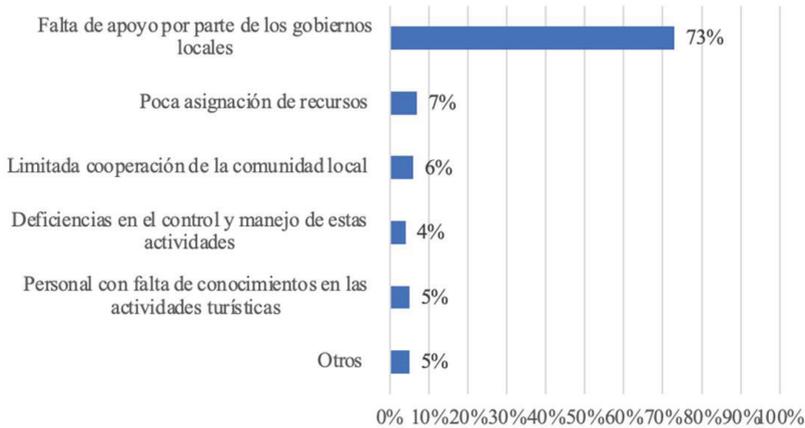
¿Cómo considera la situación actual de las actividades turísticas sostenibles en el Parque Nacional Machalilla?



Nota. Tomado de la tesis

Con respecto a las actividades turísticas sostenibles en el Parque Nacional Machalilla, se denota que existe una regularidad en cuanto al reporte de beneficios, ayuda a la comunidad para la reducción de la pobreza y mejoramiento de la calidad de los servicios, uso controlado de los recursos naturales y la repartición equitativa de ganancias. Mientras que existe cierto positivismo con relación a la preservación de la biodiversidad y respeto a la cultura. En torno a esto se solicitó la respuesta inmediata de las autoridades locales y gestores turísticos, para promover acciones que contribuyan a resolver estos factores negativos, los cuales no aportan al desarrollo del destino y a su vez generan insatisfacción en la comunidad local, visitantes y turistas.

## Limitantes del adecuado desarrollo de las actividades turísticas sostenibles

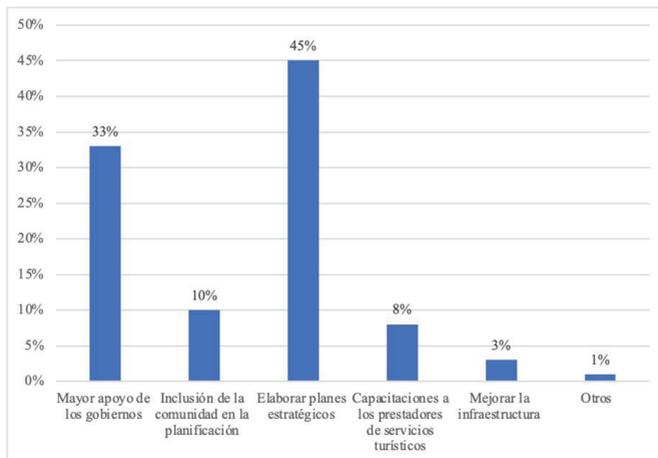


*Nota.* Tomado de la tesis

Estrategias que aportarían al desarrollo de las actividades turísticas sostenibles en el Parque Nacional Machalilla.

El 45% de los encuestados indican que se deben elaborar planes estratégicos, el 33% mayor apoyo de los gobiernos locales. Asimismo, el 10% considera necesaria la inclusión de la comunidad en la planificación, el 8% capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos.

Además, debe existir una planificación y organización por parte de las autoridades turísticas, para la implementación de las actividades en un destino. Estos personajes también deben encargarse de la gestión de los recursos, así como del seguimiento, evaluación y control de los planes estratégicos.



*Nota.* Tomado de la tesis

### **Conclusiones centrales**

Las proposiciones que se desarrollan como conclusiones permiten razonar sobre la gestión de la calidad turística desde la metodología del diagnóstico en las siguientes direcciones:

1. Las actividades turísticas sostenibles son aspectos fundamentales que contribuyen a mejorar las prácticas en las zonas protegidas. En el caso del Parque Nacional Machalilla, existen factores positivos que pueden ser potenciados a partir de la mejora en infraestructura, señaléticas, accesibilidad, servicios básicos, entre otros.
2. A efectos de determinar la situación actual de esta área protegida en cuanto a las actividades turísticas sostenibles, se generan cuestionarios de encuesta y entrevista. A través de estos instrumentos se recopilan datos importantes que permiten identificar

las falencias actuales en este ámbito.

3. Los resultados de las encuestas muestran que hay situaciones regulares con respecto al reporte de beneficios, ayuda a la comunidad para la reducción de la pobreza y mejoramiento de la calidad de los servicios, uso controlado de los recursos naturales y la repartición equitativa de ganancias.
4. Por su parte, los entrevistados indican que las actividades turísticas sostenibles se encuentran en buen estado, aunque existen aspectos como la contaminación ambiental y falta de apoyo gubernamental que no contribuyen de manera efectiva al desarrollo del turismo en el Parque Nacional Machalilla.
5. La propuesta desarrollada en este estudio contiene direccionamientos que aportan al fortalecimiento de las actividades turísticas sostenibles en esta área protegida. Entre las estrategias formuladas se encuentran promover la concientización ambiental, manejo adecuado de los recursos turísticos, fortalecer los conocimientos del personal de servicios y ampliar la oferta existente.

## Principales hallazgos. 6

**Tema:** Identidad y gastronomía como predictores de empoderamiento: Caso cantón Chone

**Autor:** Paulina Palma y Gina Navarrete

**Tutor:** Dra. Natacha Pahola Díaz Rodríguez

### Introducción

La “identidad gastronómica” es una relación de correspondencia y correlación entre la personalidad del sujeto (o partes de dicha personalidad) y la personalidad de elementos de la gastronomía (alimentos y bebidas). Esta habla de la cultura de cada una de las regiones a las que pertenece; y es que la gastronomía, además de proporcionar sabores deliciosos y platos únicos, es expresión de forma indirecta de costumbres y estilo de vida.

### Problemática

La gastronomía representa una oportunidad para dinamizar y diversificar el turismo, impulsar el desarrollo económico local, implicar a diversos sectores profesionales (productores, cocineros, mercados, etc.), e incorporar nuevos usos al sector primario. Según esto la problemática de esta investigación es la siguiente: ¿La identidad y la gastronomía del cantón Chone actúan como predictores de empoderamiento en los habitantes del lugar mediante el desarrollo y reconocimiento de esta?

Se delimita como *objeto de la investigación* la identidad y la gastronomía del cantón Chone, mientras que el *campo de acción* es el análisis de la identidad y la gastronomía como factores de empoderamiento en los habitantes de la zona urbana del cantón Chone. Como *hipótesis* se aborda

si la identidad y la gastronomía constituyen factores determinantes en el empoderamiento de los habitantes del cantón Chone.

### **Objetivo general**

Determinar la identidad y la gastronomía manabita del cantón Chone como predictores de empoderamiento en la zona urbana del cantón.

### **Importancia**

La importancia de la investigación radica en que aporta un acercamiento a la cultura utilizando la comida como eje central. Se trata tanto de técnicas de cocina, datos nutricionales y ciencias de la alimentación, como del manejo profesional de sabores y aromas en la elaboración de un plato culinario. La gastronomía es considerada a nivel mundial, como la ciencia que permite conocer dinámicas culturales de un pueblo que se define por la práctica, creatividad e historia de esta tradición ancestral. La idea es consolidar el empoderamiento de los habitantes del cantón Chone, mediante el fortalecimiento de sus capacidades, confianza, visión y protagonismo en cuanto forman parte de un grupo social, para impulsar cambios positivos en las situaciones en las que viven, desde el turismo.

### **Posicionamientos teóricos**

El posicionamiento teórico de la investigación se realiza desde el enfoque del turismo gastronómico, el cual ha suscitado inquietudes de estudiosos de diferentes partes del mundo, al convertirse en una pieza clave para el posicionamiento de los alimentos regionales. Concibiéndose como una modalidad de turismo cultural que permite conocer los hábitos, costumbres y la manera de vivir de la comunidad

visitada a través de sus representaciones gastronómicas. Este forma parte del turismo cultural, considerándose que su punto de acción se da en el punto de inflexión con el espacio natural en lo que hace a la producción de bienes —y en la vinculación social— en lo que hace la prestación de servicios y a la preservación del patrimonio gastronómico.

Desde el anterior enfoque se presenta la investigación, colocando la atención en la identidad y la gastronomía de Chone. Muestra como estos indicadores contribuyen a ser elementos generadores de empoderamiento tanto para el desarrollo de los habitantes como para el crecimiento del cantón y con ello verse como los principales beneficiados con la puesta en marcha de este trabajo. Es importante mencionar que este tipo de investigación es relevante, debido que es un tema que se encuentra poco estudiado. Adicionalmente, la literatura que se ha encontrado no tiene vinculadas dos de las variables principales que son identidad y gastronomía, como eje central de investigación.

### **Metodologías utilizadas**

El campo de investigación se dirige en la zona urbana del cantón utilizando métodos como el cualitativo, inductivo, analítico, planteando las técnicas de entrevista y encuestas dirigidas a la zona determinada para la obtención de información veraz y actualizada. Este método fue empleado en la investigación ya que permitió conocer las cualidades, opiniones, comportamientos y demás del grupo social o colectivo al que se dirigió el estudio, es decir, hacia los habitantes de la zona urbana del cantón Chone de acuerdo a la investigación que se está realizando, con ello se llegó a identificar la manera en cómo influye y cómo es percibido

este tema por el colectivo a través del uso de herramientas como la entrevista que ayudará a la obtención de información clave para llegar a ser interpretadas de forma subjetiva.

Para la obtención de datos primarios a través de las encuestas, se visitó el campo de la información, lo cual fue la zona urbana del cantón Chone, se decidió elegir este lugar porque es la zona que cuenta con la mayor concentración de habitantes, además de que se rige a lo requerido, adicionalmente se encuentran la mayor cantidad de restaurantes de la ciudad lo cual también fue una de las consideraciones para efectos de la entrevista.

Se aplicó una encuesta dirigida a los habitantes de la zona urbana del cantón Chone, esta fue diseñada específicamente con base a la hipótesis que se quiere validar y de acuerdo con los objetivos planteados. Los criterios para la elaboración de las encuestas fueron escogidos con relación al nivel de conocimiento que tienen los habitantes sobre su identidad.

Además, se trató de abarcar los elementos más significativos que conforman la identidad del chonense, como su cultura, símbolos, características y valores para ser aplicados en la encuesta ya que de esta forma se comprueba mejor si el conocimiento de los encuestados sobre su identidad es profundo o solamente constan de un saber más general.

Vale destacar que en ambas preguntas tanto encuesta como entrevista se preguntó sobre la participación de las entidades jurídicas desde el punto de promoción de su cultura, gestión de actividades entre otras, estas preguntas servirán para determinar el involucramiento que tiene el municipio para promover y desarrollar el turismo en el cantón.

## **Resultados**

Los resultados de las técnicas de investigación mostraron el nivel de conocimiento que tiene la población para lo cual se planteó realizar una propuesta que consta de capacitaciones que contienen temarios sobre Chone y el impulso a mejorar la relación de trabajo en conjunto con los habitantes y emprendedores de alimentos y bebidas de la localidad.

Los talleres prácticos están inclinados hacia la gastronomía tradicional del cantón, esto se debe ya que al contener únicamente temas que son manejados de forma más práctica que teórica ayuda a la obtención de mejores resultados en cuanto a la mejora de conocimiento de la población. Estas actividades son dirigidas hacia los habitantes de la comunidad establecida con el objetivo de incentivarlos para que valoren, reconozcan y con ello lograr que se empoderen de todos sus sentidos de pertenencia del cantón Chone y a su vez permitiendo dar respuesta a los objetivos planteados.

## **Conclusiones centrales**

Se concluye destacando lo siguiente: Resaltar el nivel de conocimiento que tienen los habitantes del cantón Chone y el valor que le dan a esta, los chonenses se sienten muy orgullosos de sus raíces y origen. Estos reconocen sus valores, su historia, sus costumbres, su patrimonio cultural, sus celebraciones y fechas importantes, cada uno de estos elementos forman parte de una historia compartida por sus habitantes. La memoria colectiva permite que se desarrolle un sentido de pertenencia, la importancia de esto radica en la conservación de su identidad, en ser un pueblo consciente de su realidad, de su pasado y de la construcción de su presente.

Conclusiones generales del capítulo

La compilación que se presenta contribuye a gestionar la calidad, lo que se materializa desde la aplicación del ciclo Deming que contempla: planificar, hacer, verificar y actuar, los mismos que a través de las diferentes investigaciones en territorio aportan en cada uno de los procesos a la cadena de valor del turismo, cumpliéndose a través de las estas etapas que mencionamos a continuación:

- Planificación se la plasmó a partir del establecimiento de los objetivos y sus procesos, considerando los recursos implicados para alcanzar los resultados obtenidos en cada uno de los proyectos.
- Se implementaron las actividades asociadas a los procesos planificados.
- Se hizo el seguimiento, la medición de los procesos de productos / servicios que se ofertan en cada establecimiento seleccionado.
- Se actuó promoviendo el desarrollo de acciones oportunas para mejorar el desempeño de los actores y entrevistados durante el proceso investigativo.

Se concluye manifestando que la calidad, va más allá de la ventaja competitiva, es vital en el turismo. La experiencia adquirida por parte de los autores en este proceso investigativo demuestra que la infraestructura es un elemento determinante en la percepción del cliente, que el contacto social es vital para la reactivación de los negocios en el campo turístico, porque son los medios técnicos y las instalaciones los que permiten el desarrollo de la actividad turística en el destino.

La pandemia del COVID-19, fue un factor determinante que afectó al turismo y la hospitalidad en gran magnitud,

pero que al mismo tiempo activó la resiliencia de los propietarios, turistas y usuarios en la cadena de valor del turismo, y mediante la cual se impulsó la creatividad, y formas de enfrentar la desocupación y falta de concurrencia social en los diversos establecimientos intervenidos, así mismo la calidad y el servicio fue evolucionando en tiempos de pandemia y después del COVID-19, donde se evidenció en muchos casos puntuales el rescate que las personas planificaron en cuanto a la cultura, empoderamiento y atención a grupos prioritarios y que generalmente no han sido tomados en cuenta por los hacedores turísticos.

Respecto al enfoque del cliente estos demuestran sentido de pertenencia con el entorno donde se aplicó la intervención de cada proyecto ejecutado; el liderazgo de las autoridades encargadas, de los dueños de establecimientos intervenidos, evidencian que la máxima dirección en muchas ocasiones no asume la responsabilidad y la obligación de rendir cuentas con relación al cumplimiento de la política de calidad, esto se ve reflejado dentro de los resultados obtenidos en las opiniones emitidas por parte de los hacedores turísticos y de los turistas en general, que pese a todos los inconvenientes le siguen apostando al turismo.

Finalmente, como universidad los estudiantes y docentes asumen con estas experiencias investigativas el compromiso con la sociedad de aportar con proyectos investigativos innovadores en los diversos escenarios, a través de un diagnóstico de los procesos de gestión de calidad donde se desarrollaron las investigaciones, incorporando un factor necesario como lo es la accesibilidad y la gastronomía dentro de estos procesos.

Se emitió un análisis y recomendaciones de acuerdo con los resultados de los hallazgos encontrados en los procesos; en función de la mejora de desempeño, los autores proponen estrategias diversas para analizar, prevenir o reducir los efectos no deseados en la región turística de Manabí.

Se sugiere a los hacedores turísticos realizar la toma de decisiones basada en hechos con el aporte de los datos obtenidos en el levantamiento de la información, los que se constituyen en aportes valiosos en el futuro, que sugieren estrategias encaminadas a la reactivación turística en cada uno de los territorios intervenidos.

### REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Editorial Trillas.
- Alcívar, E. (2016). *Estrategias para potenciar el sector turístico de Manta* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil] <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15704/1/Trabajo%20Titulaci%C3%B3n%20Final.pdf>
- Arias, A., Calderón, J., Loor, A. y Ramos, F. (2017). *Percepción de los turistas sobre los servicios que ofrece Manta, un análisis previo al 16A*. Universidad Laica Eloy Alfara de Manabí: [https://www.researchgate.net/publication/332234626\\_Percepcion\\_de\\_los\\_turistas\\_sobre\\_los\\_servicios\\_que\\_ofrece\\_Manta\\_un\\_analisis\\_previo\\_al\\_16A](https://www.researchgate.net/publication/332234626_Percepcion_de_los_turistas_sobre_los_servicios_que_ofrece_Manta_un_analisis_previo_al_16A)
- Becerra, J. (5 de mayo de 2018). Algunas consideraciones en torno a la restauración turística post terremoto de la ciudad de Manta, Manabí, Ecuador. *Recus*, 3(2), 37-43.

- <http://oaji.net/articles/2017/6747-1543941069.pdf>
- Bastis Consultores. (1 de junio de 2020). *La importancia de la investigación explicativa*. <https://online-tesis.com/la-importancia-de-la-investigacion-explicativa/>
- Cabanilla, E., Ocaña, W., Garrido, C. y Molina, E. (2021). La nueva realidad del turismo post COVID-19. En *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el COVID-19*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58451.pdf>
- CEPAL. (12 de junio de 2021). *Biblioguías - Biblioteca de la CEPAL*. <https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=1041476&p=7573808>
- Gualpa, P. (16 de marzo de 2019). *Breve recuento sobre los impactos del turismo*. Entornoturístico. <https://www.entornoturistico.com/breve-recuento-sobre-los-impactos-del-turismo/>
- Hotal, T. (7 de agosto de 2018). *Tecno Hotal*. <https://tecnohotelnews.com/2018/08/07/turismo-accesible-100-000-empleos/>
- indorma, Q. (26 de agosto de 2019). *Quito informa*. <http://www.quitoinforma.gob.ec/2019/08/26/40-establecimientos-turisticos-seran-mas-accesibles/>
- Instituto Nacional de Estadística, G. e. (s.f.). *Clasificación de Tipo de Discapacidad*. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/clasificadoresycatalogos/doc/clasificacion\\_de\\_tipo\\_de\\_discapacidad.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/clasificadoresycatalogos/doc/clasificacion_de_tipo_de_discapacidad.pdf)
- Mendoza, Á. y Reinoso, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecua-

- dor. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4(1), 79-103.
- Mintur. (2018). *Reglamento turístico de Alimentos y Bebidas*. Ministerio de Turismo.
- Mintur. (2020). *Plan de reactivación turística*. Ministerio de Turismo.
- Navarro, D. (1 de noviembre de 2021). Dimensiones y reflexiones sobre el impacto de la pandemia del covid en el turismo. *Revista de Turismo e Identidad*, 159-169. <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/turismoeidentidad/article/view/4996>
- Navas, M., Pazmiño, V., Hidalgo, M. y Romero, M. (2021). Incidencia social de la pandemia en el sector turístico de la provincia de Manabí. *Polo de Conocimiento*, 1079-1093.
- OMS. (2020). *Gestión de la COVID-19 en hoteles y otras entidades del sector del alojamiento*. OMS.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone. (s.f.). Chone destino turístico. <https://www.chone.gob.ec/?gc=39>
- Molina, A. (2013). El auge de la citricultura en Chone. *La gente de Manabí, revista ecuatoriana*.
- Regalado, L. y Zambrano, R. (2019). *El amorfino. Manifestación de la identidad cultural del pueblo montuvio*. Ediciones Uleam.
- Molano, O. (2007). Identidad Cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7), 69-84.
- Espinel, S. C. (2010). *Propuesta de estrategia creativa publicitaria para el desarrollo de la identidad y estima ciudadana en la ciudad de Chone* [Tesis de Licenciatura, Uni-

versidad Técnica Equinoccial] [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10243/1/42744\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10243/1/42744_1.pdf)

## CAPÍTULO 3

### **APORTES AL TURISMO, DESDE LA ACADEMIA AL TERRITORIO, UN ENFOQUE HOLÍSTICO**

GUSTAVO XAVIER ÁLVARO SILVA

#### **RESUMEN**

Este trabajo es una recopilación de los resultados de varios proyectos de investigación de grado, constituidos en casos de estudio, cuyo objetivo es presentar los principales hallazgos del proceso de formación de los estudiantes, en función de su aporte al proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”. A través de una gestión planificada y coordinada, se espera promover la generación de empleo, el desarrollo económico sostenible y la conservación de los recursos naturales y culturales. Además, se buscará potenciar la imagen y la competitividad de la provincia como un destino turístico de excelencia. La metodología utilizada giró en torno al Aprendizaje Basado en Proyectos, Aprendizaje Colaborativo, Investigación Documental. Recurriendo al método de investigación-acción; asimismo la aplicación de técnicas como la entrevista, grupos focales, observación participante, encuestas, Análisis documental. Y utilizando herramientas tecnológicas. A través de la colaboración, la planificación estratégica y el uso de tecnologías innovadoras, se puede lograr un equilibrio entre el crecimiento económico, la conservación del patrimonio y la satisfacción de los visitantes. Este enfoque holístico y sostenible sentará las bases para el éxito a largo plazo de la industria turística en Manabí. Con el propósito de sistematizar la presentación de resultados, se divide este acápite en dos secciones, la primera relacionada con la integración curricular, y la segunda con asignaturas de malla curricular, específicamente, Marketing y Turismo rural y comunitario que se imparten en las carreras de Hospitalidad & Hotelería y Turismo.

## **INTRODUCCIÓN**

La industria del turismo juega un papel vital en el desarrollo económico y social de las regiones, y la provincia de Manabí, en Ecuador, no es una excepción. Con una rica diversidad natural y cultural, esta provincia costera es un destino atractivo para los visitantes nacionales e internacionales. Sin embargo, para aprovechar plenamente el potencial turístico de la región y garantizar una experiencia satisfactoria para los turistas, es esencial implementar una metodología de gestión integrada e inteligente de destinos.

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, específicamente su carrera de Turismo lleva a cabo el proyecto “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí” considerando tanto aspectos operativos como estratégicos. La metodología para su desarrollo contempla la colaboración entre los diferentes actores del sector turístico, incluyendo a la academia, autoridades locales, empresas turísticas, comunidades y otros agentes relevantes, lo que persigue lograr un enfoque holístico y coordinado que permita el desarrollo sostenible del turismo en la provincia, a la vez que se preserva su patrimonio natural y cultural.

Bajo este mismo contexto, el objetivo que persigue este componente del libro “Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación” es presentar los principales hallazgos del proceso de formación de los estudiantes, en función de su aporte al proyecto institucional, con el acompañamiento permanente de sus profesores.

La gestión integrada implica la articulación de políticas, planes y acciones en todos los niveles de gobierno y en todos

los subsectores turísticos, incluida la academia. Esto implica la creación de alianzas estratégicas, el establecimiento de mecanismos de coordinación y la implementación de procesos de planificación participativos. Además, se promoverá la cooperación entre los diferentes destinos dentro de la provincia, fomentando la colaboración y el intercambio de buenas prácticas entre ellos.

Por otro lado, la gestión inteligente de destinos se refiere a la utilización de tecnologías y datos para mejorar la toma de decisiones y la eficiencia operativa. Esto incluye el uso de sistemas de información geográfica, análisis de big data, inteligencia artificial y otras herramientas tecnológicas innovadoras. Estas tecnologías permitirán monitorear y medir indicadores clave de desempeño turístico, identificar tendencias, optimizar la gestión de recursos y ofrecer experiencias personalizadas a los visitantes.

La implementación de esta metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística en la provincia de Manabí no solo beneficiará a los turistas, sino también a las comunidades locales y a los actores del sector turístico. A través de una gestión planificada y coordinada, se espera promover la generación de empleo, el desarrollo económico sostenible y la conservación de los recursos naturales y culturales. Además, se buscará potenciar la imagen y la competitividad de la provincia como un destino turístico de excelencia.

La implementación de una metodología de gestión integrada e inteligente de destinos en la provincia de Manabí representa una oportunidad única para impulsar el desarrollo turístico de la región, garantizando una mejora

homogénea de la calidad turística en toda la provincia. A través de la colaboración, la planificación estratégica y el uso de tecnologías innovadoras, se puede lograr un equilibrio entre el crecimiento económico, la conservación del patrimonio y la satisfacción de los visitantes. Este enfoque holístico y sostenible sentará las bases para el éxito a largo plazo de la industria turística en Manabí.

### **METODOLOGÍAS UTILIZADAS**

A efectos de contribuir con los objetivos del proyecto institucional, es posible hacerlo desde los trabajos de integración curricular, así como, desde las asignaturas impartidas, de tal manera que, con base a la investigación generativa y formativa se aporta significativamente al desarrollo de ideas innovadoras.

La educación universitaria desempeña un papel fundamental en la formación de profesionales competentes y capaces de enfrentar los desafíos de un mundo en constante cambio. En este sentido, la investigación formativa y generativa ha surgido como un enfoque poderoso para promover el aprendizaje significativo y el desarrollo de habilidades críticas en los estudiantes de la ULEAM. Esta metodología no solo fomenta la adquisición de conocimientos teóricos, sino que también impulsa la generación de nuevo conocimiento y la participación activa de los estudiantes en el proceso de investigación.

La investigación formativa se centra en el proceso de aprendizaje y se basa en la idea de que los estudiantes pueden convertirse en agentes activos de su propio conocimiento. A través de la investigación formativa, los estudiantes desarrollan

habilidades de investigación, análisis crítico, pensamiento reflexivo y resolución de problemas. Se les enseña a formular preguntas, diseñar investigaciones, recopilar y analizar datos, y comunicar sus hallazgos. Este enfoque va más allá de la simple transmisión de información y busca desarrollar habilidades cognitivas superiores, así como fomentar la curiosidad y la pasión por el conocimiento.

Por otro lado, la investigación generativa se enfoca en la creación de nuevo conocimiento y la contribución activa al campo de estudio. A través de la investigación generativa, los estudiantes se involucran en la identificación de problemas, la formulación de hipótesis, el diseño de investigaciones originales y la generación de hallazgos innovadores. Este enfoque promueve la creatividad, la originalidad y la capacidad de pensar de manera crítica y propositiva. Además, la investigación generativa fomenta el desarrollo de habilidades de comunicación y presentación, ya que los estudiantes aprenden a compartir sus resultados y contribuir al cuerpo de conocimiento existente.

La investigación formativa y generativa en la educación universitaria tiene varios beneficios significativos. En primer lugar, este enfoque promueve el aprendizaje activo y autónomo. Los estudiantes se convierten en participantes activos en el proceso de aprendizaje, lo que aumenta su motivación y compromiso. Además, la investigación formativa y generativa estimula el pensamiento crítico y el razonamiento lógico. Los estudiantes aprenden a evaluar información, analizar datos y tomar decisiones fundamentadas, habilidades esenciales para su desarrollo profesional.

Asimismo, la investigación formativa y generativa

promueve la capacidad de resolución de problemas puesto que los estudiantes se enfrentan a situaciones complejas y aprenden a abordarlas de manera sistemática y creativa. Esta habilidad es fundamental en un entorno laboral cada vez más dinámico y cambiante. Además, la investigación formativa y generativa mejora las habilidades de comunicación posibilitando que los estudiantes aprendan a expresar sus ideas de manera clara y persuasiva, tanto oral como escrito.

Además de los beneficios para los estudiantes, también enriquece a las instituciones educativas y al campo de conocimiento en general. Los proyectos de investigación realizados por estudiantes pueden contribuir a la solución de problemas reales en la sociedad, generar conocimiento nuevo y aportar ideas innovadoras. Esto fortalece la reputación de la ULEAM y promueve la colaboración con otras entidades académicas y profesionales.

Con base a lo expuesto, las principales metodologías aplicadas, se exponen a continuación:

**Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP):** en esta metodología, los estudiantes trabajan en proyectos que requieren investigación, resolución de problemas y aplicación de conocimientos teóricos. Los proyectos obedecen a problemas reales, lo que fomenta la creatividad, la autonomía y el trabajo en equipo. Los estudiantes se convierten en agentes activos de su propio aprendizaje y desarrollan habilidades relevantes para su futuro profesional.

**Aprendizaje Colaborativo:** esta metodología se basa en el trabajo en grupo y la colaboración entre los estudiantes. Se enfoca en la construcción social del conocimiento, donde los estudiantes participan en discusiones, debates, resolución

conjunta de problemas y proyectos grupales. El aprendizaje colaborativo fomenta el intercambio de ideas, la construcción colectiva del conocimiento y el desarrollo de habilidades sociales y comunicativas.

**Investigación Documental:** esta metodología se basa en la búsqueda y análisis crítico de fuentes documentales, como libros, artículos, informes y documentos académicos. Los estudiantes investigan un tema específico, identifican información relevante y la analizan desde diferentes perspectivas. La investigación documental promueve el pensamiento crítico, la capacidad de análisis y la comprensión profunda de un tema.

Con el propósito de desarrollar la investigación formativa y generativa se utilizó diversos métodos, técnicas y herramientas para recopilar datos, analizar información y generar conocimiento. Así se muestra a continuación.

**Entrevistas:** la entrevista es una técnica de investigación muy utilizada en la educación universitaria. Pueden ser estructuradas, semiestructuradas o abiertas, y permiten recopilar información detallada sobre las experiencias, opiniones y perspectivas de los participantes, como estudiantes, profesores o directivos.

**Grupos focales:** los grupos focales son sesiones de discusión grupal en las que se reúnen participantes con características similares. Esta técnica permite obtener diferentes puntos de vista y generar ideas en un contexto interactivo. Los grupos focales son especialmente útiles para explorar temas específicos, identificar necesidades y recopilar información cualitativa.

**Observación participante:** la observación participante

implica que el investigador se involucre directamente en el entorno, ya sea como observador o como participante activo. Esta técnica permite obtener información detallada sobre las interacciones, dinámicas y comportamientos en el contexto educativo, y puede complementarse con notas de campo y registros audiovisuales.

**Encuestas:** las encuestas son cuestionarios estructurados que se administran a una muestra de participantes para recopilar datos cuantitativos. Son útiles para obtener información generalizada sobre actitudes, opiniones, preferencias y características demográficas de los participantes. Las encuestas se pueden aplicar en línea o en formato impreso.

**Análisis documental:** el análisis documental implica revisar y analizar diversos tipos de documentos, como informes, artículos, planes de estudio, políticas educativas, entre otros. Esta técnica permite obtener información contextualizada y en profundidad sobre el sistema educativo, las prácticas pedagógicas, las políticas institucionales y otros aspectos relevantes.

**Métodos de investigación-acción:** la investigación-acción es una metodología que combina la investigación y la acción práctica. Implica la participación activa de los profesores, estudiantes y otros actores en la identificación de problemas, la implementación de intervenciones y la reflexión sobre los resultados. Esta metodología promueve la mejora continua y el desarrollo de soluciones basadas en la práctica.

**Herramientas tecnológicas:** en la educación universitaria, se utilizan diversas herramientas tecnológicas para recopilar datos, analizar información y facilitar la comunicación. Estas herramientas incluyen software de encuestas en línea,

plataformas de aprendizaje virtual, aplicaciones móviles, software de análisis de datos y herramientas de colaboración en línea.

## **RESULTADOS**

Con el propósito de sistematizar la presentación de resultados, se divide este acápite en dos secciones, la primera relacionada con la integración curricular, y la segunda con asignaturas de malla curricular, específicamente, Marketing y Turismo rural y comunitario que se imparten en las carreras de Hospitalidad & Hotelería y Turismo.

### **A) INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**Tema:** Planificación turística, desde el gobierno central, hasta los gobiernos seccionales.

**Autora:** Chilán Santana Narcisca Monserrate

**Tutor:** Dr. Gustavo Xavier Álvaro Silva

**Descripción general.** – Este proyecto se preparó con base a la necesidad de identificar si los niveles de planificación de la cosa turística, obedecen a un proceso coherente que posibilite vincular las líneas generales declaradas entre el Plan Nacional de desarrollo, Plan Nacional de Turismo 2030, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Manabí 2030, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Manta, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Santa Marianita y, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia San Lorenzo.

Para la Organización Mundial del Turismo – OMT (1999) la planificación del turismo en un destino debe ser abordada

como un sistema en el que se interrelacionan factores de la demanda y de la oferta. Apunta, igualmente, que el turismo debe ser considerado como un sistema en el que el factor demanda consta de los mercados turísticos actuales y potenciales, y los factores de oferta acogen las atracciones, transportes, instalaciones, servicios y la promoción del turismo. Debido a las interrelaciones que existen entre los distintos elementos antes mencionados, es importante que la planificación del sector tenga como objetivo un desarrollo integrado de todas las partes del sistema, de tal manera que todas ellas sean consideradas en el proceso de planificación (p. 128).

Toro (2016) por su parte, señala que la planificación es la primera función administrativa puesto que sirve de base para las demás funciones. Esta, determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y qué debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro. La planificación comienza por establecer los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible, determina a dónde se pretende llegar, qué debe hacerse, cómo, cuándo y en qué orden (p. 23).

En Ecuador, la planificación turística no se ha constituido en el hilo conductor del desarrollo de este sector. Los gobiernos de turno, en todos sus niveles, desconocen la verdadera magnitud de los procesos que se derivan de la identificación de líneas maestras, sean capaces de plantear la hoja de ruta del éxito del turismo.

A continuación, algunos autores muestran sus consideraciones sobre la planificación del turismo en el país.

**Tabla 1***Evolución de la planificación turística en el Ecuador*

<b>Autores</b>	<b>Definición</b>
Salcedo y Vargas (2021)	<p>Los hitos de la planificación turística en el Ecuador; en 1944 y 1947 fue la creación de DITURIS, la cual años después en 1952 y 1953 se convierte en la Dirección general del turismo y durante ese lapso también se crea la Junta Nacional de Planificación (JUNAPLA).</p> <p>Entre los años 1983 y 1987 se diseñó y ejecutó el Plan Maestro de Desarrollo Turístico el cual entre sus objetivos constaba el mejoramiento de la planta turística, el ordenamiento territorial de playas, atractivos naturales y culturales con mayor énfasis en las Galápagos; desarrollo del turismo social; y la coordinación del sector público y privado.</p> <p>En los años 1993 y 1996 se crea la Agenda para el Desarrollo denominada Plan de Acción, durante la gestión del ex ministro de turismo Carlos Vera Rodríguez que fue sucedido por Armando Espinel, como sucesos más importantes fue la creación de un ente especializado en promoción turística llamado FEPROTUR (Fundación Ecuatoriana de Promoción Turística) y la elaboración del mapa de estructura del espacio turístico de la República del Ecuador.</p> <p>En el año 2000 se presentó el decreto Ejecutivo 1434 publicado en el año 2001 que declara política prioritaria del Estado el desarrollo del turismo en el país. En estos años hasta el 2004 figura el Plan de Competitividad Turística que contó con la participación de María Isabel Laniado y Rocío Vázquez como ministra de turismo, este plan fue financiado por la OMT y el Programa de Naciones Unidas para el desarrollo, además fue elaborado por el Ministerio de Turismo, se resalta también que en ese periodo se realizó una actualización de la distribución espacial turística del Ecuador, también es importante conocer que este plan surge en varios proyectos emblemáticos entre ellos la</p>

creación de la Cuenta Satélite en el 2002 cuyas proyecciones alcanzaban el 2007, sin embargo, sólo se dio continuidad hasta el año 2015.

En el año 2007 se elaboró el Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible para Ecuador 2020, más conocido como Plandetur 2020, con un proceso ampliamente participativo este instrumento esencial para impulsar el turismo de manera planificada a largo plazo promoviendo la multiplicación de fuentes de empleo como también para la economía para el país y en especial para las comunidades locales su objetivo era potenciar durante el 2007 y el 2020.

En el año 2009 se elaboró el Plan Integral de Marketing Turístico, este fue coordinado por el MINTUR e impulsado por el Fondo Mixto de Promoción Turística y el Banco Interamericano de Desarrollo. El cumplimiento de sus propósitos se proyectó para los años 2010 y 2014.

Y, finalmente, en el año 2019, se preparó el Plan Nacional de Turismo 2030, el cual es una herramienta que guiará los lineamientos generales para lograr un desarrollo turístico sostenible y accesible.

---

*Nota.* Elaboración propia a partir de Salcedo y Vargas (2021).

**Principales hallazgos.** - Con la intención de conocer el punto de vista de los actores principales de la planificación turística nacional (Ministerio de Turismo), provincial (Gobierno Provincial de Manabí), municipal (Municipio de Manta) y parroquial (Juntas parroquiales de Santa Marianita y San Lorenzo), se aplicó la entrevista con base a un cuestionario previamente elaborado.

<b>Institución</b>	<b>Área o dependencia administrativa</b>	<b>Funcionario</b>	<b>Cargo</b>
<b>Gobierno central – Ministerio de Turismo</b>	Dirección Zonal 8 del Ministerio de Turismo	Lic. Fanny Lorena Condo Tamayo	Directora
<b>Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial – Consejo Provincial de Manabí</b>	Dirección de planificación para el desarrollo y ordenamiento territorial	Eco. José Vicente Santos	Director
<b>Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal - Manta</b>	Dirección municipal de turismo de Manta	Ing. Isidro Rodríguez Loor	Director
<b>Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Santa Marianita</b>	Junta parroquial	Sr. Rubén Zambrano	Presidente
<b>Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Lorenzo</b>	Junta parroquial	Ing. Carmen Julia Reyes	Presidente

Se formuló entre ocho y diez preguntas a cada funcionario (que se observan a continuación), cuyas respuestas posibilitaron obtener una idea más precisa del estado en el que se encuentra la relación que debe existir entre los lineamientos generales de la planificación turística nacional, descendida al ámbito provincial, municipal y finalmente parroquial.

<p><b>Gobierno central</b></p>	<p><b>Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí;</b>  <b>Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Manta;</b>  <b>Gobiernos Autónomos Descentralizados de Santa Marianita y San Lorenzo.</b></p>
<p>¿Con base a su criterio, existe una articulación efectiva entre la planificación turística nacional y la planificación turística que llevan a cabo los gobiernos autónomos descentralizados?</p>	<p>¿Bajo su criterio, estima usted que la planificación turística nacional está efectivamente articulada con la planificación turística que lleva a cabo el GAD provincial de Manabí a través del plan de desarrollo y ordenamiento territorial-PDOT?</p>
<p>¿Considera usted que la planificación turística nacional debe estar a cargo exclusivamente del gobierno central?</p>	<p>¿Considera usted que la planificación turística debe estar a cargo del gobierno central exclusivamente?</p>
<p>¿Cuál es el rol que desempeña el gobierno central en la planificación turística de los gobiernos seccionales?</p>	<p>¿Cree usted que el Plan de desarrollo turístico 2030 cumple con las expectativas del país, específicamente con lo que espera el GAD provincial de Manabí / GAD del cantón Manta/ GAD parroquial?</p>
<p>¿Cómo evalúa usted la evolución del sector turístico con base al plan de desarrollo turístico 2030?</p>	<p>¿Cuál es el rol que el gobierno central debe desempeñar en la planificación turística de los GAD provinciales / GAD cantonales/ GAD parroquiales?</p>
<p>¿Considera usted que el plan de desarrollo turístico 2030, se está ejecutando de manera adecuada en procura de</p>	<p>¿Cómo evalúa usted la evolución del sector turístico del GAD provincial de Manabí, con base al Plan de desarrollo turístico 2030?</p>

<p>mejorar las condiciones del sector turístico del país?</p>	
<p>¿En qué radica la importancia del PLANDETUR 2030 para el efectivo desarrollo del sector turístico?</p>	<p>¿Considera usted que el plan de desarrollo turístico 2030, se está ejecutando de manera adecuada en procura de mejorar las condiciones del sector turístico de la provincia de Manabí / cantón Manta/ parroquias rurales de Manta?</p>
<p>¿Cree usted que se están cumpliendo las políticas nacionales propuestas (6 políticas) en el PLANDETUR 2030, con base a los planes de desarrollo turístico de los gobiernos autónomos descentralizados?</p>	<p>¿Es responsabilidad del gobierno central llevar a cabo la planificación para que los GAD provinciales / cantonales / parroquiales la ejecuten?</p>
<p>¿Específicamente en el caso de la provincia de Manabí, existe relación entre el Plan Nacional de desarrollo turístico 2030 y el componente de turismo que contiene el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Manabí-PDOT?</p>	<p>¿En qué radica la importancia del PLANDETUR 2030 para la ejecución del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Manabí-PDOT / del GAD del cantón Manta/ de las parroquias rurales de Manta?</p>
	<p>¿Cree usted que se están cumpliendo las políticas nacionales incluidas (6 políticas) en el PLANDETUR 2030, con base al plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Manabí-PDOT / plan de desarrollo turístico del gobierno autónomo descentralizado del cantón Manta / plan de desarrollo del gobierno autónomo descentralizado de las parroquias rurales de Manta?</p>

	¿Qué relación existe entre el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Manabí-PDOT / plan de desarrollo turístico del gobierno autónomo descentralizado del cantón Manta / plan de desarrollo del gobierno autónomo de las parroquias rurales de Manta y el PLANDETUR 2030?
--	---

**Conclusión central.** Con base a las respuestas de los informantes, es posible concluir lo siguiente:

La planificación turística nacional (Plan Nacional de Turismo 2030) y su relación con los procesos de planificación de los gobiernos autónomos descentralizados provincial, cantonal y parroquial (PDOT), presentan inconsistencias, puesto que los GAD preparan sus PDOT y no se orientan de manera específica con el Plan Nacional de Turismo, sino, con base a sus propias necesidades, por lo cual, se puede afirmar que no existe articulación entre las diversas instancias.

**Tema:** Impacto de las redes sociales en la promoción del subsector de intermediación turística.

**Autora:** Flor Viviana Camas Acero

**Tutor:** Dr. Gustavo Xavier Álvaro Silva

**Descripción general.** El desarrollo del turismo implica varios factores: sociales, culturales, económicos, medioambientales, entre otros, lo que permite el progreso de cada subsector; es decir, el hospedaje, transporte, restauración, esparcimiento, intermediación, entre otros.

El subsector de intermediación constituido por las agencias de viajes juega un rol importante en el sector turístico y la gestión de las redes sociales en la actualidad es de vital importancia para su desarrollo.

Las redes sociales (RRSS) han tenido un impacto positivo a nivel mundial en los últimos años, principalmente por su influencia en las decisiones de los individuos y la comunicación directa, ayudando al marketing digital. Cabe recalcar que la presencia de la pandemia incidió en su acelerado desarrollo, permitiendo que el comercio electrónico sea más eficiente, rápido y accesible, de esta manera todos los usuarios pueden acceder por medio de plataformas digitales y realizar sus compras y/o ventas, además de otras transacciones. Existe una gran diversidad de ellas, así se aprecia a continuación.

**Tabla 1**

*Tipos de redes sociales*

1. Redes sociales genéricas	Facebook, Instagram, Google + o Twitter son las más conocidas.
2. Redes sociales profesionales	Sus miembros están relacionados laboralmente. Pueden servir para conectar compañeros o para la búsqueda de trabajo. Las más conocidas son LinkedIn, Xing y Viadeo.
3. Redes sociales verticales o temáticas	Están basadas en un tema concreto. Pueden relacionar personas con el mismo hobby, la misma actividad o el mismo rol. La más famosa es Flickr.

*Nota.* Elaboración propia a partir de CNC (2018)

Según Puertas y Carpio (2017) las redes sociales exigen a los usuarios ser parte de la conversación, ser activos, publicar, compartir, comentar, etc., y a las organizaciones a generar contenido de calidad para convertirse con fuentes confiables de información. Las organizaciones buscan crear contenido relevante, que sea confiable, creíble, con el formato adecuado para hacer que se conviertan de seguidores a embajadores de la marca (p. 53), sin embargo, aunque los beneficios pueden ser varios, existe un gran conflicto con el uso de las redes sociales, puesto que el incorrecto uso de ellas puede ocasionar un impacto negativo. Además, la falta de capacitación y conocimiento completo no permite que se utilicen de forma eficaz.

Existen diversas formas de promocionar un producto, las redes sociales son claro ejemplo, su correcto uso permite conocer cuáles son las necesidades de los clientes, cuál

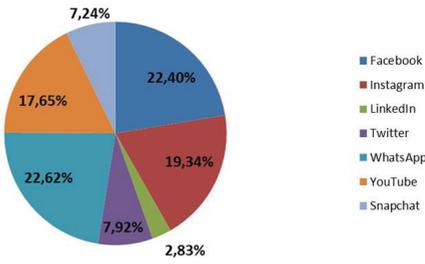
es la oferta competitiva y sobre todo permite realizar un diagnóstico mediante un estudio de mercado, posterior a ello, una segmentación del mercado para poder crear contenido que se torne viral y llegar así con mayor eficacia al público.

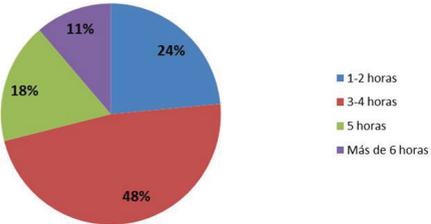
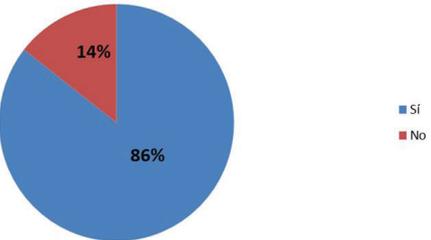
Las redes sociales son una estrategia de marketing que en la actualidad es muy importante, ya que la mayoría de la información se la encuentra en Internet, lo que promueve que los clientes introduzcan en sus redes sociales personales imágenes, videos, comentarios sobre la experiencia personal sobre el viaje, de esa forma orientan a más posibles clientes potenciales de las empresas de intermediación.

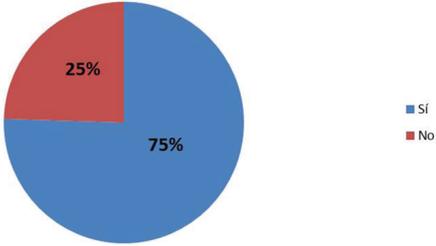
Rodríguez, Friz y Ramos (2015) afirman que numerosas agencias de viajes han cerrado sus negocios y tienden a desaparecer tal y como se las conoce actualmente. Sin embargo, son muchas las posibilidades que se les presentan si se adaptan al mercado actual, un entorno que fomenta el uso de las nuevas tecnologías y que utiliza la Web 2.0 y las Redes Sociales para mantener y captar nuevos clientes (p. 99). Por su parte Flores, Tristán y Sánchez (2020) afirman que la característica principal de las RRSS es que ha generado desafíos y oportunidades en las empresas del sector turístico es su rápida evolución. En solo algunos años pasaron de ser plataformas de expresión personal a espacios de dinámicas interrelaciones entre empresas del sector turístico y turistas reales y potenciales (p. 7).

Por lo expuesto, el principal objetivo que persigue este estudio es identificar las implicaciones del uso de las redes sociales en la comunicación comercial (promotion) de las empresas de intermediación turística ubicadas en Manta, Manabí.

**Principales hallazgos.** Con el propósito de recolectar información se utilizó la entrevista dirigida a los gestores de 20 de las 37 agencias de viaje ubicadas en Manta, así mismo, la encuesta, que se destinó a 200 de los usuarios de empresas de intermediación.

Gestores de empresas de intermediación turística	Usuarios de empresas de intermediación turística																		
<p>¿Qué opina usted sobre la necesidad de que las agencias de viajes posean activos digitales a efectos de promocionarse?  <i>Es necesario para las empresas poseer perfiles en diferentes redes sociales, porque estamos en la era de la digitalización, siendo necesario contar con activos digitales que ayuden con la promoción de productos y/o servicios, ya que los medios tradicionales son remplazados principalmente por las redes sociales, aquí se genera un contacto directo y se atrae al cliente.</i></p>	<p>¿Posee usted redes sociales? Identifíquelas</p> <p>a) Facebook                      b) Instagram                      c) LinkedIn                      d) Twitter                      e) WhatsApp                      f) Facebook Messenger                      g) YouTube                      h) Snapchat</p>  <table border="1"> <caption>Redes Sociales Posesidas por Usuarios</caption> <thead> <tr> <th>Red Social</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>22,40%</td> </tr> <tr> <td>Instagram</td> <td>19,34%</td> </tr> <tr> <td>WhatsApp</td> <td>22,62%</td> </tr> <tr> <td>YouTube</td> <td>17,65%</td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td>7,92%</td> </tr> <tr> <td>LinkedIn</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Facebook Messenger</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Snapchat</td> <td>7,24%</td> </tr> </tbody> </table>	Red Social	Porcentaje	Facebook	22,40%	Instagram	19,34%	WhatsApp	22,62%	YouTube	17,65%	Twitter	7,92%	LinkedIn	0%	Facebook Messenger	0%	Snapchat	7,24%
Red Social	Porcentaje																		
Facebook	22,40%																		
Instagram	19,34%																		
WhatsApp	22,62%																		
YouTube	17,65%																		
Twitter	7,92%																		
LinkedIn	0%																		
Facebook Messenger	0%																		
Snapchat	7,24%																		

<p>¿Qué medios utiliza su empresa para promocionarse - comunicación comercial? <i>Medios digitales principalmente.</i></p>	<p>¿En general cuántas horas al día dedica usted a navegar en redes sociales? a) 1-2 horas b) 3-4 horas c) 5 horas d) Más de 6 horas</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1-2 horas</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>3-4 horas</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>5 horas</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Más de 6 horas</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	1-2 horas	24%	3-4 horas	48%	5 horas	18%	Más de 6 horas	11%
Categoría	Porcentaje										
1-2 horas	24%										
3-4 horas	48%										
5 horas	18%										
Más de 6 horas	11%										
<p>¿Su empresa posee perfiles en redes sociales? <i>Sí posee (todas).</i></p>	<p>¿Usa usted las redes sociales a efectos de realizar búsquedas para viajes organizados? a) Sí b) No</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>86%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	86%	No	14%				
Respuesta	Porcentaje										
Sí	86%										
No	14%										

<p>En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea positiva, en qué redes sociales tiene presencia su empresa.  <i>El 80% de las empresas cuentan con perfiles en Facebook, todas las empresas poseen whatsapp. Algunas mencionaron también redes sociales como Youtube, Instagram, Twiter, Linkedin.</i>  <i>También indican que en el último año han empezado a utilizar la red social tik tok, ya es más fácil crear contenido audiovisual.</i></p>	<p>¿Al revisar sus redes sociales, la publicidad encontrada influye en su decisión de compra de viajes organizados?                  c) Sí                  d) No</p>  <p>A pie chart with a blue segment representing 75% and a red segment representing 25%. A legend to the right shows a blue square for 'Sí' and a red square for 'No'.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>75%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>25%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	75%	No	25%
Respuesta	Porcentaje						
Sí	75%						
No	25%						
<p>¿Considera usted que la presencia en redes sociales es una estrategia que posibilita la atracción y/o fidelización de sus clientes?  <i>Sí, la mayoría de las empresas considera que la presencia en redes sociales es una buena estrategia, comentan que principalmente Facebook les permite captar la atención de</i></p>							

<p><i>los clientes, posterior a ello se generan ventas por medio de whatsapp. Además, que les facilita la obtención de datos personales de los clientes, lo que ayuda con la segmentación de mercado y a generar contenido. En las redes sociales siempre se puede tener el contacto directo con el cliente, darle una atención personalizada a pesar de no encontrarse cerca.</i></p>	
<p><i>¿Qué tipo de impactos, según su apreciación, genera la presencia digital en redes sociales en la promoción de las agencias de viajes? Un impacto positivo, porque permite mostrar a la empresa digitalmente, pero una manera atractiva y divertida, no es la típica información con mucho texto, en las redes sociales la información es resumida y precisa, así el cliente no se aburre y se detiene a leer la publicación.</i></p>	

<p>¿Considera usted que el uso de las redes sociales en las agencias de viajes brinda una ventaja competitiva? ¿Por qué?</p> <p><i>Sí, en la actualidad es necesario contar con presencia digital y a diferencia de las páginas web o blogs que también proporcionan información, los usuarios pasan más tiempo en redes sociales, entonces es necesario promocionar por medio de redes para estar al nivel de las demás agencias y llegar a los clientes.</i></p> <p>Ayuda con la recopilación de datos, pero queda a cuenta de la empresa manejar bien esos datos, eso ayuda a segmentar bien el mercado.</p> <p>Ahora todas las empresas cuentan con redes sociales, el no tenerlas generaría una desventaja.</p>	
--	--

**Conclusión central.** Toda vez obtenidos los resultados, se concluye que:

Las redes sociales actúan como un canal eficaz para transmitir información, contribuyendo de forma directa a la promoción (comunicación comercial) de las empresas de intermediación.

Las publicaciones que se encuentran en redes sociales afectan en las decisiones de compra de los usuarios, siendo indispensable que las empresas de intermediación turística posean redes sociales, esto brinda una ventaja competitiva y es una esencial estrategia para la promoción.

**Tema:** Determinación de la sostenibilidad del Centro de Turismo Comunitario Salango

**Autora:** Brigitte Katherine Salazar Toro

**Tutor:** Dr. Gustavo Xavier Álvaro Silva

**Descripción general.** Esta investigación consistió en llevar a cabo un estudio sobre el estado de la sostenibilidad turística en el Centro de Turismo Comunitario de la parroquia Salango, cantón Puerto López.

En el campo turístico, la sostenibilidad se vincula con el manejo óptimo de los recursos existentes en las comunidades, procurando no afectar la vida de las futuras generaciones. Las investigaciones de este tipo son de gran ayuda para reconocer e identificar las brechas existentes y tratar de disminuirlas. Esto es tarea de los gobiernos, en todos sus niveles.

El estudio de la sostenibilidad turística es crucial para garantizar un turismo responsable y sostenible a largo plazo. Ayuda a minimizar los impactos negativos en el medio ambiente y el patrimonio cultural, promueve beneficios socioeconómicos para las comunidades locales, mejora la competitividad de los destinos y las empresas turísticas, y fomenta la gestión eficiente de los recursos.

Por su parte, el concepto de turismo comunitario se alimenta permanentemente de nuevos aportes de investigaciones realizadas tanto a nivel nacional como internacional. El interés en su estudio es fuerte, ya que es un modelo de gestión de una empresa social, cuya finalidad principal no es el rendimiento económico, sino la generación de impactos positivos distribuidos entre todos los miembros de una comunidad (Cabanilla y Cornejo, 2018). El turismo

comunitario está colaborando para que las comunidades de Ecuador sean escuchadas como grupo y no como personas individuales, lográndose lentamente el empoderamiento de las nacionalidades y pueblos, y una identidad frente a la defensa del territorio (Palacios, 2016).

Sin embargo, a raíz del desarrollo del sinnúmero de las actividades turísticas se producen ciertas acciones que no aportan de forma positiva al entorno y sus habitantes. A partir de aquello, surge el turismo comunitario, el cual se centra en preservar la identidad cultural de los pueblos, asegurándose que esta no se pierda en el tiempo.

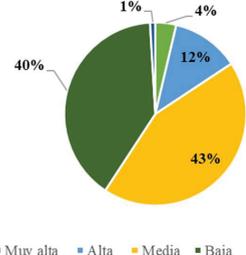
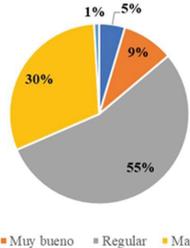
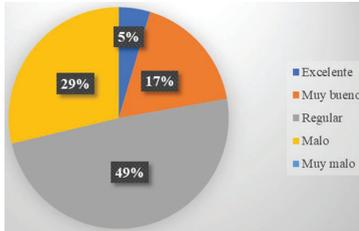
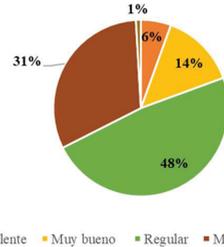
Salango es una pequeña localidad costera situada en la provincia de Manabí, a orillas del océano Pacífico, y es conocida por su belleza natural y su ambiente tranquilo.

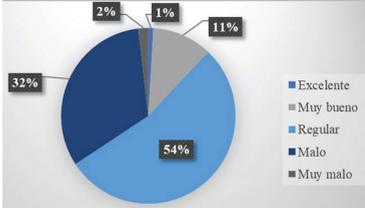
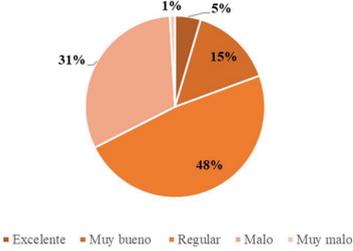
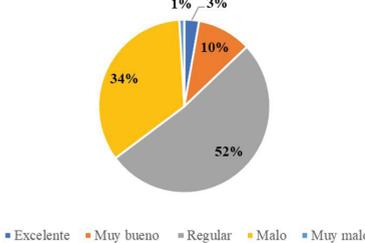
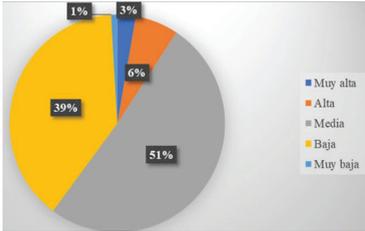
Cuenta con una playa de arena fina y aguas cristalinas, ideal para disfrutar de actividades como tomar el sol, nadar y practicar deportes acuáticos. Además, sus alrededores están rodeados de acantilados y formaciones rocosas, lo que añade un toque escénico a su paisaje costero.

La comunidad de Salango también es famosa por su rica historia cultural. En la zona se pueden encontrar vestigios arqueológicos pertenecientes a culturas que se desarrollaron en la región hace miles de años. Estos vestigios incluyen tumbas y artefactos que brindan una visión de la vida de antiguas civilizaciones.

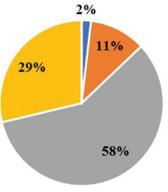
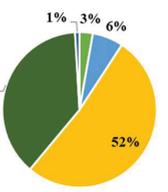
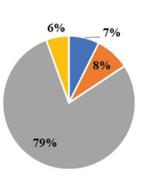
**Principales hallazgos.** Se aplicó la técnica de la encuesta a 95 pobladores locales y la entrevista, al representante de la comuna.

Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

<p>Evalúe la capacidad de la gestión turística del Centro de Turismo Comunitario (CTC) en Salango.</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy alta</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Alta</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Muy baja</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Muy alta	1%	Alta	4%	Media	43%	Baja	40%	Muy baja	12%
Categoría	Porcentaje												
Muy alta	1%												
Alta	4%												
Media	43%												
Baja	40%												
Muy baja	12%												
<p>¿Cómo califica el equipamiento turístico del CTC Salango?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Muy bueno</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>55%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Muy malo</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	1%	Muy bueno	5%	Regular	55%	Malo	30%	Muy malo	9%
Categoría	Porcentaje												
Excelente	1%												
Muy bueno	5%												
Regular	55%												
Malo	30%												
Muy malo	9%												
<p>Califique la accesibilidad hacia la parroquia Salango</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Muy bueno</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>49%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Muy malo</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	5%	Muy bueno	17%	Regular	49%	Malo	29%	Muy malo	1%
Categoría	Porcentaje												
Excelente	5%												
Muy bueno	17%												
Regular	49%												
Malo	29%												
Muy malo	1%												
<p>¿En qué nivel evalúa usted la seguridad integral de Salango?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Muy bueno</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>Muy malo</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	1%	Muy bueno	6%	Regular	48%	Malo	31%	Muy malo	14%
Categoría	Porcentaje												
Excelente	1%												
Muy bueno	6%												
Regular	48%												
Malo	31%												
Muy malo	14%												

<p>Desde su perspectiva ¿cómo califica el rol del marketing para el desarrollo del turismo comunitario?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>Muy bueno</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Muy malo</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	32%	Muy bueno	54%	Regular	11%	Malo	2%	Muy malo	1%
Categoría	Porcentaje												
Excelente	32%												
Muy bueno	54%												
Regular	11%												
Malo	2%												
Muy malo	1%												
<p>¿Cómo califica la sostenibilidad ambiental en la localidad?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>Muy bueno</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Muy malo</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	48%	Muy bueno	31%	Regular	15%	Malo	5%	Muy malo	1%
Categoría	Porcentaje												
Excelente	48%												
Muy bueno	31%												
Regular	15%												
Malo	5%												
Muy malo	1%												
<p>¿Cómo califica las estrategias de promoción del CTC Salango?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>Muy bueno</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Muy malo</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	52%	Muy bueno	34%	Regular	10%	Malo	3%	Muy malo	1%
Categoría	Porcentaje												
Excelente	52%												
Muy bueno	34%												
Regular	10%												
Malo	3%												
Muy malo	1%												
<p>¿La generación de empleos a partir del turismo comunitario es?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy alta</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>Alta</td> <td>39%</td> </tr> <tr> <td>Media</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Baja</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Muy baja</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Muy alta	51%	Alta	39%	Media	6%	Baja	3%	Muy baja	1%
Categoría	Porcentaje												
Muy alta	51%												
Alta	39%												
Media	6%												
Baja	3%												
Muy baja	1%												

Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

<p>¿Cuál es la situación actual de vivienda digna para los habitantes de la parroquia Salango?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Muy bueno</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>58%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Muy malo</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	2%	Muy bueno	11%	Regular	58%	Malo	29%	Muy malo	0%
Categoría	Porcentaje												
Excelente	2%												
Muy bueno	11%												
Regular	58%												
Malo	29%												
Muy malo	0%												
<p>Califique la infraestructura pública básica (agua potable, energía...) como aporte al turismo comunitario</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Muy bueno</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>38%</td> </tr> <tr> <td>Muy malo</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	1%	Muy bueno	3%	Regular	52%	Malo	38%	Muy malo	6%
Categoría	Porcentaje												
Excelente	1%												
Muy bueno	3%												
Regular	52%												
Malo	38%												
Muy malo	6%												
<p>Cómo califica la gestión de quienes se dedican a la actividad turística de Salango (restaurantes, hospedaje, museo, operadores turísticos...)</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy eficiente</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Eficiente</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Neutro</td> <td>79%</td> </tr> <tr> <td>Deficiente</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Muy deficiente</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Muy eficiente	6%	Eficiente	8%	Neutro	79%	Deficiente	7%	Muy deficiente	0%
Categoría	Porcentaje												
Muy eficiente	6%												
Eficiente	8%												
Neutro	79%												
Deficiente	7%												
Muy deficiente	0%												

Para la entrevista se diseñó una matriz con 3 dimensiones, Planificación turística con 37 indicadores, Cuidado y conservación del entorno con 13 indicadores y, Sostenibilidad social con 27 indicadores, en cual se aplicó la técnica del semáforo, siendo verde 3, amarillo 2, y rojo 1. El escenario más apropiado correspondería a 3 (verde).

A continuación, el resumen de la matriz:

#	Dimensión	Criterios	Resultados
1	Planificación turística	≤ 16 VERDE Hay 4 indicadores con el color verde	Bajo criterio de sostenibilidad
2	Cuidado y conservación del entorno	≤ 6 VERDE Se evidencian 4 indicadores con este color verde	Bajo criterio de sostenibilidad
3	Sostenibilidad social	≤ 14 VERDE Existen 9 indicadores en color verde	Bajo criterio de sostenibilidad

**Conclusión central.** Con base a los resultados de la encuesta, se observa que existe un bajo nivel de gestión del CTC. También se evidencia valores por debajo de la media, con respecto a la seguridad integral, rol del marketing, estrategias de promoción, sostenibilidad social y vivienda digna. Claramente estos aspectos deben fortalecerse para potenciar el turismo en Salango.

Por su parte, en la entrevista efectuada al líder comunitario, se observa que la planificación turística es regular - mala. Acerca del cuidado y preservación del medio ambiente, este es percibido como regular. Mientras que, la sostenibilidad ambiental también recibe una calificación de regular. En definitiva, existen muchos factores por mejorar en Salango en función de que se convierta en un destino sostenible.

**Tema:** Diagnóstico del uso de sistemas inteligentes en hoteles de categoría cinco estrellas de la ciudad de Manta

**Autor:** Michael Yorkael Curipallo Delgado

**Tutor:** Dr. Gustavo Xavier Álvaro Silva

**Descripción general.** Este proyecto de investigación tuvo el propósito de diagnosticar la existencia y el uso de sistemas inteligentes en los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Manta, Manabí, puesto que, en la actualidad, las empresas en general y las hoteleras en particular, no pueden prescindir de herramientas digitales para fortalecer su competitividad.

Dentro del territorio ecuatoriano, el alojamiento turístico y en particular los establecimientos hoteleros constituyen el componente de mayor desarrollo en esta actividad, sin embargo, existen pocas investigaciones publicadas sobre procesos de sistemas inteligentes en los establecimientos de alojamiento, debido a que muchos de los hoteles no aplicarían a este tipo de procesos, esto se debería a varias causas, entre ellas, la normativa hotelera que no promueve la innovación, deficiencia en los procesos de comercialización, escasa tecnificación dentro de estos establecimientos, falta de financiamiento, no se mide el impacto asociado a las innovaciones, y no se establece relación entre innovación tecnológica y competitividad (MINTUR, 2017).

Actualmente la industria hotelera y turística en la provincia de Manabí, en particular Manta, se encuentra inmersa en profundas transformaciones producto de los cambios sociales, tecnológicos, políticos, ambientales y propuestas de nuevos productos. Una de estas transformaciones sería la tecnología utilizada para brindar un servicio de calidad

dentro de los establecimientos hoteleros, pero la insuficiente aplicación en sistemas inteligentes y de prácticas respetuosas con el medio ambiente, que no se estarían empleando correctamente, no permitirían que se incorporen criterios eficaces en la gestión del sector de alojamiento.

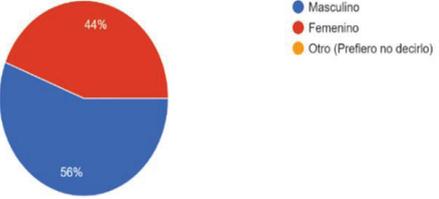
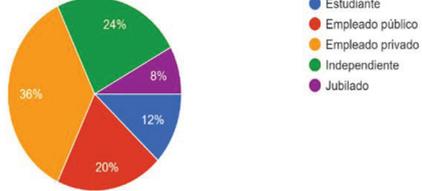
El principal problema de los hoteles ubicados en Manta se generaría en su gestión interna, ya que no tendrían definidos estándares de procesos tecnológicos e innovación y por tal razón no calificarían en un modelo de gestión de sistemas inteligentes.

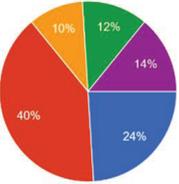
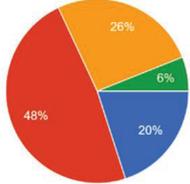
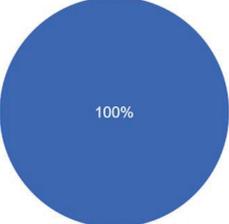
Los hoteles inteligentes se basan así en una infraestructura tecnológica o sistema inteligente capaz de aprender, entender el entorno, predecir, filtrar y responder de manera apropiada para generar experiencias mejoradas.

**Principales hallazgos.** En el afán de lograr el objetivo fue necesario aplicar las técnicas de la encuesta y la entrevista. La primera a los usuarios de hoteles, y posteriormente, la entrevista a los gestores de los tres hoteles de lujo que existen en la ciudad.

Encuesta dirigida a usuarios de hoteles		Entrevista a gestores de hoteles de lujo ubicados en Manta
Edad	<p>A pie chart illustrating the age distribution of hotel users. The chart is divided into four segments: a large red segment representing 50% (21-40 age group), an orange segment representing 32% (41-60 age group), a green segment representing 12% (61-en adelante age group), and a small blue segment representing 6% (18-20 age group). A legend to the right of the chart identifies the colors with their respective age groups: blue for 18-20, red for 21-40, orange for 41-60, and green for 61-en adelante.</p>	¿Cuáles son los principales servicios que conforman la oferta de su establecimiento?

Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

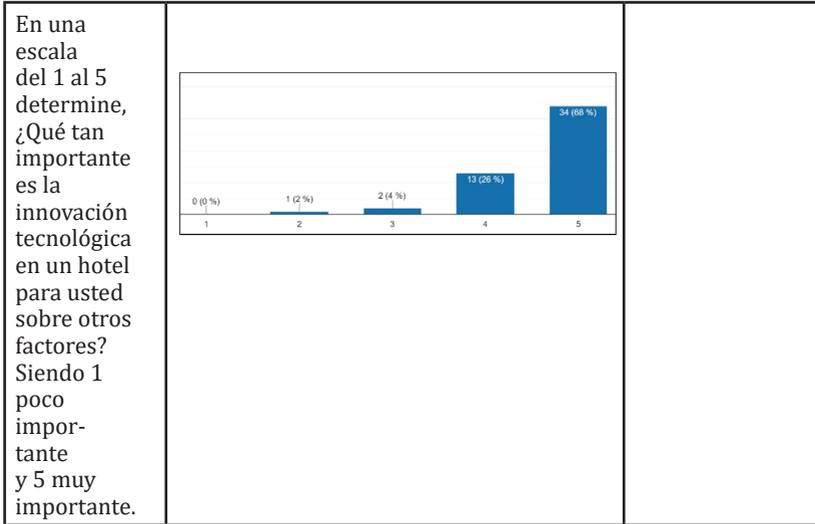
<p>Género</p>	 <p> <span style="color: blue;">●</span> Masculino  <span style="color: red;">●</span> Femenino  <span style="color: orange;">●</span> Otro (Prefero no decirlo)         </p>	<p>¿El funcionamiento y desarrollo del hotel toma en cuenta el uso de sistemas inteligentes?</p>
<p>Ocupación</p>	 <p> <span style="color: blue;">●</span> Estudiante  <span style="color: red;">●</span> Empleado público  <span style="color: orange;">●</span> Empleado privado  <span style="color: green;">●</span> Independiente  <span style="color: purple;">●</span> Jubilado         </p>	<p>¿Por qué cree usted que establecer el uso de la tecnología inteligente en elementos o procedimientos de alojamiento es considerado un recurso importante para mejorar a calidad del servicio que oferta su establecimiento hotelero?</p>

<p>¿Con qué frecuencia se hospeda en hoteles de lujo en la ciudad de Manta?</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>● Una vez a la semana</li> <li>● Una vez al mes</li> <li>● Cada seis meses</li> <li>● Una vez al año</li> <li>● Feriados</li> </ul>	<p>¿Cree usted que el uso de sistemas inteligentes es un recurso imprescindible para implementar en su empresa a fin de distinguirse y diferenciarse de la competencia?</p>
<p>¿Cree usted que el funcionamiento y desarrollo del hotel toma en cuenta el uso de sistemas inteligentes?</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>● Siempre</li> <li>● Casi siempre</li> <li>● Algunas veces</li> <li>● Muy pocas veces</li> <li>● Nunca</li> </ul>	<p>En el hotel, ¿han implementado medidas de innovación tecnológica para lograr una mayor afluencia de huéspedes?</p>
<p>¿Considera que el uso de la tecnología inteligente en elementos o procedimientos para hospedarse puede ser un recurso importante para</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>● Si</li> <li>● No</li> </ul>	<p>En caso de que su respuesta sea afirmativa ¿Explique cuáles son las innovaciones y en qué áreas?</p>

<p>mejorar la calidad del servicio que ofertan estos establecimientos?</p>																																																																										
<p>Grado de interés por utilizar los siguientes sistemas inteligentes en un hotel:                  Check-in digital                  Llaves digitales                  Internet de las cosas (Asistente con reconocimiento de voz)                  Tecnología de traducción (servicios online en diferentes idiomas)                  Metabuscadores (Trivago, Booking, Expedia)                  Integración de soluciones IPTV</p>	<p>The figure consists of two bar charts. The top chart displays interest levels for five categories: Check-in digital, Llaves digitales, Internet de las cosas, Tecnología de traducción, and Metabuscadores. The bottom chart displays interest levels for Asistente con reconocimiento de voz, Integración de soluciones IPTV, and other systems. The legend indicates five levels of interest: No interesa (blue), Poco interesa (red), Intermedio (orange), Agradezco (green), and Me interesa (purple).</p> <table border="1"> <caption>Top Chart: Interest in Smart Systems</caption> <thead> <tr> <th>System</th> <th>No interesa</th> <th>Poco interesa</th> <th>Intermedio</th> <th>Agradezco</th> <th>Me interesa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Check-in digital</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Llaves digitales</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Internet de las cosas</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Tecnología de traducción</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Metabuscadores</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Asistente con reconocimiento de voz</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Integración de soluciones IPTV</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>35</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <caption>Bottom Chart: Interest in Smart Systems</caption> <thead> <tr> <th>System</th> <th>No interesa</th> <th>Poco interesa</th> <th>Intermedio</th> <th>Agradezco</th> <th>Me interesa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Asistente con reconocimiento de voz</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Integración de soluciones IPTV</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Other systems</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>35</td> </tr> </tbody> </table>	System	No interesa	Poco interesa	Intermedio	Agradezco	Me interesa	Check-in digital	0	0	0	10	40	Llaves digitales	0	0	0	10	40	Internet de las cosas	0	0	0	20	35	Tecnología de traducción	0	0	10	10	35	Metabuscadores	0	0	10	10	35	Asistente con reconocimiento de voz	0	0	0	10	35	Integración de soluciones IPTV	0	0	0	10	35	System	No interesa	Poco interesa	Intermedio	Agradezco	Me interesa	Asistente con reconocimiento de voz	0	0	0	10	35	Integración de soluciones IPTV	0	0	0	10	35	Other systems	0	0	0	10	35	<p>¿Cree usted que la aplicación de tecnología inteligente es una de las razones por las que los clientes eligen su hotel?</p>
System	No interesa	Poco interesa	Intermedio	Agradezco	Me interesa																																																																					
Check-in digital	0	0	0	10	40																																																																					
Llaves digitales	0	0	0	10	40																																																																					
Internet de las cosas	0	0	0	20	35																																																																					
Tecnología de traducción	0	0	10	10	35																																																																					
Metabuscadores	0	0	10	10	35																																																																					
Asistente con reconocimiento de voz	0	0	0	10	35																																																																					
Integración de soluciones IPTV	0	0	0	10	35																																																																					
System	No interesa	Poco interesa	Intermedio	Agradezco	Me interesa																																																																					
Asistente con reconocimiento de voz	0	0	0	10	35																																																																					
Integración de soluciones IPTV	0	0	0	10	35																																																																					
Other systems	0	0	0	10	35																																																																					

<p>(Plataformas streaming, videojuegos, canales de tv internacional) Big Data Soluciones sostenibles (Termostatos y sensores) Tecnología conversacional (Chatbots, Whatsapp, SMS)</p>		
<p>¿Qué otra herramienta tecnológica además de las mencionadas, le gustaría que exista en estos hoteles para hacer su estadía más placentera?</p>		<p>¿Cuál de los siguientes sistemas inteligentes que se mencionan a continuación forman parte de las herramientas tecnológicas que utiliza la empresa? Tecnología de traducción Metabuscadores (Trivago, Booking, Expedia) Integración de soluciones IPTV Big Data Soluciones</p>

		<p>sostenibles (Termostatos y sensores) Tecnología convencional (Chatbots, Whatsapp, SMS) Tours de realidad virtual Procesamiento integrado de pagos Otros (cuáles)</p>																		
<p>¿Por cuál de estos medios normalmente usted busca información de establecimientos hoteleros?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Medio</th> <th>Cantidad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Metabuscadores ( Trivago, Booking, Expedia)</td> <td>25</td> <td>50 %</td> </tr> <tr> <td>Redes Sociales ( Facebook, Instagram, Twitter)</td> <td>18</td> <td>36 %</td> </tr> <tr> <td>Páginas web</td> <td>34</td> <td>68 %</td> </tr> <tr> <td>Blog</td> <td>0</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viaje</td> <td>2</td> <td>4 %</td> </tr> </tbody> </table>	Medio	Cantidad	Porcentaje	Metabuscadores ( Trivago, Booking, Expedia)	25	50 %	Redes Sociales ( Facebook, Instagram, Twitter)	18	36 %	Páginas web	34	68 %	Blog	0	0 %	Agencias de viaje	2	4 %	<p>¿La empresa está de acuerdo en continuar con la adquisición y uso de nuevas tecnologías inteligentes?</p>
Medio	Cantidad	Porcentaje																		
Metabuscadores ( Trivago, Booking, Expedia)	25	50 %																		
Redes Sociales ( Facebook, Instagram, Twitter)	18	36 %																		
Páginas web	34	68 %																		
Blog	0	0 %																		
Agencias de viaje	2	4 %																		
<p>¿Estaría usted dispuesto a pagar una tarifa adicional por un servicio que sea más automatizado?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>78%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>22%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	78%	No	22%													
Respuesta	Porcentaje																			
Sí	78%																			
No	22%																			



**Conclusión central.** Posterior a la aplicación tanto de la encuesta, como de la entrevista, se concluye:

La implementación de sistemas inteligentes es un factor fundamental para los establecimientos hoteleros en general, ya que les provee de una constante innovación, de modo que, el servicio que ofrecen sea de calidad y responda a las nuevas necesidades y demandas de los huéspedes que interactúan estrechamente con estas tecnologías. Esta realidad se evidencia notoriamente en los hoteles de categoría superior, puesto que estos modelos de negocio persiguen cada vez más la satisfacción de sus usuarios y del mismo modo buscan incrementar su competitividad dentro del sector; es así que el principal objetivo de los establecimientos de lujo ubicados en Manta es satisfacer las necesidades más peculiares de sus usuarios, brindándoles todo aquello que transforme su experiencia y haga su estadía placentera por medio de servicios poco convencionales, basados en la exclusividad y tecnología.

**Tema:** Estudio de la percepción de residentes locales, sobre la puesta en valor del patrimonio cultural del cantón Manta

**Autora:** Anchundia Delgado Yamilet Stefanía

**Tutor:** Dr. Gustavo Xavier Álvaro Silva

**Descripción general.** El principal objetivo de este proyecto de investigación fue determinar la percepción de residentes locales respecto a la puesta en valor del patrimonio cultural del cantón Manta, a efectos de conservar sus hábitos, costumbres y tradiciones. Se enmarca en el turismo cultural que como sostiene Nielsen (2003), persigue desarrollar productos con características específicas, con la intención de atraer a aquellas personas que pudieran insertarse en circuitos que contengan los elementos que lo constituyen, incluyendo la puesta en valor de aspectos seleccionados del patrimonio arqueológico. A través de estas acciones, se busca aprovechar los resultados de la investigación científica y motivar la participación de los pobladores locales en la gestión del turismo, desarrollando, al mismo tiempo estrategias para la conservación del patrimonio cultural regional.

Existen varias razones para conocer la percepción de los residentes locales sobre la puesta en valor del patrimonio cultural de Manta, entre las cuales es posible citar las siguientes:

- Identificación y sentido de pertenencia: los residentes locales son los que viven en estrecho contacto con el patrimonio cultural de su ciudad. Conocer su percepción permite comprender cómo se relacionan con esos elementos culturales y cómo los valoran. Esto ayuda a fortalecer el sentido de identidad y pertenencia

de los residentes hacia su ciudad y su patrimonio, promoviendo un mayor compromiso y participación en su protección y promoción.

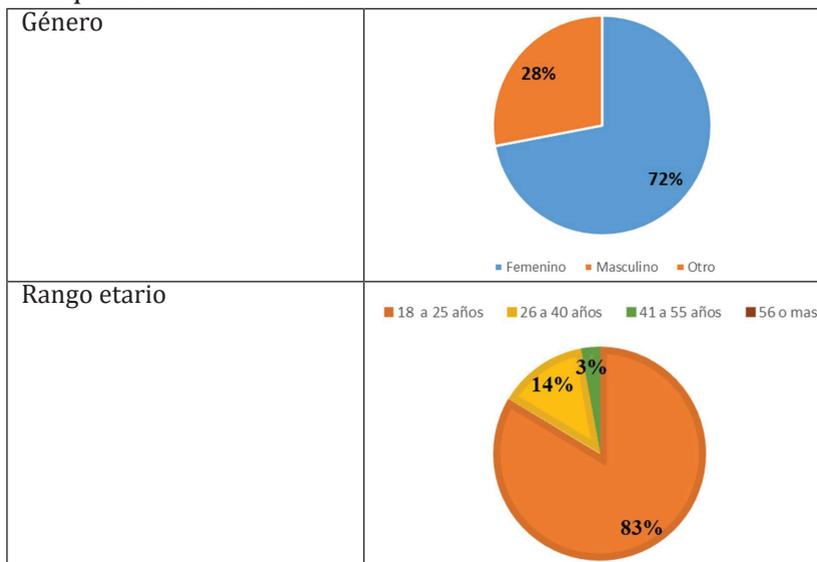
- Participación ciudadana: la participación de los residentes locales es esencial para el éxito de cualquier iniciativa de puesta en valor del patrimonio cultural. Al conocer su percepción, se pueden tener en cuenta sus opiniones, ideas y preocupaciones, involucrándolos activamente en el proceso de toma de decisiones y en la planificación de las acciones. Esto fomenta una mayor participación ciudadana, creando un sentido de corresponsabilidad y colaboración en la conservación y promoción del patrimonio cultural.
- Adecuación a las necesidades locales: los residentes locales poseen un conocimiento profundo de su ciudad y de su patrimonio cultural. Sus opiniones y percepciones permiten entender las necesidades y deseos de la comunidad en relación con la puesta en valor del patrimonio. Esto ayuda a diseñar estrategias y acciones que se ajusten a las demandas y características locales, generando un mayor impacto y aceptación por parte de la comunidad.
- Sostenibilidad y apropiación: la sostenibilidad de las acciones de puesta en valor del patrimonio cultural depende en gran medida del respaldo y la apropiación por parte de la comunidad local. Si los residentes no se sienten involucrados o valorados en el proceso, es menos probable que las iniciativas perduren en el tiempo. Conocer su percepción ayuda a diseñar estrategias que fomenten la apropiación local, generando un arraigo

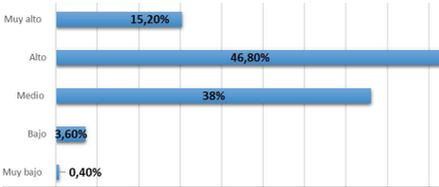
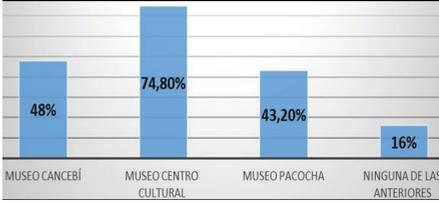
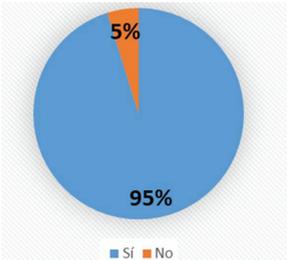
y un compromiso a largo plazo con la preservación y promoción del patrimonio cultural.

- Promoción turística responsable: la percepción de los residentes locales sobre el patrimonio cultural también puede influir en la forma en que se promociona turísticaamente una ciudad. Si los residentes sienten que se respeta y valora su patrimonio, es más probable que sean embajadores entusiastas y promuevan su ciudad como un destino cultural auténtico. Esto contribuye a una promoción turística responsable, que se basa en la autenticidad y el respeto hacia la comunidad local y su patrimonio.

**Principales hallazgos.** Para determinar la percepción de residentes locales, sobre la puesta en valor del patrimonio cultural del cantón Manta se encuestó a 250 personas residente en la ciudad.

Aquí los resultados:



<p>Valore, con base a la siguiente escala, el patrimonio cultural que posee la ciudad de Manta.</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy alto</td> <td>15,20%</td> </tr> <tr> <td>Alto</td> <td>46,80%</td> </tr> <tr> <td>Medio</td> <td>38%</td> </tr> <tr> <td>Bajo</td> <td>3,60%</td> </tr> <tr> <td>Muy bajo</td> <td>0,40%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Muy alto	15,20%	Alto	46,80%	Medio	38%	Bajo	3,60%	Muy bajo	0,40%		
Categoría	Porcentaje														
Muy alto	15,20%														
Alto	46,80%														
Medio	38%														
Bajo	3,60%														
Muy bajo	0,40%														
<p>Seleccione los museos que usted ha visitado en la ciudad de Manta</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Museo</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MUSEO CANCEBÍ</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>MUSEO CENTRO CULTURAL</td> <td>74,80%</td> </tr> <tr> <td>MUSEO PACOCHA</td> <td>43,20%</td> </tr> <tr> <td>NINGUNA DE LAS ANTERIORES</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table>	Museo	Porcentaje	MUSEO CANCEBÍ	48%	MUSEO CENTRO CULTURAL	74,80%	MUSEO PACOCHA	43,20%	NINGUNA DE LAS ANTERIORES	16%				
Museo	Porcentaje														
MUSEO CANCEBÍ	48%														
MUSEO CENTRO CULTURAL	74,80%														
MUSEO PACOCHA	43,20%														
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	16%														
<p>¿Desde su punto de vista, Manta posee bienes tangibles o intangibles que forman parte del patrimonio cultural?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	95%	No	5%								
Respuesta	Porcentaje														
Sí	95%														
No	5%														
<p>Según su criterio, ¿qué acciones deberían emprenderse para mantener o rescatar los hábitos, costumbres y tradiciones de Manta como parte de su patrimonio cultural?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Acción</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PROMOCIÓN</td> <td>39,20%</td> </tr> <tr> <td>PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES</td> <td>59,20%</td> </tr> <tr> <td>REALIZACIÓN DE EVENTOS</td> <td>78%</td> </tr> <tr> <td>CHARLAS EDUCATIVAS (ESCUELAS, COLEGIOS, BARRIOS)</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>PUBLICACIONES PERIÓDICAS</td> <td>31,60%</td> </tr> <tr> <td>ESTUDIO E IDENTIFICACION DE BIENES TANGIBLES</td> <td>0,40%</td> </tr> </tbody> </table>	Acción	Porcentaje	PROMOCIÓN	39,20%	PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	59,20%	REALIZACIÓN DE EVENTOS	78%	CHARLAS EDUCATIVAS (ESCUELAS, COLEGIOS, BARRIOS)	63%	PUBLICACIONES PERIÓDICAS	31,60%	ESTUDIO E IDENTIFICACION DE BIENES TANGIBLES	0,40%
Acción	Porcentaje														
PROMOCIÓN	39,20%														
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	59,20%														
REALIZACIÓN DE EVENTOS	78%														
CHARLAS EDUCATIVAS (ESCUELAS, COLEGIOS, BARRIOS)	63%														
PUBLICACIONES PERIÓDICAS	31,60%														
ESTUDIO E IDENTIFICACION DE BIENES TANGIBLES	0,40%														

<p>Según su criterio, ¿qué problema existe actualmente con los museos de la ciudad de Manta?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Problema</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DETERIORO DE LAS INSTALACIONES</td> <td>33,20%</td> </tr> <tr> <td>INSEGURIDAD</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>FALTA DE CONSERVACIÓN</td> <td>30,40%</td> </tr> <tr> <td>ESCALA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</td> <td>33,20%</td> </tr> <tr> <td>INDIFERENCIA DE LOS CIUDADANOS</td> <td>42,40%</td> </tr> <tr> <td>POCA PROMOCIÓN DEL SITIO</td> <td>72,40%</td> </tr> <tr> <td>PRECIO ELEVADO PARA INGRESAR</td> <td>6,80%</td> </tr> <tr> <td>NINGUNA DE LAS ANTERIORES</td> <td>4,80%</td> </tr> </tbody> </table>	Problema	Porcentaje	DETERIORO DE LAS INSTALACIONES	33,20%	INSEGURIDAD	10%	FALTA DE CONSERVACIÓN	30,40%	ESCALA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	33,20%	INDIFERENCIA DE LOS CIUDADANOS	42,40%	POCA PROMOCIÓN DEL SITIO	72,40%	PRECIO ELEVADO PARA INGRESAR	6,80%	NINGUNA DE LAS ANTERIORES	4,80%
Problema	Porcentaje																		
DETERIORO DE LAS INSTALACIONES	33,20%																		
INSEGURIDAD	10%																		
FALTA DE CONSERVACIÓN	30,40%																		
ESCALA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	33,20%																		
INDIFERENCIA DE LOS CIUDADANOS	42,40%																		
POCA PROMOCIÓN DEL SITIO	72,40%																		
PRECIO ELEVADO PARA INGRESAR	6,80%																		
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	4,80%																		
<p>¿Estaría usted de acuerdo en que se implemente una ruta turística cultural en el cantón Manta?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>71%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>29%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	71%	No	29%												
Respuesta	Porcentaje																		
Sí	71%																		
No	29%																		
<p>¿Cuál o cuáles de las siguientes manifestaciones culturales de Manta considera que son las más importantes?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Manifestación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gastronomía</td> <td>~85%</td> </tr> <tr> <td>Iglesias</td> <td>~30%</td> </tr> <tr> <td>Fiestas patrimoniales</td> <td>~60%</td> </tr> <tr> <td>Museos patrimoniales</td> <td>~65%</td> </tr> <tr> <td>Historia</td> <td>~65%</td> </tr> <tr> <td>Tour de monumentos</td> <td>~0%</td> </tr> <tr> <td>Playas</td> <td>~0%</td> </tr> </tbody> </table>	Manifestación	Porcentaje	Gastronomía	~85%	Iglesias	~30%	Fiestas patrimoniales	~60%	Museos patrimoniales	~65%	Historia	~65%	Tour de monumentos	~0%	Playas	~0%		
Manifestación	Porcentaje																		
Gastronomía	~85%																		
Iglesias	~30%																		
Fiestas patrimoniales	~60%																		
Museos patrimoniales	~65%																		
Historia	~65%																		
Tour de monumentos	~0%																		
Playas	~0%																		
<p>¿Con qué frecuencia participa o se involucra con el patrimonio cultural de la ciudad de Manta?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Frecuencia</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>siempre</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>casí siempre</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>a veces</td> <td>49%</td> </tr> <tr> <td>casí nunca</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>nunca</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>	Frecuencia	Porcentaje	siempre	3%	casí siempre	8%	a veces	49%	casí nunca	20%	nunca	20%						
Frecuencia	Porcentaje																		
siempre	3%																		
casí siempre	8%																		
a veces	49%																		
casí nunca	20%																		
nunca	20%																		

**Conclusión central.** Conocer la percepción de los residentes locales sobre la puesta en valor del patrimonio cultural de la ciudad de Manta es esencial para promover la identidad, la participación ciudadana, la sostenibilidad y el

respeto hacia la comunidad local y su patrimonio. Permite diseñar estrategias adecuadas, involucrar a la comunidad en el proceso y generar un arraigo y compromiso a largo plazo con la preservación y promoción del patrimonio cultural, sin embargo, queda claro que no todos los residentes se involucran directamente con el patrimonio cultural de la ciudad, factor que limita la posibilidad mantener vivo el patrimonio cultural, principalmente inmaterial, que posee, por lo que se torna indispensable incrementar la promoción de los museos, con el propósito de fortalecer el patrimonio cultural de Manta.

## **b) Resultados con base al ejercicio de la cátedra**

Desde las diversas asignaturas que se imparte, es posible contribuir significativamente con el proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”. En este caso se presenta, a juicio del autor, los principales resultados del citado aporte.

**Tema:** Identificación de mecanismos para comprar viajes, alojamiento y A&B

**Autores:** Estudiantes de las carreras de Hospitalidad & Hotelería y Turismo

**Profesor:** Dr. Gustavo Xavier Álvaro Silva

**Asignatura:** Marketing

**Descripción general.** La identificación de los mecanismos que utilizan las personas al momento de comprar viajes, alojamiento y A&B (Alimentos y Bebidas) se refiere a comprender los diferentes procesos y factores que influyen en la toma de decisiones de los consumidores en estos aspectos. Estos mecanismos pueden variar según las preferencias individuales y las circunstancias, por ejemplo, el uso de mecanismos tradicionales o digitales al momento de adquirir un bien o un servicio u otros, tal y como se observa a continuación.

Investigación y búsqueda de información: las personas suelen realizar investigaciones previas antes de comprar viajes, alojamiento y A&B. Esto puede implicar buscar en línea, leer reseñas, comparar precios y opciones, consultar recomendaciones de amigos o familiares, y explorar las

opiniones de otros consumidores en plataformas de viajes y sitios web de reseñas.

Influencia de las opiniones y recomendaciones: las opiniones y recomendaciones de otros tienen un impacto significativo en la toma de decisiones. Las personas pueden verse influenciadas por las experiencias y comentarios positivos o negativos de otros consumidores, especialmente cuando se trata de alojamiento y A&B. Las opiniones en sitios web de reseñas y las recomendaciones de personas cercanas pueden tener un peso importante en la elección final.

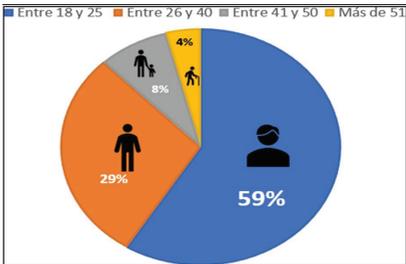
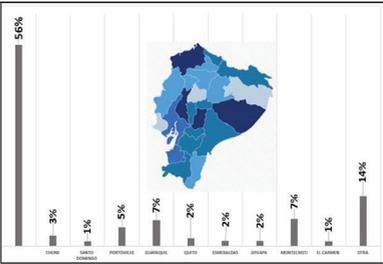
Valoración de la relación calidad-precio: las personas evalúan la relación calidad-precio al decidir comprar viajes, alojamiento y A&B. Esto implica considerar el precio en relación con la calidad, los servicios y las características ofrecidas. Las personas pueden comparar diferentes opciones y determinar qué ofrece el mejor valor en función de sus necesidades y expectativas.

Experiencias previas y lealtad a marcas: las experiencias previas pueden influir en la elección de los consumidores. Si han tenido buenas experiencias con una marca o establecimiento en el pasado, es más probable que vuelvan a elegirlo. La lealtad a una marca o cadena hotelera puede jugar un papel importante en la toma de decisiones, ya que las personas se sienten cómodas y confían en lo que conocen.

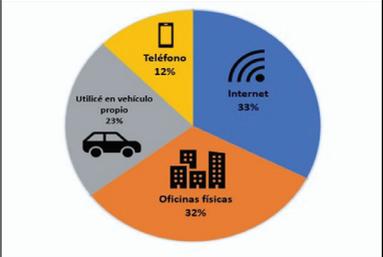
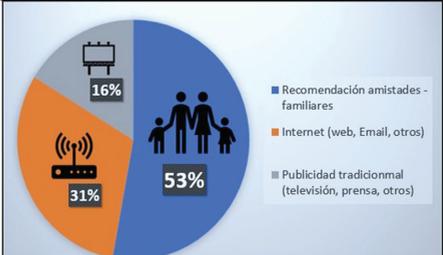
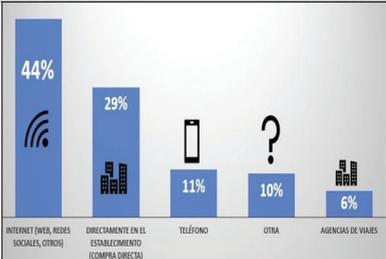
Influencia de la promoción y el marketing: las estrategias de promoción y marketing también influyen en las decisiones de compra. Las personas pueden verse atraídas por descuentos, ofertas especiales, paquetes promocionales, publicidad llamativa o campañas de marketing efectivas. La forma en que se presenta y se comunica la oferta puede

influir en la percepción del consumidor y su decisión de compra.

**Principales hallazgos.** La técnica que se aplicó consistió en elaborar un cuestionario (en línea) de encuesta, en la cual participaron alrededor de 115 estudiantes que se encargaron de recolectar la información, así como, 1095 personas que la respondieron.

Preguntas	Resultados
Género	 <p>43,60%      55,60%      0,8%</p>
Rango etario	 <p>Entre 18 y 25    Entre 26 y 40    Entre 41 y 50    Más de 51</p> <p>59%    29%    8%    4%</p>
Ciudad de residencia	 <p>56%    3%    1%    5%    7%    2%    2%    7%    1%    14%</p> <p>Quito    Guano (Quito)    Puyo (Quito)    Salinasplaza    Loja    Babahoyo    Jipijana    Babahoyo (Quito)    El Cajas    Otavalo</p>

<p>Grado de escolaridad</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Grado de escolaridad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Universitaria</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>Secundaria</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Cuarto nivel</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Primaria</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table>	Grado de escolaridad	Porcentaje	Universitaria	54%	Secundaria	36%	Cuarto nivel	6%	Primaria	4%										
Grado de escolaridad	Porcentaje																				
Universitaria	54%																				
Secundaria	36%																				
Cuarto nivel	6%																				
Primaria	4%																				
<p>Ocupación</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ocupación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jubilado</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Desempleado</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Otra</td> <td>?</td> </tr> <tr> <td>Estudiante</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Empleado</td> <td>42%</td> </tr> </tbody> </table>	Ocupación	Porcentaje	Jubilado	8%	Desempleado	14%	Otra	?	Estudiante	27%	Empleado	42%								
Ocupación	Porcentaje																				
Jubilado	8%																				
Desempleado	14%																				
Otra	?																				
Estudiante	27%																				
Empleado	42%																				
<p>¿Viajó dentro o fuera del país durante los últimos cuatro años?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SÍ</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>54%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	SÍ	46%	NO	54%														
Respuesta	Porcentaje																				
SÍ	46%																				
NO	54%																				
<p>¿Cuál fue el motivo del viaje?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Motivo del viaje</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Discrepancia de género</td> <td>41%</td> </tr> <tr> <td>Relaciones</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Salud</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Visita familiar - amigos</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Divorcio</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Estudios</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Congratular</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Cumpleaños</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Motivo del viaje	Porcentaje	Discrepancia de género	41%	Relaciones	30%	Salud	8%	Visita familiar - amigos	7%	Divorcio	5%	Estudios	3%	Congratular	2%	Cumpleaños	2%	Otros	1%
Motivo del viaje	Porcentaje																				
Discrepancia de género	41%																				
Relaciones	30%																				
Salud	8%																				
Visita familiar - amigos	7%																				
Divorcio	5%																				
Estudios	3%																				
Congratular	2%																				
Cumpleaños	2%																				
Otros	1%																				

<p>¿Qué mecanismos utilizó para reservar pasajes aéreos o terrestres?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mecanismo</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internet</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Oficinas físicas</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>Utilicé en vehículo propio</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Teléfono</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>	Mecanismo	Porcentaje	Internet	33%	Oficinas físicas	32%	Utilicé en vehículo propio	23%	Teléfono	12%		
Mecanismo	Porcentaje												
Internet	33%												
Oficinas físicas	32%												
Utilicé en vehículo propio	23%												
Teléfono	12%												
<p>¿Qué mecanismos utilizó para elegir establecimientos de alimentos y bebidas?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mecanismo</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recomendación amistades - familiares</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>Internet (web, Email, otros)</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>Publicidad tradicional (televisión, prensa, otros)</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table>	Mecanismo	Porcentaje	Recomendación amistades - familiares	53%	Internet (web, Email, otros)	31%	Publicidad tradicional (televisión, prensa, otros)	16%				
Mecanismo	Porcentaje												
Recomendación amistades - familiares	53%												
Internet (web, Email, otros)	31%												
Publicidad tradicional (televisión, prensa, otros)	16%												
<p>¿Qué mecanismos utilizó para elegir establecimientos de hospedaje?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mecanismo</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internet (web, redes sociales, otros)</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>Directamente en el establecimiento (compra directa)</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Teléfono</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Otra</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Agencias de viajes</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	Mecanismo	Porcentaje	Internet (web, redes sociales, otros)	44%	Directamente en el establecimiento (compra directa)	29%	Teléfono	11%	Otra	10%	Agencias de viajes	6%
Mecanismo	Porcentaje												
Internet (web, redes sociales, otros)	44%												
Directamente en el establecimiento (compra directa)	29%												
Teléfono	11%												
Otra	10%												
Agencias de viajes	6%												

**Conclusión central.** Los estudios de mercado son herramientas comunes utilizadas para identificar y comprender los mecanismos que manejan los consumidores al momento de adquirir o buscar productos, más aún en la era digital, es así como, un significativo número de personas viaja principalmente por descanso, placer y visitas a familiares. Lo hacen motivados por las sugerencias de otras personas, al igual que el consumo de A&B, y efectúan sus reservas, bien por mecanismos tradicionales, como digitales.

Al momento de reservar hospedaje, principalmente se lo hace en línea, dejando en un segundo lugar a los mecanismos tradicionales.

**Tema:** Estudio de identificación del perfil de visitantes y turistas de Santa Marianita. Manta, Manabí, Ecuador

**Autores:** Estudiantes de la carrera de Turismo de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades

**Profesor:** Dr. Gustavo Xavier Álvaro Silva

**Asignatura:** Marketing

**Descripción general.** La identificación del perfil de visitantes y turistas, brinda la oportunidad de conocer, en lo posible, las características que poseen los segmentos de mercado que consumen un determinado producto, o, en este caso, quienes visitan (o lo hacen en calidad de turistas) determinado destino.

Con base al objetivo que persiguió el estudio, es decir, identificar el perfil de visitantes y turistas de Santa Marianita, algunas de las razones para llevarlo a cabo, se exponen a continuación.

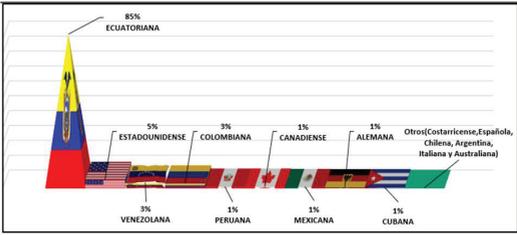
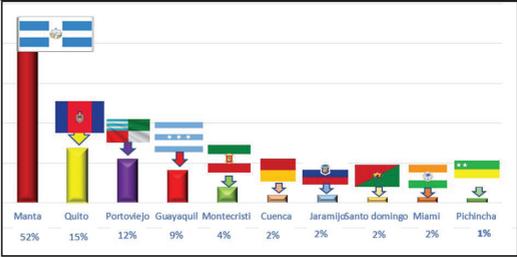
- Planificación estratégica: al comprender el perfil de los turistas, las empresas, destinos turísticos y organizaciones pueden desarrollar una planificación estratégica más efectiva. Esto implica adaptar y diseñar productos, servicios y experiencias que se ajusten a las preferencias, necesidades y expectativas de los turistas. Al conocer su perfil demográfico, comportamiento de viaje, intereses y motivaciones, se puede ofrecer una oferta más atractiva y satisfactoria.
- Segmentación de mercado: la investigación del perfil de los turistas permite identificar diferentes segmentos de mercado basados en características comunes. Cada segmento puede tener preferencias, comportamientos

y necesidades distintas. Al conocer estos segmentos, los proveedores de servicios turísticos pueden adaptar sus estrategias de marketing, comunicación y productos para satisfacer las demandas específicas de cada grupo de turistas. Esto maximiza la eficiencia de las estrategias de marketing y aumenta las posibilidades de atraer y retener a los turistas.

- Mejora de la experiencia del turista: conocer el perfil de los turistas ayuda a mejorar su experiencia durante el viaje. Al entender sus preferencias, se pueden proporcionar servicios personalizados y adaptados a sus necesidades. Esto puede incluir recomendaciones de actividades, eventos o lugares de interés que se ajusten a sus intereses, así como proporcionar opciones de alojamiento, transporte y alimentación que satisfagan sus expectativas. La personalización de la experiencia turística contribuye a la satisfacción del turista y puede fomentar su fidelidad y recomendaciones positivas.
- Toma de decisiones informadas: la investigación del perfil de los turistas proporciona datos y conocimientos que respaldan la toma de decisiones informadas en la industria del turismo. Tanto las organizaciones turísticas como los gobiernos pueden utilizar esta información para tomar decisiones estratégicas sobre la inversión en infraestructuras turísticas, el desarrollo de nuevos productos y destinos, la promoción de determinados segmentos de mercado y la implementación de políticas turísticas más efectivas.

- Competitividad y sostenibilidad: conocer el perfil de los turistas también permite a los destinos y empresas turísticas mantenerse competitivos en un entorno turístico cada vez más globalizado y en constante cambio. Al adaptarse a las preferencias cambiantes de los turistas, se pueden mantener atractivos y relevantes en el mercado. Además, la investigación del perfil de los turistas también puede ayudar a identificar prácticas sostenibles y responsables que minimicen el impacto negativo del turismo en el entorno y la comunidad local.

**Principales hallazgos.** Para llevar a cabo el estudio, se utilizó el muestreo intencional no probabilístico a 576 visitantes de Santa Marianita, cuyos resultados se exponen a continuación.

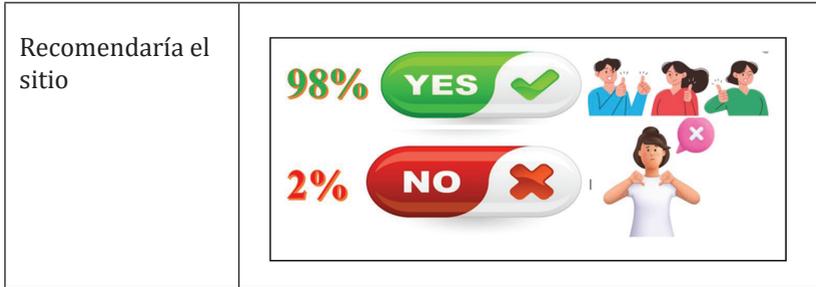
Ítem	Resultado																						
Nacionalidad	 <table border="1"> <caption>Nacionalidad de los visitantes</caption> <thead> <tr> <th>Nacionalidad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ecuatoriana</td> <td>85%</td> </tr> <tr> <td>Estadounidense</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Colombiana</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Venezolana</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Peruana</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Mexicana</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Canadiense</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Alemana</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Cubana</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Otros (Costarricense, Española, Chilena, Argentina, Italiana y Australiana)</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	Nacionalidad	Porcentaje	Ecuatoriana	85%	Estadounidense	5%	Colombiana	3%	Venezolana	3%	Peruana	1%	Mexicana	1%	Canadiense	1%	Alemana	1%	Cubana	1%	Otros (Costarricense, Española, Chilena, Argentina, Italiana y Australiana)	-
Nacionalidad	Porcentaje																						
Ecuatoriana	85%																						
Estadounidense	5%																						
Colombiana	3%																						
Venezolana	3%																						
Peruana	1%																						
Mexicana	1%																						
Canadiense	1%																						
Alemana	1%																						
Cubana	1%																						
Otros (Costarricense, Española, Chilena, Argentina, Italiana y Australiana)	-																						
Ciudad de residencia	 <table border="1"> <caption>Ciudad de residencia de los visitantes</caption> <thead> <tr> <th>Ciudad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Manta</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>Quito</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Portoviejo</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Guayaquil</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Montecristi</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Cuenca</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Jaramijó</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Santo Domingo</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Miami</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Pichíncha</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Ciudad	Porcentaje	Manta	52%	Quito	15%	Portoviejo	12%	Guayaquil	9%	Montecristi	4%	Cuenca	2%	Jaramijó	2%	Santo Domingo	2%	Miami	2%	Pichíncha	1%
Ciudad	Porcentaje																						
Manta	52%																						
Quito	15%																						
Portoviejo	12%																						
Guayaquil	9%																						
Montecristi	4%																						
Cuenca	2%																						
Jaramijó	2%																						
Santo Domingo	2%																						
Miami	2%																						
Pichíncha	1%																						

<p>Género</p>	<p>Infographic showing gender distribution: Femenino 52% and Masculino 48%.</p>
<p>Rango etario</p>	<p>Donut chart showing age ranges: 14% (60+ años), 26% (Entre 18 y 35 años), 30% (Entre 26 y 34 años), and 30% (Entre 35 y 49 años).</p>
<p>Situación laboral actual</p>	<p>Infographic showing current labor status: Empleado Público 30%, Empleado Privado 30%, Empresario/a 10%, Ama/o de casa 14%, Desempleado/a 9%, and Estudiante 7%.</p>
<p>Principal motivo de la visita</p>	<p>Circular infographic showing main reasons for visit: Vacaciones 37%, Diversión 33%, Gastronomía 21%, Negocios 12%, and others (10%, 5%, 2%).</p>

<p>¿Cómo se enteró del sitio?</p>	<p>69% Recomendación de familiares, amigos o conocidos</p> <p>29% Por Internet - Redes sociales</p> <p>2% Televisión</p> <p>0% Periódico y Radio</p>																				
<p>Frecuencia de la visita</p>	<p>28% ES LA PRIMERA VEZ</p> <p>72% REPITE LA VISITA</p>																				
<p>Medio de transporte</p>	<p>VEHÍCULO PROPIO <b>71%</b></p> <p>VEHÍCULO RENTADO <b>25%</b></p> <p>OTRAS OPCIONES <b>4%</b></p>																				
<p>Satisfacción</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Totamente satisfecho</th> <th>Satisfecho</th> <th>Algo satisfecho</th> <th>Insatisfecho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Limpieza de las calles</td> <td>~120</td> <td>~330</td> <td>~80</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Presentación de los establecimientos</td> <td>~180</td> <td>~310</td> <td>~60</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Ventas ambulantes</td> <td>~100</td> <td>~250</td> <td>~160</td> <td>~20</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Totamente satisfecho	Satisfecho	Algo satisfecho	Insatisfecho	Limpieza de las calles	~120	~330	~80	~10	Presentación de los establecimientos	~180	~310	~60	~10	Ventas ambulantes	~100	~250	~160	~20
Categoría	Totamente satisfecho	Satisfecho	Algo satisfecho	Insatisfecho																	
Limpieza de las calles	~120	~330	~80	~10																	
Presentación de los establecimientos	~180	~310	~60	~10																	
Ventas ambulantes	~100	~250	~160	~20																	

Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

<p>Satisfacción</p>	<p>Bar chart showing satisfaction levels for three categories: Servicio al cliente, Precios, and Señalética. The legend indicates 'Totalmente insatisfecho' (purple). The chart uses a color scale from blue (satisfied) to purple (totally dissatisfied).</p>
<p>Satisfacción</p>	<p>Bar chart showing satisfaction levels for three categories: Calidad en general, Paisaje, and Seguridad. The chart uses a color scale from blue (satisfied) to purple (totally dissatisfied).</p>
<p>Tiempo de permanencia</p>	<p>Stacked bar chart showing the percentage distribution of stay duration. The categories and their percentages are: Entre 2 y 3 horas (35%), Entre 3 y 6 horas (34%), Día completo (hasta 8 horas) (16%), Un día o más (14%), and 3 semanas (1%).</p>
<p>Acompañamiento</p>	<p>Infographic showing the percentage of respondents traveling with different groups: 10% VIENE SOLO/A, 3% CON COMPAÑERO DE TRABAJO O ESTUDIO, 10% CON AMIGOS, 44% CON LA FAMILIA, and 19% CON LA PAREJA.</p>



**Conclusión central.** El perfil del turista que llega a Santa Marianita, se caracteriza, principalmente, por los siguientes aspectos: nacionalidad, la mayoría son locales, un bajo porcentaje provienen de otros países; en cuanto a su residencia, principalmente son de Manta y en menor número, de ciudades como Quito, Portoviejo, Guayaquil, Montecristi, Cuenca, etc. Otro aspecto que define el perfil es el motivo de la visita, la mayoría acude a la playa por vacaciones y diversión, además, se evidencia que conocieron de la existencia del lugar gracias a recomendación de familiares o amigos y redes sociales; la frecuencia con la que visitan Santa Marianita corresponde a más de una vez y unos cuantos la visitan por primera vez. Por último, pero no menos importante, el transporte que utilizan para movilizarse a Santa Marianita principalmente es propio.

### REFERENCIAS

- Cabanilla, E. y Cornejo, C. (2018). *El turismo comunitario en el Ecuador*. UIDE.
- CNC. (11 de 2018). *Protocolo de redes sociales*. <http://www2.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/08-Protocolo-Redes-Sociales-CNC.pdf>

- Flores, I. (abril de 2020). *Mercadotecnia digital y social*. [https://www.researchgate.net/profile/Armando-SanchezMacias/publication/341385246\\_Innovacion\\_en\\_Investigaciones\\_Sociales\\_de\\_Posgrado/links/5ebd941fa6fdcc90d6754a97/Innovacion-en-Investigaciones-Sociales-de-Posgrado.pdf#page=11](https://www.researchgate.net/profile/Armando-SanchezMacias/publication/341385246_Innovacion_en_Investigaciones_Sociales_de_Posgrado/links/5ebd941fa6fdcc90d6754a97/Innovacion-en-Investigaciones-Sociales-de-Posgrado.pdf#page=11)
- MINTUR. (28 de Julio de 2022). *El turismo deja cifras positivas en lo que va de 2022*. <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/>
- Nielsen, A. (julio de 2003). *Arqueología, turismo y comunidades originarias*. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-73562003000200018&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-73562003000200018&script=sci_arttext&tlng=en)
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Organización Mundial del Turismo*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>
- Palacios, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(4), 597-614.
- Puertas, R. y Carpio, L. (2017). Interacción generada en redes sociales por las universidades categoría A en Ecuador. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 4(1). <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/233>
- Rodríguez, L. (2015). Las Agencias de Viajes ante la influencia de las Redes Sociales en el turismo. El caso de Ourense. *Revista de turismo y patrimonio cultura Pasos*, 13(4), 829-836. <https://www.pasosonline.org/Publicados/13415/PASOS43.pdf#page=99>

Toro, M. (2012). *La planificación: conceptos básicos, principios, componentes, características y desarrollo del proceso* (L.V.-12.569.947). <https://nikolayaguirre.files.wordpress.com/2013/04/1-introduccion-a-la-planificacion1.pdf>



## CAPÍTULO 4

### **GESTIÓN DE LA CALIDAD, BUENAS PRÁCTICAS Y LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS GASTRONÓMICAS DE LA CIUDAD DE MANTA**

EMIL VIERA MANZO

#### **RESUMEN**

Este trabajo es una recopilación de los resultados de varios proyectos de investigación de grado, los cuales se derivan del macroproyecto institucional, propio de la carrera de turismo de la ULEAM, titulado *Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí*. El objetivo de este capítulo es exponer resultados de trabajos de investigación sobre gestión de la calidad, mejoras del servicio e innovación para empresas que ofertan alimentos y bebidas, con enfoque integral de procesos inteligente contribuyendo al desarrollo turístico de la ciudad de Manta, Manabí. La metodología utilizada fue la revisión bibliográfica, comprendida en un enfoque mixto, mediante el cual se ha utilizado técnicas que facilitaran la comprensión de los datos obtenidos mediante su estudio. El método teórico histórico - lógico se pudo recolectar información de investigaciones anteriores que permiten abarcar de manera más específica cada una de las debilidades del sector durante el proceso. El análisis que se hizo según los resultados recopilados de varias investigaciones y las cuatro dimensiones que se trabajaron, como calidad del servicio, innovación de productos, calidad de los alimentos, seguridad alimentaria llegaron a una conclusión que, existen aún falencias en varios temas importantes que son pilares para lograr el éxito en una empresa turística. Se recomienda fortalecer las competencias laborales, como también las habilidades técnicas que son necesarias para brindar un servicio de calidad, aplicando normas técnicas que aporten a la innovación de productos, asegurando la satisfacción al cliente.

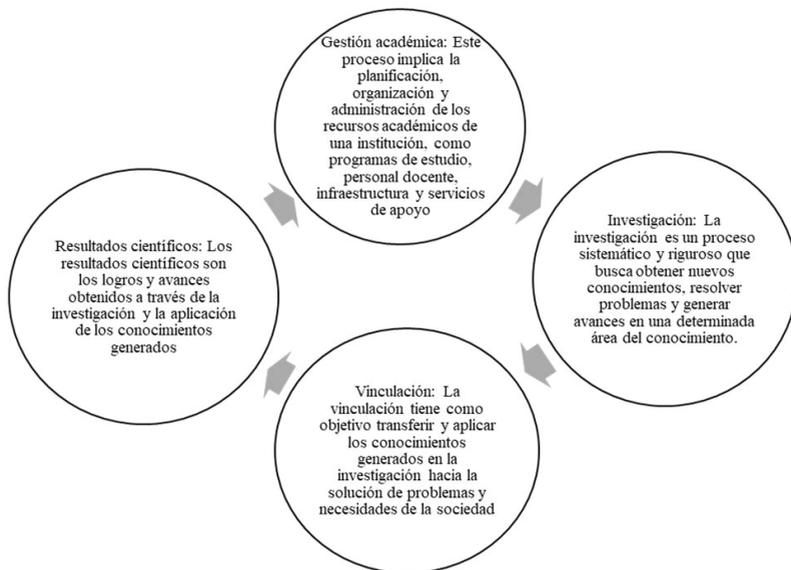
## INTRODUCCIÓN

Los procesos de gestión académico-investigativo-vinculación se refieren a las actividades y estrategias llevadas a cabo en el ámbito académico para promover la investigación y la vinculación con la sociedad, con el objetivo de generar resultados científicos significativos. Estos procesos están interrelacionados y se retroalimentan entre sí para promover el desarrollo integral de la universidad y su impacto en la comunidad.

Se describe brevemente cada uno de estos procesos y su importancia en la generación de resultados científicos:

**Figura 1**

*Procesos e importancia en la generación de resultados científicos*



*Nota.* Elaboración propia

Una gestión académica eficiente y efectiva crea un entorno propicio para el desarrollo de la investigación, facilitando la asignación de recursos, promoviendo la colaboración interdisciplinaria y fomentando la participación de estudiantes y docentes en proyectos de investigación. Para ello, es fundamental promover una cultura de investigación, incentivar la generación de proyectos de investigación, facilitar el acceso a recursos y herramientas, y promover la difusión y publicación de los resultados obtenidos. Esto se logra a través de proyectos de extensión, asesorías técnicas, programas de capacitación, emprendimientos, entre otros. Los resultados pueden manifestarse en la publicación de artículos científicos, la presentación en conferencias, la obtención de patentes, el desarrollo de tecnologías, la implementación de proyectos de impacto social, y demás. Los resultados científicos contribuyen al avance del conocimiento en una determinada área y reflejan el impacto de la labor académica en la sociedad.

El problema de las empresas u hoteles en el Ecuador es que, muchos gerentes y trabajadores cometen errores por inexperiencia e inadecuada aplicación de las normas de manipulación de alimentos (Fuentelsaz y González, 2015). Según el PLANDETUR (2020) la principal actividad económica para los hoteles en los últimos años ha sido la de los alimentos y bebidas, que representa el 60%. Por lo que al ser esta una actividad y un servicio de gran demanda, es necesario desarrollar estrategias para mejorar la calidad de este servicio de manera rápida y sostenida. Además, la Ley de Turismo de Ecuador (2002) el artículo 5 del Capítulo II del texto legal menciona el servicio de alimentos y bebidas. Como resultado, este aspecto del servicio es importante de

estudiar cuando se realiza la actividad bajo investigación. Del mismo modo, la insuficiente precisión de los procesos y subprocesos detectados en la prestación de servicio de calidad en la elaboración de alimentos se relaciona con la falta de personal capacitado en esta área, problema expuesto por los clientes a través de quejas y sugerencias, así como por la gerencia del área de catering bebidas en distintos hoteles (Font y Blanco, 2018). También manifiesta Reinoso (2009) en la provincia de Manabí se podría destacar una problemática que es la falta de un diagnóstico de la gestión hotelera que comprende la identificación de los procesos que permiten administrar un establecimiento y también el cumplimiento de requerimientos establecidos en las normas técnicas de alojamiento expedidas por el Ministerio de Turismo. Según Quijije (2021) en los hoteles de la ciudad de Manta, existe una clara falta de documentación sobre los procesos de manipulación de alimentos y manuales de procedimientos hoteleros, ya que no cuentan con los registros necesarios que demuestren el desarrollo de las actividades diarias, por lo que se requiere la gestión de procesos integrados de producción de alimentos de calidad. Las actividades turísticas son el pilar fundamental de esta industria, desde el transporte hasta la empresa misma, donde la evolución debe ser constante en cuanto a innovación y tecnología.

Las actividades turísticas como la cultural, enmarcan a los museos, desde un punto de vista histórico, orgánico y que muestran líneas de tiempo que atraen a los turistas. Cabe señalar que los museos de Ecuador se enfrentan a una nueva realidad a causa de la pandemia del COVID-19, que se refleja en la drástica reducción de visitantes en los meses de abril (410)

y mayo (160) del 2020 comparado con las cifras obtenidas en el año anterior 2019 en donde abril contó con 82.995 visitantes y el mes de mayo con 97.445 respectivamente, es así que el periodo de abril y mayo de 2020 logró el 0,32% de visitas de lo que llegó a obtener el 2019 en ese mismo periodo (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2020). Un escenario idéntico se experimentó en los museos de Manta, los cuales tuvieron una reducción de visitas considerables llegando a contar hasta con cero asistencias de visitantes en el mes de abril de 2020 y solamente 30 en el mes de mayo si se compara con el año 2019 en donde se contaron 12.703 el mes de mayo y 15.480 en abril, se obtiene un 0,11% de visitas a los museos de Manta en el año 2020 a comparación del 2019, mostrando una clara reducción de afluencia a estos escenarios (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2020).

El objeto de estudio de la gestión de la calidad, mejoras del servicio e innovación en empresas hoteleras y restaurantes se centra en mejorar la satisfacción del cliente, optimizar los procesos operativos y promover la innovación en el ámbito de la hospitalidad y la restauración.

Gestión de la calidad: implica la implementación de estándares y procedimientos para garantizar la calidad en los servicios ofrecidos. Esto incluye aspectos como la limpieza, el mantenimiento, la comodidad de las instalaciones, la calidad de los alimentos y bebidas, entre otros.

Mejoras del servicio: se busca constantemente mejorar la calidad del servicio ofrecido a los clientes. Esto implica identificar áreas de mejora, capacitar al personal en habilidades de atención al cliente, optimizar los tiempos de respuesta y garantizar una experiencia positiva en general.

Innovación: la industria hotelera y de restaurantes es altamente competitiva, por lo que la innovación es clave para mantenerse relevante. Esto implica la introducción de nuevas tecnologías, procesos o servicios que mejoren la experiencia del cliente, como sistemas de reservas en línea, aplicaciones móviles, menús interactivos, entre otros.

Además de estos aspectos, también se estudian temas relacionados con la gestión de recursos humanos, la gestión de la cadena de suministro, la seguridad alimentaria, el marketing y la gestión financiera, ya que todos ellos tienen un impacto en la calidad del servicio y la innovación en empresas hoteleras y restaurantes.

Algunas áreas específicas de investigación dentro de este campo podrían incluir:

Diseño de experiencias: investigar cómo diseñar experiencias memorables y satisfactorias para los clientes en hoteles y restaurantes. Esto implica comprender las necesidades y deseos de los clientes, identificar puntos de contacto clave y crear momentos únicos que generen una impresión positiva.

Gestión de la calidad del servicio: investigar cómo garantizar y mejorar la calidad del servicio en hoteles y restaurantes. Esto implica analizar los procesos de servicio, establecer estándares de calidad, capacitar al personal en habilidades de atención al cliente y desarrollar sistemas de seguimiento y retroalimentación para medir y mejorar continuamente la calidad.

Innovación en servicios: investigar cómo utilizar la innovación para diferenciarse y mejorar la oferta de servicios en hoteles y restaurantes. Esto puede incluir el

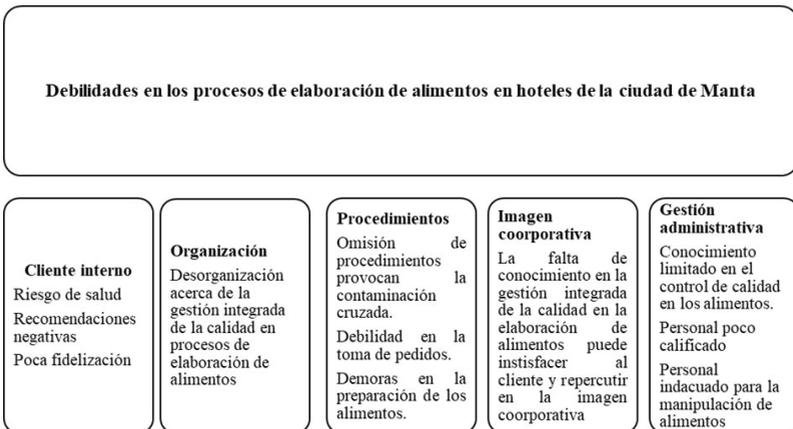
desarrollo de nuevas propuestas de valor, la implementación de tecnologías emergentes (como la inteligencia artificial o la realidad virtual) para mejorar la experiencia del cliente, o la adopción de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

Gestión de la cadena de suministro: investigar cómo optimizar la gestión de la cadena de suministro en hoteles y restaurantes para garantizar la calidad de los productos y servicios ofrecidos. Esto implica analizar los procesos de adquisición, almacenamiento y distribución de insumos, así como establecer mecanismos de control de calidad y buenas prácticas en la selección de proveedores.

## PROBLEMAS ENCONTRADOS

**Figura 2**

*Problemas basados en procesos de elaboración de alimentos*



*Nota.* Bocio (2022)

El mantenimiento de altos estándares de calidad en la preparación de alimentos puede ser un desafío. Los restaurantes y hoteles deben asegurarse de que los alimentos cumplan con las normas de seguridad alimentaria, estén frescos y sean de buena calidad. La falta de control en este aspecto puede resultar en alimentos contaminados, deteriorados o de sabor insatisfactorio. Los establecimientos de alimentos y bebidas deben manejar adecuadamente su inventario para evitar problemas como la escasez de ingredientes clave o el exceso de stock que puede llevar a desperdicio de alimentos. La planificación y el seguimiento cuidadoso de los niveles de inventario son esenciales para garantizar una producción continua y rentable. En un entorno de restaurante u hotel, el tiempo es un recurso valioso. Los procesos de elaboración de alimentos deben ser eficientes y estar bien coordinados para evitar demoras en el servicio y la insatisfacción de los clientes. Problemas como la falta de personal, la falta de planificación adecuada o la falta de capacitación pueden afectar negativamente la eficiencia y la experiencia general del cliente. La higiene es fundamental en la industria alimentaria. Los establecimientos deben cumplir con las regulaciones sanitarias, mantener áreas de trabajo limpias y garantizar prácticas adecuadas de manipulación de alimentos. La falta de higiene puede dar lugar a enfermedades transmitidas por alimentos y a la pérdida de la reputación del restaurante o hotel.

Estos son solo algunos ejemplos de problemas relacionados con los procesos de elaboración de alimentos en restaurantes y hoteles. Cada establecimiento puede enfrentar desafíos específicos dependiendo de su tamaño, ubicación y

tipo de cocina. Es importante abordar estos problemas de manera proactiva para garantizar una operación exitosa y la satisfacción de los clientes.

**Figura 3**

*Problemas basados en técnicas de servicios gastronómicos*

<b>Calidad del servicio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de control en aplicación de Técnicas de servicios</li> <li>• Servicio de atención al cliente deficiente</li> <li>• Falta de aplicación de sistemas de gestión de calidad</li> </ul>
<b>Seguridad e higiene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de control y seguimiento en técnicas de seguridad e higiene.</li> <li>• Poca experiencia en aplicación de normas de BPM en el área de manipulación de</li> <li>• <u>alimentos</u></li> </ul>
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo nivel de conocimientos en temas afines a las competencias de un profesional del turismo</li> <li>• Falta de capacitación continua que avalen el desempeño de prestador de servicio turístico.</li> </ul>

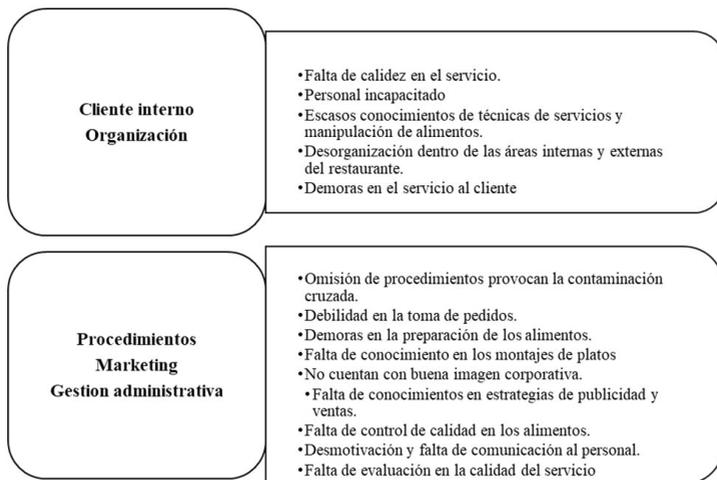
*Nota.* Zambrano y Viera (2020)

**Control de calidad de los alimentos:** el control de calidad de los alimentos es esencial para garantizar la seguridad alimentaria y la satisfacción del cliente. Los restaurantes pueden enfrentar desafíos en el mantenimiento de estándares consistentes, como la preparación adecuada de alimentos, la higiene en la cocina y el almacenamiento seguro de ingredientes perecederos.

**Capacitación y retención del personal:** la capacitación adecuada del personal es fundamental para brindar un servicio de calidad. Los restaurantes pueden enfrentar dificultades para capacitar a su personal en técnicas de servicio, conocimiento de menús y habilidades de comunicación. Además, la retención del personal puede ser un desafío, lo que puede llevar a una falta de continuidad en el servicio.

#### Figura 4

*Problemas basados en las necesidades del prestador de servicios turísticos de alimentos y bebidas*



*Nota.* Elaboración propia

El objetivo de este capítulo es exponer resultados de trabajos de investigación sobre gestión de la calidad, mejoras del servicio e innovación para empresas hoteleras y restaurantes, con enfoque integral de procesos inteligente contribuyendo al desarrollo turístico de la ciudad de Manta, Manabí. Para dar cumplimiento a esto, se procede a recopilar la información descrita en investigaciones anteriores, seguido de esto analizar las bases teóricas metodológicas de las investigaciones y finalmente presentar los resultados obtenidos de los trabajos más relevantes con temas en gestión integrada de la calidad e innovación para empresas hoteleras y restaurantes.

## **POSICIONAMIENTOS TEÓRICOS**

Díaz (2014) planteó que la gestión es una parte muy importante de venderse de manera muy adecuada, lo que se traduce en el acto de planificar y organizar una serie de actividades necesarias que permitan. En concreto, un bien o servicio para que los clientes market-fit lo conozcan y lo consuman.

Según Benavides (2011) la gestión se ocupa de dos temas fundamentales que incluyen la satisfacción del cliente y la participación o aumento en el mercado como objetivos fundamentales, revelando la gestión como una guía para orientar acciones, pronósticos, visualizaciones y empleo. La meta para lograr, la secuencia de actividades a realizar para lograr esta y el tiempo requerido para realizar cada parte de ella y todos los eventos involucrados en lograrla.

Como mencionan Campos y Loza (2011) “la gestión es la acción y efecto de la dirección o gestión, es victoria, es ejecutar un procedimiento que lleva a la realización de un negocio o cualquier deseo”. Irma y Suárez (2015) señalan que, en las empresas dedicadas a la actividad turística, la gestión por procesos puede traducir la satisfacción del cliente en operaciones que puedan ser monitoreadas, y con ello posibilitar la identificación de procesos que son críticos para la organización. Los objetivos deben cambiar para lograr la satisfacción del cliente en el sector turístico, donde los clientes se diferencian por su constante búsqueda de nuevos productos y servicios.

## **LA ORGANIZACIÓN EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

El mundo de la restauración, con su enorme diversidad de propuestas, tamaños y objetivos, da lugar a diversos tipos de organizaciones, representadas como personas físicas (sociedades unipersonales) o personas jurídicas (sociedades limitadas, sociedades anónimas, etc.).

En cualquier organización entran en juego los recursos humanos y materiales de acuerdo con los objetivos de la empresa, y por supuesto no es lo mismo la comida rápida que en un restaurante familiar o de alta cocina. Siempre se ha visto que las organizaciones, representadas por organizaciones verticales, tienen un componente jerárquico importante, con diferentes niveles desarrollados según funciones o tareas específicas (Manfugás, 2019).

Hoy, sin embargo, con el emocionante futuro que presenta el siglo XXI, las estructuras corporativas deben basarse en estándares completamente diferentes a los que se ha experimentado y practicado en las últimas décadas.

Una empresa de restauración que quiera representar el futuro tiene que evolucionar a través de lo que significa la verdadera calidad, un término que constantemente se utiliza mal, con diferentes objetivos e interpretaciones erróneas (Manfugás, 2019).

El hotelería es el conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que, de forma profesional y habitual, prestan servicios de hospedaje y restauración, ya sean habitaciones o apartamentos, con o sin otros servicios complementarios (Sanisaca, 2011). Se define a la hotelería como la disciplina que se encarga de proveer los servicios

relacionados con el alojamiento y gastronomía a clientes ocasionales, y no solo se ocupa de la administración de un hotel como su nombre lo indica sino de la gestión de diversos aspectos a diferentes servicios relacionados con el turismo como la gastronomía, la organización de eventos (Sanisaca, 2011).

La definición de gastronomía ha estado en constante cambio y evolucionado desde el comienzo de la humanidad, la cocina empezó siendo algo fundamental para la supervivencia de la especie y hasta la actualidad se ha transformado en una herramienta para generar dinero a través de la satisfacción de las experiencias y sensaciones que ofrece cada establecimiento (Gutiérrez, 2012).

Se puede definir a la gastronomía como la ciencia y arte que estudia la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno. El gastrónomo es el profesional que se encarga de este arte, a menudo se cree erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa, sin embargo, no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo ya que la gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

Dinnie (2010) señal que el término calidad proviene de la palabra latina qualitas o qualitatis, que significa “perfección”. En un principio, el concepto de calidad estaba centrado en el producto terminado, introduce el concepto de que “la calidad se define por lo que la valora”, es decir, el usuario, que encarna el concepto de control total de la calidad del producto, proceso calidad y su satisfacción.

Según la Organización Internacional de Normalización - ISO (2009) define a la calidad de un producto o servicio como ese punto de “Satisfacer las necesidades declaradas o implícitas del consumidor a través de sus prioridades o características. De esta manera la adecuación es definida por el usuario o consumidor” el mismo que da el veredicto del producto.

El turismo es uno de los principales motores de la economía por lo que se debe conservar y evolucionar con él. Actualmente no se puede entender el sector turístico sin el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC), estas han proporcionado al sector un gran apoyo, reduciendo costes y ayudando a la expansión global, hasta convertirse en un producto de uso común en todos los continentes (García, González y Medina, 2014).

El sector turístico está asimilando rápidamente que internet puede satisfacer de mejor manera las necesidades de los turistas, haciéndolo de una forma más directa que la tradicional y en ocasiones eliminando a los intermediarios del canal de comercialización de siempre. Al mismo tiempo que los turistas pueden participar activamente generando opiniones y eligiendo destinos que más se acomoden al bolsillo de cada uno (Sahut y Hikkerova, 2009), la eliminación de intermediarios ha generado escenarios dramáticos para distribuir productos turísticos.

De este modo se habla de un nuevo perfil de turista, que gestiona todas sus actividades mediante un dispositivo, creando por su cuenta paquetes personalizados comprando, alquilando o prestando servicios en diferentes agencias o establecimientos. Se habla de un cliente que siempre está conectado y asume el control por medio de la tecnología

(Coussement y Teague, 2013).

Es así como las nuevas tecnologías requieren que los turistas estén inmersos en el ámbito online y asociados a la utilización de sistemas operativos, por ejemplo, los más utilizados: Android, Windows, Linux, IOS, etc. Estos están presentes en los dispositivos móviles con mayor presencia en el mercado.

**Tabla 1**

*Cuadro sinóptico*

Autor	Definición #1
<b>Waterhouse (1987)</b>	“La capacitación y el desarrollo de los recursos humanos en las organizaciones parten del supuesto que la mayoría de los empleados puedan ser naturalmente motivados a trabajar y a aprender. El hecho de tener una actividad estimulante, de progresar en su profesión o campo de acción y de recibir recompensas por su desempeño son factores que movilizan y atraen su atención y energía”.
Autor	Definición #2
<b>Sherman, Bohlander y Snell (1999)</b>	“La capacitación es entendida como el esfuerzo generalizado para mejorar los conocimientos y las destrezas disponibles en la organización. Las acciones de capacitación deben basarse en un acercamiento entre el área de recursos humanos y la línea. Debe responder también a la difusión de las prácticas de la compañía para pertenecer a ella y representarla. El término, se utiliza con frecuencia de manera casual, para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por una organización, para impulsar el aprendizaje de sus miembros”.
Autor	Definición #3
<b>Siliceo (2004)</b>	“La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u

organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador”.

Autor Definición #4

**Coulter (2005)** “La capacitación es el conjunto de conocimientos sobre el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz. Como cuando se trata de mejorar las habilidades manuales o la destreza de los individuos se entra al campo del adiestramiento, el conjunto capacitación y adiestramiento se conoce con el nombre de entrenamiento en el trabajo”.

Autor Definición #5

**Chiavenato (2007)** “La Capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”.

Autor Definición #6

**SECAP (2016)** “Es el proceso mediante el cual se establecen las directrices para la investigación, ejecución y evaluación del plan de capacitación de facilitadores, orientado a contar con un equipo de facilitadores capacitados en las competencias básicas, pedagógicas y técnicas, con el fin de garantizar la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje desarrollada por la institución”.

### **Definición interpretada**

La capacitación según concuerdan los autores es la preparación y el desarrollo constante del talento humano dentro de sus áreas, convirtiéndose en una necesidad para cada empresa, puesto que un equipo capacitado es un equipo capaz de desempeñarse a la perfección dentro de su puesto de trabajo. Para que una capacitación se desarrolle correctamente esta debe ser constante y debe partir de las necesidades o debilidades de una empresa u organización, es decir, entre mejor se prepare al personal se encontrará un mayor avance y desarrollo dentro de la misma es así como se empieza a generar ingresos tan solo con invertir en la preparación del personal.

Autores	Definición
<b>Deming (1988)</b>	Determinó al concepto calidad como ese grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo coste. Este grado debe ajustarse a las necesidades del mercado. Según Deming la calidad no es otra cosa más que “una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua”.
<b>Harrington (1990)</b>	Definió la calidad como el hecho de cumplir o exceder las expectativas del cliente a un precio que sea capaz de soportar.
<b>Feigenbaum (1991)</b>	Entendió la calidad como un proceso que debe comenzar con el diseño del producto y finalizar sólo cuando se encuentre en manos de un consumidor satisfecho.
<b>Schrolder (1992)</b>	Fue firme en la opinión de que la calidad es incluir cero defectos, mejora continua y gran enfoque en el cliente. Cada individuo tiene la facultad de definir la calidad con sus complementos.
<b>Juran (1993)</b>	Supuso que la calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Además, según Juran, la calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es “la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”.

---

*Nota.* Bocio (2022) y Zambrano y Viera (2020)

## **METODOLOGÍAS UTILIZADAS**

La revisión bibliográfica o estado del arte corresponde a la descripción detallada de cierto tema o tecnología, pero no incluye la identificación de tendencias que puedan plantear diferentes escenarios sobre el desarrollo de la tecnología en cuestión y que permitan tomar decisiones estratégicas (Gómez-Luna et al., 2014). La siguiente investigación comprende un enfoque mixto, mediante el cual se ha utilizado técnicas que facilitaran la comprensión de los datos obtenidos

mediante su estudio. En este estudio se pudo constatar que uno de los mejores procedimientos es el que se lleva a cabo desde el contexto natural del fenómeno, ya que este permite al investigador desplazarse con más facilidad al campo que será estudiado.

Mediante el método teórico histórico - lógico se pudo recolectar información de investigaciones anteriores que permiten abarcar de manera más específica cada una de las debilidades del sector durante el antes del proceso, en teoría según Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010), este método “está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica. Para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Caracteriza al objeto en sus aspectos más externos, más fenomenológicos”.

**Tabla 2**

*Cuadro metodológico*

<b>Fases</b>	<b>Proceso de análisis</b>	<b>Metodología</b>	<b>Técnicas</b>
Recopilación	Compilación de información	Compilación de investigación	Cuestionarios, registros documentales, encuestas, entrevistas
Reconstrucción de la información	Sistematización del proceso de construcción	Sistematización de experiencias	Análisis documental, mapa para la sistematización del proceso

Conceptua- lización	Conceptua- lización teórica- metodológica	Teorías funda- mentadas, revisión bibliográfica	Cuadro sinóptico, esquema teórico
Resultados finales	Formulación de resultados	Enfoque mixto	Análisis documental, estadístico

---

*Nota.* Elaboración propia

## **RESULTADOS**

Como resultados de manera general, en este caso se trabajaron con cinco sectores de la ciudad de Manta, donde existen empresas donde su principal actividad turística es la venta de alimentos y bebidas y el alojamiento. Se trabajó con alrededor de 100 personas, dicha información consta en los trabajos de investigación realizados anteriormente. Se trataron varias dimensiones como: calidad del servicio, innovación de productos, calidad de los alimentos, seguridad alimentaria.

### **DIMENSIÓN: CALIDAD DEL SERVICIO**

Los estudios muestran que la calidad del servicio es un factor crucial para la satisfacción del cliente y la fidelización. Las empresas que priorizan la calidad del servicio tienden a tener clientes más satisfechos y leales. La calidad y la consistencia en la preparación de alimentos son factores clave para la satisfacción del cliente en restaurantes. Una gestión efectiva de los procesos puede contribuir a mejorar la experiencia del cliente y fomentar la lealtad a la marca.

**Tabla 3**

*Sectores en el proceso de investigación y dimensiones*

<b>Sectores</b>	<b>Dimensión: Calidad del servicio</b>
San Mateo	40%
Playa El Murciélago	50%
Tarqui	40%
Vía Barbasquillo	80%
Santa Marianita	60%
Media general dimensión	54%

*Nota.* Elaboración propia

### **DIMENSIÓN: INNOVACIÓN DE PRODUCTOS**

En cuanto a la innovación en productos, cabe mencionar que se puede proporcionar una ventaja competitiva significativa. Es importante que las empresas que son capaces de innovar de manera constante y eficaz están mejor posicionadas para adaptarse a los cambios del mercado y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes. **Entre la relación que existe en la calidad del servicio e innovación** existe una conexión estrecha que puede conducir a mejoras en la calidad del servicio, al permitir a las organizaciones ofrecer soluciones más eficientes, personalizadas y convenientes a los clientes.

**Tabla 4**

*Sectores en el proceso de investigación y dimensiones*

<b>Sectores</b>	<b>Dimensión: Innovación de productos</b>
San Mateo	60%
Playa El Murciélago	60%
Tarqui	50%
Vía Barbasquillo	90%
Santa Marianita	50%
Media general dimensión	62%

*Nota.* Elaboración propia

### **DIMENSIÓN: CALIDAD DE LOS ALIMENTOS**

Para la calidad de los alimentos, se hizo una reflexión sobre la relación de rentabilidad y calidad, ya que una gestión deficiente en la calidad de los alimentos puede traer problemas en cuanto a la afectación de los sabores, colores y presentación de los platos.

**Tabla 5**

*Sectores en el proceso de investigación y dimensiones*

<b>Sectores</b>	<b>Dimensión: Calidad de los alimentos</b>
San Mateo	40%
Playa El Murciélago	70%
Tarqui	40%
Vía Barbasquillo	90%
Santa Marianita	80%
Media general dimensión	64%

*Nota.* Elaboración propia

### **DIMENSIÓN: SEGURIDAD ALIMENTARIA**

Otro aspecto importante que se investigó fue sobre la gestión efectiva de los procesos de elaboración de alimentos en las empresas de restaurantes de la ciudad de Manta. Se realizó una evaluación significativa de los momentos de cada etapa, desde la recepción de ingredientes hasta los platos terminados, donde el 50% de las empresas aplican de manera efectiva la eficiencia operativa y la aplicación de buenas prácticas. Asimismo, es una preocupación fundamental de la industria de la restauración, donde se destaca la importancia de implementar, buenas prácticas adecuadas en la manipulación e higiene de los alimentos, también contar con los reglamentos, normativas que controlen el cumplimiento y garanticen la calidad.

**Tabla 6**

*Sectores en el proceso de investigación y dimensiones*

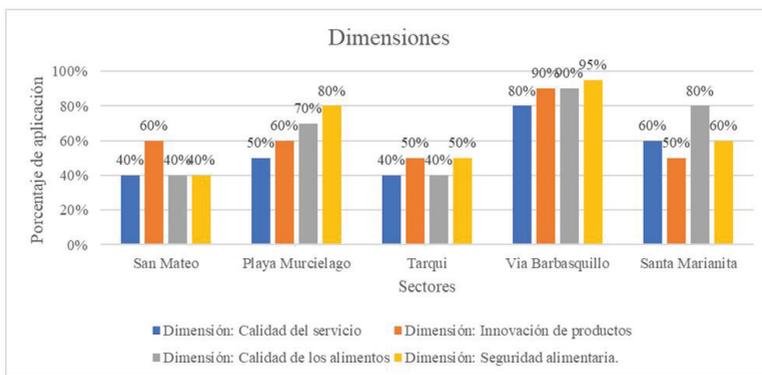
Sectores	Dimensión: Seguridad alimentaria.
San Mateo	40%
Playa El Murciélago	80%
Tarqui	50%
Vía Barbasquillo	95%
Santa Marianita	60%
Media general dimensión	65%

*Nota.* Elaboración propia

**FIGURAS GENERALES DE LOS RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES VALORADAS EN CADA SECTOR INVESTIGADO.**

**Figura 4**

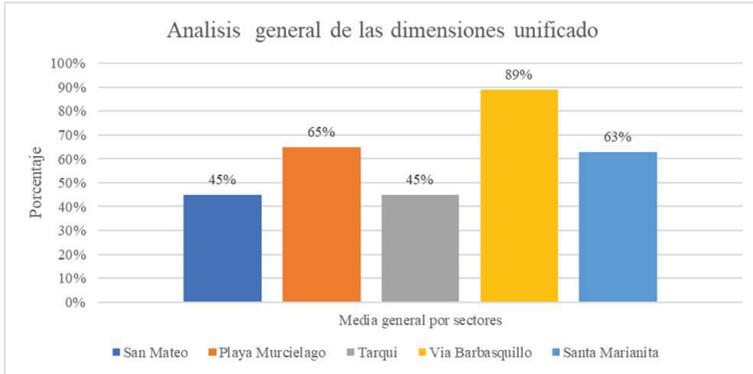
*Porcentaje de aplicación en cada dimensión analizada*



*Nota.* Elaboración propia

La figura muestra la variación de porcentajes en cuanto a las cuatro dimensiones investigadas en los cinco sectores de la ciudad de Manta. Los sectores involucrados no alcanzan el 100% en las dimensiones.

**Figura 5**  
*Análisis general de las dimensiones unificados*



*Nota.* Elaboración propia

Se puede observar que el porcentaje más alto lo alcanzó las empresas que están ubicadas en la Vía Barbasquillo, ya que se encuentran ofertas variadas nacionales e internacionales en las empresas de restaurantes u hoteles de este sector. En cambio, los sectores más bajos como San Mateo y Tarqui requieren más ayuda en fortalecer las competencias profesionales, como también el empoderamiento de conocimientos en cuanto a los servicios turístico.

## CONCLUSIONES

La calidad de servicios turísticos, en empresas turísticas, es fundamental para la satisfacción del cliente y la reputación del negocio. La investigación expone que la integración de sistemas de gestión de la calidad, herramientas de análisis de datos y soluciones de automatización puede fortalecer a las empresas a mejorar la eficiencia, reducir los costos y ofrecer experiencias más personalizadas y memorables a

los clientes. La implementación de prácticas de gestión de calidad, mejoras del servicio e innovación en empresas que ofertan alimentos y bebidas, no solo beneficia a los negocios individualmente, sino que también contribuye al desarrollo turístico en general. Un sector turístico fuerte y competitivo, caracterizado por la excelencia en el servicio y la oferta de experiencias únicas, puede impulsar el crecimiento económico, la creación de empleo y el desarrollo sostenible de las comunidades locales. Los resultados de la investigación subrayan la importancia de adoptar un enfoque integral que combine la gestión de calidad, las mejoras del servicio y la innovación en empresas gastronómicas, con el objetivo de impulsar el desarrollo turístico de manera sostenible y exitosa.

## REFERENCIAS

- Benavides, L. (2011). *Gestión, liderazgo y valores en la administración de la Unidad Educativa "San Juan de Bucay" del Cantón General Antonio Elizalde (Bucay). Durante periodo 2010-2011* [Tesis de Maestría, Universidad Particular de Loja]. [https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides\\_Gaibor\\_Luis\\_Hernan.pdf](https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf)
- Bocio, R. (2022). *La gestión integrada de la calidad en procesos de elaboración de alimentos en hoteles de la ciudad de Manta* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4444/1/ULEAM-HT-0131.pdf>
- Campos, S. y Loza, P. (2011). *Incidencia de la gestión*

- administrativa de la biblioteca municipal "Pedro Moncayo" de la ciudad de Ibarra en mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios en el año 2011. Propuesta alternativa* [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica del Norte]. <https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1945/1/05%20FECYT%201136%20TESIS.pdf>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos. El Capital Humano de las Organizaciones*. Mc Graw Hill.
- Coulter, R. (2005). *Administración*. Pearson. [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)
- Coussement, M. & Teague, T. (2013). Journal of Hospitality and Tourism Technology. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4(2), 177-187. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-12-2011-0035/full/html>
- Deming, E. (1988). *Nueva ISO-9001-2015*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/category/iso-90012015/>
- Díaz, J. (2014). Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: retos y perspectivas. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 48(1), 21-24.
- Feigenbaum, V. (1991). *Desarrollo del concepto calidad*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Font, M. y Blanco, G. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *ECA Sinergia*, 9(2), 80-90.
- Fuentelsaz, L. y González, C. (2015). El Fracaso Emprendedor. *Universia business review*, 65-81.

- García, F., González, R. y Medina, S. (2014). El modelo de negocios como brújula en entornos dinámicos: El caso de Amadeus. *Dirección y Organización*(54), 3-20. <https://revistadyo.es/DyO/index.php/dyo/article/view/455>
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G. y Betaancourt-Buitrago, L. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. *Dyna*, 81(184), 158-163. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49630405022>
- Gutiérrez, C. (2012). *Historia de la Gastronomía*. [https://www.academia.edu/34552742/Historia\\_de\\_la\\_gastronom%C3%ADa\\_pdf](https://www.academia.edu/34552742/Historia_de_la_gastronom%C3%ADa_pdf)
- Harrington. (1990). *Desarrollo del concepto calidad*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación 5ª ed.* McGraw-Hill.
- Irma, M. y Suárez, M. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura Intangible Capital. *Intangible Capital*, 11(2), 147-165.
- Juran, M. (1993). *Desarrollo del concepto de calidad*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Manfugás, C. (2019). *Valoración de la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en el hotel Sol Cayo Coco*. Universidad de La Habana.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2020). *Cultura y Patrimonio*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.>

ec/

- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*.
- Quijije, M. (2021). *Procedimiento en procesos de servicios para la mejora de la gestión operativa en el hotel balandra del destino Manta* [Tesis de Licenciatura, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí].
- Reinoso, M. (2009). *Diseño y elaboración del manual de procedimientos de los departamentos de recepción y ama de llaves de la hostería y pueblo ecológico Alándaluz*.
- Sahut, M. & Hikkerova, L. (2009). The Impact of Internet on Pricing Strategies in the Tourism Industry. *Journal of Internet Banking and Commerce*(1), 1-8. <http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>
- Sanisaca, C. (2011). *Hotelería*. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1721/1/tur77.pdf>.
- Schrolder, R. (1992). *Desarrollo del conceptode calidad*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- SECAP, S. (20 de 10 de 2016). Reglamento de Capacitación Profesional y Certificación de Personas. *Reglamento de Capacitación Profesional y Certificación de Personas*. <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/06NOR2016-REGLAMENTO05.pdf>
- Sherman, A., Bohlander, G. y Snell, S., (1999). *Administración de recursos humanos*. International Thomson Editores.
- Siliceo, A. (2004). *Capacitación y Desarrollo del Personal*.

Limusa Noriega.

Waterhouse, P. (1987). *Diseño de cursos de entrenamiento*.

Zambrano, G. y Viera, E. (2020). *Programa de capacitación*.

## CAPÍTULO 5

### **FORMACIÓN PROFESIONAL Y BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN INTEGRADA E INTELIGENTE PARA LA CALIDAD TURÍSTICA**

MABEL FONT ARANDA

#### **RESUMEN**

La gestión integrada expresa modos de actuación armónicos a través de la secuencia de todos los procesos y relaciones de cooperación entre los colaboradores, según tipos de entidades y empresas. La gestión inteligente se sostiene en las tecnologías de la información y comunicación, pero incorpora otros principios de la gestión integrada. En este contexto el objetivo es determinar los aspectos comunes en trabajos de titulación respecto la gestión integrada e inteligente y las buenas prácticas como herramientas necesarias para la calidad turística en la provincia Manabí. El enfoque de la investigación es cualitativo – cuantitativo con alcance descriptivo. Se realiza la comparación de 15 documentos de trabajos de titulación los cuales aplican la metodología de un proyecto institucional que considera: políticas y filosofías de empresas o territorios, determinación de indicadores, diagnósticos y propuesta de buenas prácticas. A través de los métodos analítico-sintético, modelación esquemática, comparación y estadística descriptiva se expresan las coincidencias que orientan líneas de actuación. Lo anterior permitió la distinción de regularidades en el diagnóstico de la gestión y la identificación de buenas prácticas a partir de los casos de estudio de empresas, entidades o territorios turísticos. La experiencia tiene lugar mediante el eje sustantivo investigación e involucra 19 estudiantes universitarios de la carrera de Turismo de la Universidad

Laica Eloy Alfaro de Manabí, bajo la orientación de la docente. Las formas de organización y desarrollo contribuyen a un cambio hacia buenas prácticas de gestión en determinadas entidades y empresas turísticas con incidencia a nivel territorial.

## **INTRODUCCIÓN**

Se ha demostrado la necesidad de implantación de modelos de referencia y sistemas para garantizar la calidad en el turismo por las organizaciones y los destinos turísticos que buscan el reconocimiento del mercado, ya sea a nivel local, nacional o global. La calidad significa atención, innovación y excelencia; “en un destino turístico, se trata de alcanzar una “masa crítica” que sea representativa de entidades, tanto del sector público como del privado, comprometidas y coordinadas” (Organización Mundial del Turismo, 2015).

La calidad de un destino es resultado de un proceso de satisfacción de necesidades, requisitos y expectativas del consumidor respecto los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, con condiciones acordadas, y factores como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos (OMT, 2019). Incluye también, aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural. La calidad, como eje de competitividad turística, es asimismo una herramienta para los profesionales del turismo y reflejo de las entidades y empresas afines, el grado de organización, la exactitud operativa que evidencia una imagen. Si mejora la calidad de las empresas, también mejora la del destino.

A nivel de la provincia Manabí, los problemas prioritarios relacionados con la gestión turística de acuerdo con Proaño

y Ramírez (2017) y SENPLADES (2019), han sido inequidad y debilidad en la calidad, problemas de certificación de la calidad, baja propensión a la innovación, desarticulación en la gobernanza. Pero a estas falencias históricas se agrega que, de acuerdo con la Secretaría Nacional de Planificación (2024), existen “Desajuste entre la academia, el sector público y el sector productivo, lo que lleva a que muchos profesionales y trabajadores en general no logren acceder a un empleo adecuado” (p. 27).

La universidad como institución tiene la responsabilidad de poner en manos de la sociedad los últimos adelantos de la ciencia y la técnica; a través del claustro de profesores y estudiantes debe tributar permanentemente a la mejora de la calidad de productos y servicios del territorio. En el Modelo Educativo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), se plantea que el dominio de la Economía social y solidaria para el Buen Vivir se configura desde ambientes de aprendizajes innovadores; entendida la innovación como la acción permanente que utiliza la investigación para buscar soluciones a los problemas planteados. El ámbito del proyecto es un espacio ideal para que los estudiantes muestren su creatividad; los profesores a la vez que aportan sus conocimientos transforman la realidad y es el momento idóneo para desarrollar alianzas estratégicas.

El capítulo se sostiene en antecedentes metodológicos de la Secretaría de Estado de Turismo de España (SICTED) y del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED). Aunque los escenarios son totalmente diferentes, Font y Petrus (2021), muestran con base en lo anterior una configuración que se retoma aquí para la sistematizan a

través del proceso de formación de especialistas en turismo. El carácter de investigación aplicada busca inducir una transformación no solo de los estudiantes, sino además de los externos involucrados. La decisión voluntaria de las empresas, entidades y gobiernos autónomos dispuestos a que se analicen sus estilos de gestión con una visión integrada e inteligente, se enfoca hacia la mejora de la calidad. Lo antes descrito está incluido en el proyecto institucional de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”. De lo dicho se deriva el objetivo de este capítulo que es determinar los aspectos comunes en trabajos de titulación respecto la gestión integrada e inteligente y las buenas prácticas como herramientas necesarias para la calidad turística en el territorio referido.

Para lograr esta idea, el texto se estructura en epígrafes que muestran primero la lógica metodológica general y la referencia a los métodos, técnicas e instrumentos que bajo la orientación de la docente utilizaron los estudiantes en formación profesional. Seguidamente se comparan los resultados y se declaran los hallazgos coincidentes y las buenas prácticas de gestión integrada e inteligente que de aplicarse se revertirán en la mejora de la calidad turística en el territorio manabita. Para esto se analizan los 15 informes de 19 profesionales en formación del turismo que escogieron como trabajo de titulación la modalidad de proyectos de investigación entre 2020 y 2024. Ellos identificaron gestores predispuestos a abrir las puertas para ser evaluados y transformar su accionar desde la intervención de los

estudiantes universitarios en favor de la aplicación de buenas prácticas de gestión integrada e inteligente.

Otro subtema ofrece la conversión de algunos de los trabajos de titulación en casos de estudios para la opción examen complejo o para el tratamiento de contenidos afines en la docencia, lo que facilita no solo la socialización de los resultados, además se convierte en un instrumento de evaluación que refleja el contexto real.

## **SISTEMATIZACIÓN METODOLÓGICA PARA BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN INTEGRADA E INTELIGENTE EN TURISMO**

A partir de la lógica general (Figura 1) se organizó el proceso particular de indagación y la manera para direccionar el proceso de titulación e involucrar a los estudiantes asignados.

**Figura 1**  
*Secuencia lógica que sostiene la investigación*



*Nota.* Elaboración propia

Los pasos seguidos por los estudiantes responden a la construcción realizada por los especialistas del grupo de investigación con ajustes según sea el campo de acción en

empresa, entidad, territorio o destino (Tabla 1 y Tabla 2). La lógica fue contrastada con criterios de otros autores como Wheelen et al. (2007), Araya (2017), Burbano-Pérez (2017), Fernández García et al. (2017), Acosta Uribe et al. (2018), Ulloa Garrido (2019), Peralta Miranda et al. (2020) y Rodríguez Jiménez et al. (2020).

**Tabla 1**

*Pasos para el desarrollo de la investigación en empresas o entidades*

<b>Pasos para empresas o entidades</b>	<b>Descripción</b>	<b>Métodos, técnicas y herramientas</b>	<b>Resultados</b>
1. Determinación de políticas afines	- Revisión de la política ecuatoriana afín. - Revisión de requisitos legales: Reglamentos, Acuerdos del Ministerio de Turismo, Ordenanzas municipales, permisos. Documentos operativos de la empresa o entidad.	-Analítico-sintético -Revisión de documentos oficiales -Comparación -Plan tipo de caracterización	- Políticas identificadas - Requisitos necesarios para la gestión integrada e inteligente
2.Elaboración del mapa de procesos	-Revisión y mejora del mapa de procesos si existe y se requiere o la elaboración.	-Modelación esquemática -Analítico-sintético	-Mapa de procesos perfeccionado o elaborado

3. Elaboración de los organigramas estructural y Funcional	-Revisión y mejora de los organigramas si existen o la elaboración.	-Modelación esquemática -Analítico-sintético	-Organigramas existentes o elaborados
4. Elaboración de los diagramas de flujos de los procesos principales	- Descripción de los procesos, operaciones y actividades.	- Flujogramas	- Diagramas de los principales procesos y subprocesos
5. Determinación de indicadores de gestión integrada e inteligente	- Lista de los indicadores a utilizar para el diagnóstico generales y específicos.	- Estudios comparados	- Líneas de actuación hacia las buenas prácticas
6. Diagnóstico	- Identificación de debilidades y fortalezas.	-Entrevista -Talleres -FODA -Lista de chequeo	- Aspectos claves a mejorar
7. Estructuración de buenas prácticas.	- Lista de buenas prácticas de gestión integrada e inteligente.	- Lluvia de ideas - Fichas técnicas de buenas prácticas	-Buenas prácticas para la mejora de la calidad.

*Nota.* Font Aranda, Viera Manzo, Álvaro Silva, Fernández Sanabria (2021). Proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”.

**Tabla 2**

*Pasos para el desarrollo de la investigación en territorios o destinos turísticos*

<b>Pasos para territorios o destinos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Métodos, técnicas y herramientas</b>	<b>Resultados</b>
1. Caracterización de la organización turística en el contexto territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Caracterización geográfica general</li> <li>-Interpretación de los organigramas estructurales y funcionales y ubicación de la actividad turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Entrevista exploratoria</li> <li>-Revisión de documentos oficiales</li> <li>-Modelación esquemática</li> <li>-Analítico-sintético</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Aspectos clave que caracterizan la organización turística territorial</li> </ul>
2. Determinación de políticas afines respecto la gestión integrada e inteligente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisión de la política ecuatoriana afín.</li> <li>- Revisión de requisitos legales: Reglamentos, Acuerdos del Ministerio de Turismo, Ordenanzas municipales, permisos. Documentos operativos de la empresa o entidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Analítico-sintético</li> <li>-Revisión de documentos oficiales</li> <li>-Comparación</li> <li>-Plan tipo de caracterización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Políticas identificadas</li> <li>- Requisitos necesarios para la gestión integrada e inteligente</li> </ul>

3. Determinación de indicadores de gestión integrada e inteligente	- Lista de los indicadores a utilizar para el diagnóstico generales y específicos.	- Estudios comparados -Analítico-sintético	- Líneas de actuación hacia las buenas prácticas
4. Diagnóstico	- Identificación de debilidades y fortalezas.	-Entrevista -Encuesta -FODA	- Aspectos claves a mejorar
5. Estructuración de buenas prácticas.	- Lista de buenas prácticas de gestión integrada e inteligente.	- Lluvia de ideas - Fichas técnicas de buenas prácticas	-Buenas prácticas para la mejora de la calidad turística

*Nota.* Font Aranda, Viera Manzo, Álvaro Silva, Fernández Sanabria (2021). Proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”.

Esta secuencia no es rígida, ni necesariamente se aplicó así en todos los trabajos, a veces con otras denominaciones y lógica similar se sigue el proceso para la obtención de los resultados deseados en el proyecto institucional. Pero una generalización permite advertir tres partes esenciales: 1. Relativo a las políticas y caracterización, 2. Indicadores y su diagnóstico, 3. Propuestas de estrategias, acciones, productos, buenas prácticas propiamente dicho.

Se emplea un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) con alcance cuantitativo descriptivo para diagnosticar las distintas empresas y territorios involucrados en la investigación. El enfoque cualitativo porque de forma particular se abordan los

procesos de las entidades, empresas o gobiernos cantonales respecto a la gestión turística. Para esto se requiere el desarrollo de talleres con equipos de colaboradores involucrados de acuerdo con el organigrama estructural y funcional. Sobre este enfoque señalan Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018), que examina los hechos en sí y revisa los estudios previos o de manera simultánea, el problema de investigación va enfocándose paulatinamente. Según se desarrolla el estudio se va construyendo un nuevo conocimiento asociado al contexto y la ocurrencia de eventos. El enfoque cuantitativo con alcance descriptivo, aunque no es lo que predomina, permitió obtener criterios de una mayor población, como los gestores de los servicios turísticos a nivel de territorios como los cantones Puerto López y Manta o la provincia Manabí.

El proceso de selección de los indicadores parte de la revisión bibliográfica de Matsumoto Nishizawa (2014), Sablón Cossío (2014), MINTEL (2015), Sikora – Fernández (2017), Pastor Torres (2018), Alvarado López (2018), OMT (2019), Font Aranda y Petrus Bey (2021). Se tiene en cuenta el tipo de actividad turística con la que se relaciona la empresa, entidad, territorio o destino; siempre considerando cuáles conciernen a la gestión integrada y cuáles con la gestión inteligente. La propuesta inicial es sometida a análisis en el equipo de profesores investigadores y luego ajustada a diferentes circunstancias.

***Lista de indicadores genéricos para el diagnóstico de la gestión integrada e inteligente***

***Indicadores de gestión integrada***

1. Colaboración con otros actores para alcanzar metas
2. Participación en alianzas públicas y privadas
3. Consideración de la comunidad en la gestión
4. Inclusión de organizaciones no gubernamentales en la gestión
5. Relación con proveedores que permiten obtener mayores beneficios
6. Inversión en bienestar laboral
7. Equilibrio de la relación calidad-precio del producto
8. Enfoque de sostenibilidad (armonía entre ejes económicos, sociales y medioambientales)
9. Correcto comportamiento de los colaboradores
10. Desarrollo de los procesos y actividades en el tiempo establecido
11. Comunicación asertiva y manejo adecuado de las relaciones interpersonales
12. Inclusión de normativas y políticas de accesibilidad en el trabajo empresarial.
13. Información adaptada a la comprensión de personas con discapacidad y otros.

***Indicadores de gestión inteligente***

14. Disponibilidad de infraestructura de las tecnologías de la información y la comunicación
15. Uso efectivo y práctico de la tecnología moderna
16. Innovación en los diferentes procesos
17. Integración de escenarios físicos y virtuales
18. Visibilidad en internet
19. Servicios en línea
20. Uso de un Sistema integrado de accesibilidad (SIGA)

*Nota.* Font Aranda, Viera Manzo, Álvaro Silva, Fernández Sanabria, Díaz Rodríguez, modificado de Neira Salvatierra (2021). Proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”.

En síntesis, además de considerar la literatura afín ya citada, todos los investigadores del proyecto emitieron juicios al respecto. A su vez, estos indicadores miden aquellos aspectos

principales que deberían considerar los tutorados en su profesión respecto la gestión integrada e inteligente e incidir en los gestores involucrados en sus trabajos de titulación lo que contribuye a un incremento del conocimiento y la prestación de un servicio de calidad. Los indicadores identificados de la gestión integrada se asocian a la colaboración, beneficios compartidos, bienestar, sostenibilidad. En el ámbito de la gestión inteligente los indicadores tienen que ver con las tecnologías de la información y la comunicación, innovación y el internet de las cosas, pero requiere una gestión integrada.

Para medir los indicadores referidos se emplearon encuestas que incluyen la escala Likert de cinco puntos desde Totalmente de Acuerdo (5) hasta Totalmente en Desacuerdo (1); estas fueron aplicadas a los gestores, quienes proporcionaron una visión de conjunto para identificar los resultados positivos o negativos predominantes que revelan hacia dónde dirigir estrategias y acciones para la mejora de la calidad en turismo. En el procesamiento de la información cuantitativa, la estadística descriptiva fue fundamental, utilizando muestras estratificadas según actividades o intencional. En las listas de chequeos para empresas y entidades o territorios, también se cuantifica asignando uno (1) si cumple, cero (0) si incumple y medio punto (0,5) si cumple parcialmente, además sumando los valores en las columnas también se obtiene una cuantificación.

Los estudios realizados son de carácter transversal y expresan una fotografía representativa de un momento específico entre los años 2020 a 2024, pero no haciendo un análisis longitudinal, ni comparativo en el tiempo. No obstante, este tipo de investigación que retrata la situación

en un momento determinado es más económico y rápido, permitiendo el planteamiento de buenas prácticas urgentes de aplicar.

Aunque en este capítulo prima la comparación de los resultados obtenidos por los estudiantes, no obstante, una vez realizado el compromiso de inserción de los gestores y servidores turísticos a través de los trabajos de titulación, el enfoque fundamental es de investigación acción participativa. La investigación participativa es crítica y colaborativa, además centrada en el aprendizaje compartido y la apuesta por un tipo de indagación transformadora de la que aporta un complejo estudio de esta, dando paso desde los planteamientos institucionales hasta los locales y comunitarios (Raposo-Rivas, Martínez-Figueira y Barboza-Cid, 2019), en este particular hasta las empresas y negocios turísticos.

El diseño (en las diferentes esferas) es un marco maravilloso para preparar a los estudiantes en la resolución de problemas, promover habilidades que necesitan los líderes e innovadores, incluidas cosas como la empatía, la colaboración, la persistencia a través del fracaso (Lorenzo, 2016). Por ello, el diseño de buenas prácticas luego de un diagnóstico utilizando una lista de chequeo que mida la gestión integrada e inteligente, prepara a los noveles investigadores y los enfrenta a la realidad, participando en la mejora de la calidad de los servicios que se prestan. También como señalan Voorberg, Bekkers y Tummers (2014) trabajar con estudios de casos contrastantes permite obtener una comprensión más profunda sobre cuáles son los impulsores y las barreras relevantes y cómo explican los posibles resultados. A medida que la educación superior intente

innovar, tendrá que ver cómo las personas que adquirieron su experiencia fuera del sistema académico pueden aportar valor dentro de él (Lorenzo, 2016).

Para la selección de las entidades se asumen las siguientes condiciones:

1. Cumplimiento de un principio fundamental, partir del objeto y campo de investigación.
2. Determinación de las motivaciones de los estudiantes, qué les gusta investigar de los campos de ocupación como profesionales del turismo.
3. Identificación de una entidad, empresa o territorio que presente un problema a resolver.
4. Que los factores y gestores de la entidad, empresa o territorio manifiesten interés escrito para el desarrollo del proceso de investigación.

La configuración de los entrenamientos ocurre en el propio proceso de investigación, cuando el estudiante insertado en el campo de acción diagnóstica junto con los colaboradores, identifica las falencias e incita a la búsqueda de soluciones o propuestas de buenas prácticas en el trabajo en equipo. Para el cumplimiento de dichas tareas es óptima la aplicación de la lluvia de ideas, análisis FODA u otras técnicas de gestión de la calidad. Los trabajos de titulación en la opción proyecto de investigación constituyen, además el insumo fundamental para construir los casos de estudios que se emplean en exámenes complexivos para otros estudiantes que optan por esa alternativa de graduación. De esta manera se lleva a cabo un ciclo donde se construye un conocimiento científico que se vincula con el medio laboral y enriquece la docencia.

## Hallazgos y buenas prácticas de gestión integrada e inteligente

Durante el año 2020 y enero de 2024 participaron en esta parte del proyecto un total de 19 estudiantes en proceso de titulación, los cuales ocuparon tiempos y alcances diferentes, según se observa en la Tabla 1. El proceso de selección para la participación fue por asignación de la Comisión Académica y la adopción voluntaria para formar parte de la investigación. En el consenso de tutora y estudiantes en titulación se redireccionan los temas considerando el cumplimiento de los objetivos del proyecto institucional y de los intereses personales a través de la modalidad de proyectos de investigación (Tabla 3). Se impone aclarar, que las diferencias en el tiempo destinado al desarrollo de las actividades responden a una nueva forma de organización para el trabajo de titulación a partir de 2021, donde se exige el cumplimiento de dos periodos para la sustentación.

**Tabla 3**

*Estudiantes tutorados, duración y alcance de la investigación*

<b>Nombres y apellidos de los estudiantes</b>	<b>Año de inicio</b>	<b>Año de Fin</b>	<b>Tiempo destinado</b>	<b>Alcance del proyecto territorial o empresarial</b>
1. Neira Salvatierra Lisbe Gabriela (2021)	dic.- 2020	oct.- 2021	11 meses	Territorial
2. Mesías Bravo Dorys Cecibel (2022)	dic.- 2020	agto.- 2022	20 meses	Empresarial
3. Moreira Moreira Melanie Elizabeth (2022)	dic.- 2020	feb.- 2022	14 meses	Entidad

### Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

4. Moreira Miranda Érika Valeria (2022)	dic.- 2020	feb.- 2022	14 meses	Territorial
5. Cornejo Quijije Sheyla Nicole (2022)	jun.- 2021	abr.- 2022	10 meses	Empresarial
6. Calle Mero Diego Bernardo (2022)	jun.- 2021	abr.- 2022	10 meses	Empresarial
7. Guevara Vera Naomi Lourdes (2022)	jun.- 2021	agto.- 2022	14 meses	Entidad
8. Menéndez García Nexar Rolando (2022)	jun.- 2021	sept.- 2022	15 meses	Empresarial
9. Palma Saltos Kerly Viviana (2023)	may.- 2022	feb.- 2023	10 meses	Empresarial
10. Macías Vera Dayanna Lisseth (2023)				
11. Álava Chávez Dayana Cecibel (2023)	may.- 2022	feb.- 2023	10 meses	Territorial
12. Alonso Gómez Nicole Amanda (2023)				
13. Romero Aguilar Carmen María (2023)	may.- 2022	feb.- 2023	10 meses	Territorial
14. Castro Pinargote Alisson Belén (2023)	may.- 2022	feb.- 2023	10 meses	Empresarial

15. Briones Estrada Jeremmy Eduardo (2024)	may.- 2023	en.- 2024	9 meses	Territorial / Empresarial
16. Cabascango Lanchimba Johanna Priscila (2024)	may.- 2023	en.- 2024	9 meses	Territorial
17. Castro Lino José Martin (2024)	may.- 2023	en.- 2024	9 meses	Empresarial
18. Cedeño Ríos Jordan Elian (2024)	may.- 2023	en.- 2024	9 meses	Empresarial
19. Villavicencio Ramos Marco Antonio (2024)				

Cabe aclarar respecto a la Tabla 1 que todos tuvieron la autorización de los máximos directivos para avanzar en las tareas declaradas con apertura para la ejecución, entrega de información solicitada y participación del resto de los colaboradores cuando se requirió. Cada estudiante se empoderó de su investigación acción participativa, dos de ellos aportaron a la propia empresa familiar, uno a la empresa donde trabaja y todos investigaron sobre su provincia, cantón o entidades y empresas del territorio donde viven.

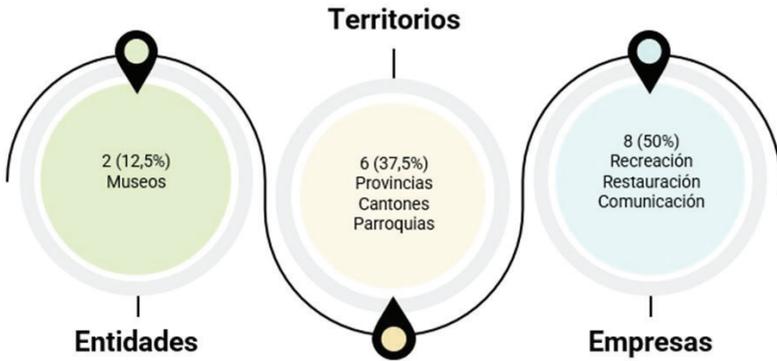
Como antes se refirió los estudiantes participantes abordaron campos de investigación relativos a territorios, empresas o entidades. Los territorios responden a límites político-administrativos como la provincia Manabí, los cantones Puerto López, Manta, Jipijapa en ellos existen determinados niveles de gobiernos y son los responsables de orientar los modos de gestión. Por otra parte, señala Sánchez Jiménez (2015), que las empresas, tienen como

principal objetivo generar ingresos, obtener beneficios económicos a través de la producción de bienes y servicios (p. 131), pero la tendencia mundial es que estas sean cada vez más responsables y conscientes en sus modos de gestión. Finalmente, aquí se asumen las entidades como organizaciones que no generan ingresos por sus actividades, sino que dependen del presupuesto gubernamental asignado así ocurre con los museos involucrados (Figura 2).

Como se demuestra en la Figura 2 y se detalla en la Tabla 4, las actuaciones investigativas involucraron, dos a nivel de entidades que brindan servicios turísticos, pero que no reciben remuneración, sino que se sostienen del presupuesto cantonal y provincial, en seis a actores y gestores a nivel territorial. La mayor cantidad corresponde a ocho empresas de diferentes tipos, siete de ellas turísticas y otra de comunicación, pero un espacio fundamental para la promoción y publicidad de contenidos que instruyan en gestión integrada e inteligente del turismo. También, aunque aborden los territorios, se consideran los criterios de muestras representativas de las empresas turísticas que se encuentran en tal jurisdicción. La selección de entidad, territorio o empresa y su especificidad responde a la confluencia de varios aspectos como: predisposición de los gestores y actores para formar parte de la investigación, ubicación geográfica accesible al estudiante, inclinación de los profesionales en formación, aprobación por la Comisión Académica de la carrera considerando campos de acción no abordados. Estos mismos criterios se tuvieron en cuenta para la selección de los temas expuestos en la Tabla 4.

**Figura 2**

*Procedencia de los gestores y actores involucrados*



La Tabla 4 detalla los temas de investigación y su relación con los territorios, empresas y entidades estudiadas.

**Tabla 4**

*Temas y alcances de los proyectos de titulación*

<b>Tema de investigación</b>	<b>Alcance</b>
Estrategias de gestión integrada e inteligente para la reactivación turística del cantón Manta	Territorio cantón Manta
Gestión integrada e inteligente en la empresa Manta Bici Time	Empresa de recreación turística Manta Bici Time
Buenas prácticas para la gestión turística integrada e inteligente del Museo Municipal Etnográfico Cancebí	Entidad Museo Municipal Etnográfico Cancebí
Rutas turísticas en la provincia Manabí, su diagnóstico para la mejora de calidad de la oferta	Territorio provincia Manabí
Emprendimiento familiar en turismo, su gestión integrada e inteligente en el cantón Manta	Empresa gastronómica Bar Picantería Relámpago Empresa gastronómica Soda Bar JYS

## Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

Buenas Prácticas para el museo Centro Cultural Manta con enfoque de gestión integrada e inteligente	Entidad Museo Centro Cultural Manta
Espacios publicitarios sobre gestión integrada e inteligente en Radio Canela Manta para la reactivación turística	Empresa de comunicación Radio Canela Manta
Buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar restaurante “Lo Nuestro”	Empresa gastronómica Restaurante “Lo Nuestro”
Buenas prácticas de gestión turística integrada e inteligente para la calidad del destino Puerto López	Territorio cantón Puerto López
Buenas prácticas de gestión turística integrada e inteligente en el cantón Jipijapa, Manabí - Ecuador	Territorio cantón Jipijapa
Impacto de las redes sociales en la promoción del restaurante Albacora de Oro en Manta	Empresa gastronómica Restaurante Albacora de Oro
Gestión integrada e inteligente para un producto turístico en “La Boca”- Crucita	Territorio Comunidad Las Gilces, Portoviejo
Impacto de las redes sociales en la promoción turística de San Lorenzo, Manta	Territorio San Lorenzo, Manta
Gestión integrada e inteligente en Picantería El Redondel para mejores experiencias turísticas	Empresa Picantería El Redondel
Gestión integrada para la mejora de la calidad del restaurante Dr. Burger	Empresa gastronómica Restaurante Dr. Burger

---

Siguiendo la lógica de los aspectos sintetizados en la secuencia investigativa **1. Relativo a las políticas y caracterización** en todos los trabajos existe un reconocimiento a la existencia de un marco legislativo

respecto la actividad que desarrollan los gestores y destacan el interés por avanzar hacia una gestión integral e inteligente. Todos reconocen que el desarrollo actual de la actividad turística pasa por el prisma de las tecnologías de la información y las comunicaciones, pero existe un vacío en el conocimiento para aprovechar al máximo las bondades que ofrece en la mejora de la calidad turística.

En las empresas estudiadas, todas evidenciaron los documentos imprescindibles para su funcionamiento como son: permiso de funcionamiento, permiso del cuerpo de bomberos, declaración del impuesto a la renta, certificado - uso de suelo y permiso ambiental. En 100% de los casos de estudio se trató la misión, visión, objetivos y valores; en 50% los estudiantes junto a los gestores construyeron estos componentes de la planificación estratégica o los perfeccionaron, entregando este resultado concreto a los establecimientos.

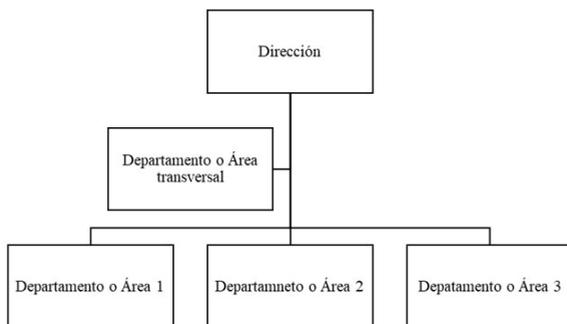
El 100% de los estudiantes que abordó empresas, construyó o mejoró junto a los colaboradores los mapas de procesos, los organigramas estructurales y funcionales, también elaboraron los principales diagramas de flujo. En todos los casos las estructuras de organización tienen pocos niveles lo que favorecen la gestión integrada (Figura 3). Esto incide en la mayor participación de los colaboradores en la toma de decisiones y menos niveles superiores de control. Coincidiendo con Arguelles Rodríguez (2020), la tendencia es que las empresas tengan estructuras más planas que incorporen metodologías innovadoras. Requiriendo conocimientos y capacidades del uso de la tecnología, trabajo en equipo, comunicación, liderazgo, negociación, sentido

emprendedor y actitudes positivas profesionales y personales. No obstante, se reitera la poca cantidad de colaboradores para realizar numerosas tareas y, por tanto, menor especialización en una y la necesidad de cubrir diferentes frentes; lo cual tiene consecuencias negativas al recargar laboralmente.

La construcción de los organigramas y diagramas de flujos son aportes importantes para la gestión turística y se convierten en herramientas de trabajo diario. Además, los colaboradores comprendieron mejor sus organizaciones y el estatus que tienen dentro de ellas.

### Figura 3

*Predominio de organigrama estructural plano*



*Nota.* Síntesis de las estructuras de los organigramas de las empresas estudiadas.

Respecto 2. **Indicadores y su diagnóstico**, acerca de las áreas de actuación intervenidas si bien cada uno de los trabajos siguen una lógica parecida, hay diferencias según tipo específico de campo de acción de la investigación. Es así como, se abordaron indicadores de acuerdo con las

peculiaridades referidas hasta 32 en museos y 26 cuando se asocian con especificidades de las empresas gastronómicas, las rutas turísticas, empresa de cicloturismo.

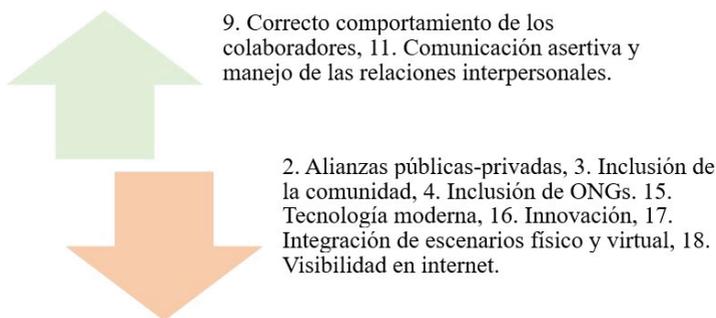
El diagnóstico (Figura 4) en los resultados comparativos muestra que, si se agrupan las categorías Totalmente en Desacuerdo, En Desacuerdo y Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo; respecto la gestión integrada, los indicadores peor evaluados (73% - 75%) fueron: 2. Participación en alianzas público-privadas, 3. Inclusión de la comunidad en la gestión, 4. Inclusión de organizaciones no gubernamentales en la gestión. No obstante, en el estudio de las entidades museísticas estos indicadores destacan en sentido positivo, se justifica dado el carácter social educativo de las actividades que en ellas se ejecutan.

Las escalas de peor evaluación por parte de los indicadores de gestión inteligente (58% y 55%) corresponden a 15. Uso efectivo y práctico de la tecnología moderna, 16. Innovación en los diferentes procesos, 17. Integración de escenarios físico y virtual, 18. Visibilidad en internet. La ausencia de un Sistema integrado de accesibilidad (SIGA) está patente en la totalidad de los resultados, estos criterios son recurrentes.

Los indicadores mejor evaluados estuvieron relacionados con el comportamiento y la afectividad de los prestadores de servicios, la valoración Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo apareció entre 77% - 64%, estos son: 9. Correcto comportamiento de los colaboradores, 11. Comunicación asertiva y manejo de las relaciones interpersonales. Estos indicadores son sinónimos de buenas prácticas y aspectos claves para un servicio de calidad y satisfacción del cliente externo.

**Figura 4**

*Dirección opuesta de los indicadores*



Las listas de chequeo aplicadas reflejan un comportamiento similar los peor evaluados están marcados como incumplimiento o cumplimiento parcial. Los mejor evaluados están marcados como cumplimiento.

Referente a **3. Propuestas de estrategias, acciones, productos, buenas prácticas** propiamente dicho, la Tabla 5 refleja la síntesis de los aportes reflejados en los informes de investigación de cada tema.

**Tabla 5**

*Cantidad de buenas prácticas propuestas y ejemplos*

<b>Tema de investigación</b>	<b>Cantidad de buenas prácticas propuestas</b>	<b>Ejemplo</b>
Estrategias de gestión integrada e inteligente para la reactivación turística del cantón Manta. Neira Salvatierra (2021)	Propuesta de 4 estrategias y 11 acciones estratégicas.	Estrategia funcional: uso de la Big data y Open data para conservar información de los clientes, lo cual será importante para la fidelización entre cliente y establecimiento.

<p>Gestión integrada e inteligente en la empresa Manta Bici Time. Mesías Bravo (2022)</p>	<p>26 buenas prácticas para mitigar falencias.</p>	<p>Manejo de aplicación para mejorar la experiencia del servicio de alquiler de bicicletas, sobre el recorrido de las diferentes rutas.</p>
<p>Buenas prácticas para la gestión turística integrada e inteligente del Museo Municipal Etnográfico Cancebí. Moreira Moreira (2022)</p>	<p>21 buenas prácticas para mitigar falencias.</p>	<p>Empleo de aplicación para que los visitantes u organizaciones puedan planificar de forma virtual el acceso a los servicios del museo.</p>
<p>Rutas turísticas en la provincia Manabí, su diagnóstico para la mejora de calidad de la oferta. Moreira Miranda (2022)</p>	<p>21 sugerencias por cada una de las 4 rutas turísticas estudiadas: Ruta Spondylus, Ruta del Cacao, Ruta del Café, Ruta del Colibrí.</p>	<p>Creación de un único sitio web que integre las rutas turísticas de la provincia Manabí en condiciones de gestión y control público – privado.</p>
<p>Emprendimiento familiar en turismo, su gestión integrada e inteligente en el cantón Manta. Cornejo Quijije (2022) Calle Mero (2022)</p>	<p>7 buenas prácticas principales para establecimientos familiares gastronómicos.</p>	<p>Establecimiento de salarios individualizados a todos los colaboradores de la empresa, aunque sean miembros de la familia.</p>
<p>Buenas Prácticas para el museo Centro Cultural Manta con enfoque de gestión integrada e inteligente. Guevara Vera (2022)</p>	<p>16 buenas prácticas para mitigar falencias.</p>	<p>Uso más frecuentemente de plataformas virtuales para llegar a un mayor número de visitantes y servicios en línea.</p>

## Universidad y gestión turística. Aportes desde la investigación

Espacios publicitarios sobre gestión integrada e inteligente en Radio Canela Manta para la reactivación turística. Menéndez García (2022)	Diseño de 4 espacios publicitarios.	Relacionados con las fortalezas del Museo Centro Cultural Manta, Bar Picantería Relámpago, Empresa gastronómica Soda Bar JYS
Buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar restaurante “Lo Nuestro”. Palma Saltos (2023) Macías Vera (2023)	14 buenas prácticas para la gestión integrada e inteligente.	Implementación de un código QR, para facilitar la encuesta a los consumidores y mejorar las falencias detectadas.
Buenas prácticas de gestión turística integrada e inteligente para la calidad del destino Puerto López. Álava Chávez (2023) Alonso Gómez (2023)	46 buenas prácticas generalizadas en 10 áreas de actuación de la gestión integrada e inteligente del turismo en el cantón.	Uso de métodos de mercadeo sustentados en las tecnologías.
Buenas prácticas de gestión turística integrada e inteligente en el cantón Jipijapa, Manabí – Ecuador. Romero Aguilar (2023)	14 buenas prácticas para la gestión integrada e inteligente.	Desarrollo de capacidades para el empleo de las tecnologías inteligentes por los gestores.

Impacto de las redes sociales en la promoción del restaurante Albacora de Oro en Manta. Castro Pinargote (2023)	7 buenas prácticas de gestión inteligente.	Contratación de una persona encargada exclusivamente de las redes sociales, gane adeptos, promueva la empresa.
Gestión integrada e inteligente para un producto turístico en “La Boca” - Crucita. Briones Estrada (2024)	11 buenas prácticas asociadas al diseño de productos centrado en la gestión integrada.	Desarrollo de alianzas estratégicas y el uso efectivo de la tecnología y la innovación.
Impacto de las redes sociales en la promoción turística de San Lorenzo, Manta. Cabascango Lanchimba (2024)	10 buenas prácticas que generan impactos positivos de las redes.	Empleo de aplicaciones como Semrush, Metricool u otras para la evaluación de impactos positivos y negativos de las redes sociales.
Gestión integrada e inteligente en Picantería El Redondel para mejores experiencias turísticas. Castro Lino (2024)	27 buenas prácticas, 16 de gestión integrada y 11 de gestión inteligente.	Menú digital con QR.
Gestión integrada para la mejora de la calidad del restaurante Dr. Burger. Cedeño Ríos (2024) Villavicencio Ramos (2024)	28 buenas prácticas, respaldadas por el uso de indicadores de gestión integrada.	Monitoreo regular de los procesos y la retroalimentación del equipo para los ajustes necesarios.

Está demostrado que la universidad tiene un rol fundamental en su contribución a las buenas prácticas en la sociedad y en particular en la actividad turística, el éxito depende de la calidad que se ofrece (Figura 3).

**Figura 3**

*Ciclo de formación profesional y buenas prácticas de gestión integrada e inteligente para la calidad turística*



La síntesis refleja un ciclo que parte de la necesidad de desarrollo de buenas prácticas en turismo, las cuáles deben ser orientadas por el docente a través de la investigación y en todo el proceso de formación del profesional. Este último con sus habilidades y destreza podrá identificar situaciones reales y plantear cómo gestionar desde enfoques integrales e inteligentes retribuyendo con nuevas buenas prácticas para la mejora de la calidad en turismo.

Las formas de empleo de los resultados son disímiles y se configuran durante el desarrollo de la investigación de cada

estudiante, el profesor universitario orienta y estimula la creatividad para descubrir nuevos usos e innovar. De acuerdo con las falencias identificadas, el estudiante investigador determina cómo ayudar en cuanto los conocimientos, habilidades o destrezas relativas a la formación profesional del especialista en Turismo o en Hospitalidad y Hotelería.

Aquellos aspectos que guardan relación con las finanzas, si bien el aporte no puede ser monetario, existen normativas y buenas prácticas que tienen que ver con el manejo de dichos recursos y que crean condiciones para evitar endeudarse o ser injustos en la retribución de los que participan en la generación de productos, servicios o experiencias turísticas.

Otras utilidades de los resultados es la retroalimentación que ocurre para generar proyectos de vinculación, que de hecho ya lo es; o para enriquecer y actualizar los procesos de docencia. Acorde con Arguelles Rodríguez (2020), “se conciben sociedad, empleo y educación como acepciones interconectadas en un escenario cambiante, interrelacionado, tecnológico y global al que deben adaptarse para sostenerse de manera favorable” (p. 326). Los informes de titulación mediante proyectos constituyen los insumos para que se elaboren casos de estudios sintetizados como instrumentos de evaluación de exámenes complexivos. Las instituciones u organizaciones participantes reconocieron la importancia de los trabajos realizados, constituyéndose en un primer paso para realizar cambios e innovar.

## **DEL CONTEXTO REAL A CASOS DE ESTUDIOS COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

Como se ha expresado dos modalidades de titulación

en la carrera de Turismo de la ULEAM son Proyecto de Investigación y Examen de Carácter Complexivo. Esta última se sostiene en la presentación de un caso de estudio asociado a un núcleo problémico y cumplir los criterios de una rúbrica que incluye: Problema planteado, Causas determinadas en la situación, Efectos derivados presentes en el caso, Condiciones propuestas, Actor/es presentes en el caso, Sector en que se da el problema, Sistemas insertos en el caso, Postura de resolución, Tarea requerida, Protocolo de requerimiento.

Para demostrar cómo se emplean los proyectos en la conversión de un instrumento de evaluación de examen complexivo se sume el núcleo problémico: Falta de capacitación y certificaciones de los destinos y los miembros del sector turístico. En este contexto la tarea requerida en los tres ejemplos que siguen es:

*A partir de la descripción de cada caso el estudiante de Turismo tiene el rol de elaborar un plan de acción que contribuya a solucionar los problemas que se han detectado, con énfasis en los procesos de capacitación del personal y la proyección hacia el empleo adecuado de las tecnologías digitales o la gestión integrada. Los mínimos requeridos para el desarrollo de la tarea son: objetivos de la propuesta y de cada actividad, actividades, recursos, tiempo, responsables, resultados esperados. Realice como mínimo la propuesta de cinco actividades y el desglose de cada uno de los mínimos requeridos antes citados.*

***Caso de estudio 1. Bar Picantería Relámpago, emprendimiento familiar.*** Se elabora a partir de Cornejo Quijije y Calle Mero (2022).

*Caracterización de la entidad*

El establecimiento se encuentra ubicado en Avenida 102 entre Calle 117 y 118 en la ciudad de Manta. Este tiene como objetivo: ofrecer un buen servicio y productos alimenticios a los clientes, a fin de buscar la excelencia y satisfacer sus motivaciones, deseos y necesidades. El negocio surgió de forma empírica, sus gestores han ido aprendiendo en la medida que han llevado a cabo el emprendimiento.

*Misión*

Satisfacer las necesidades de los clientes, brindando un servicio de excelencia y con una variedad de platos a la carta.

*Visión*

Convertirse en un establecimiento de gran referencia a nivel provincial y nacional en la venta de productos y servicios alimenticios.

*Descripción del caso de estudio según los subcriterios establecidos en la rúbrica*

El establecimiento Bar Picantería Relámpago ofrece alrededor de 27 productos entre los que se puede mencionar: sopa marinera, estofado de colorado, cazuela marinera, conchas asadas, uñas de cangrejo, ceviches de pescado, camarón, pulpo, caracol, concha, mixto sencillo y marinero, pescado en diferentes presentaciones al igual que el arroz, entre otros. Para el negocio es indispensable cumplir con diversos estándares de calidad, asimismo aplican las adecuadas medidas de bioseguridad sobre todo en tiempos de pandemia. Dichas acciones son de gran importancia ya

que brinda más prestigio y seguridad a los usuarios que acudan a ambos negocios.

En el Bar Picantería Relámpago los horarios de atención son de viernes a domingo desde 08:00 am hasta las 15:00 pm. En cuanto a los días de mayor concurrencia, son los fines de semana, aproximadamente acuden entre 100 y 200 personas. Los platos más solicitados son el ceviche normal y mixto, pescado apanado, arroz marinero y demás platillos elaborados a base de mariscos. Las horas de más afluencia de visitantes se da entre las 11:00 y 15:00 pm.

Bar Picantería Relámpago posee una persona CEO encargada de la administración y manejo de las funciones de este establecimiento. Asimismo, cuenta con responsables en las áreas de finanzas - contabilidad y la producción conformada a su vez por las personas encargadas de la atención al cliente y preparación de los alimentos. Un aspecto que se debe mejorar es respecto a la retribución por el trabajo realizado, aunque esté configurado el negocio con miembros de la familia.

Acorde a lo anterior, se infiere que el proceso de atención al cliente en el establecimiento inicia al receptor el pedido, luego se preparan los alimentos, se entrega el pedido y se procede a cobrar por dicho servicio. En definitiva, no existe un seguimiento post venta, el cual permite medir la satisfacción del cliente, aquello debería incorporarse para mejorar los servicios de forma general. Esta es una buena práctica que hay que incorporar.

En la entidad no existen diagramas de flujos de procesos, hay aspectos que necesitan optimizarse, tales como la preparación de los alimentos y los servicios de mesa.

Asimismo, se deben considerar las debidas normas de higiene para mantener limpios y frescos los alimentos. La confluencia de estos factores permitirá perfeccionar la atención en el establecimiento de alimentos y bebidas.

La autoevaluación de los prestadores de servicio denota falencias en cuanto al tiempo de entrega de los pedidos. Este aspecto claramente debe potenciarse a efectos de brindar una atención de primer nivel a los clientes que acuden buscando degustar un plato o quizás una bebida en específico.

Al aplicar una lista de chequeo sobre 27 indicadores, se determina que hay aspectos positivos con relación a la gestión integrada, por ejemplo: la relación con los proveedores, equilibrio de la calidad-precio y buenas prácticas en el comportamiento de los empleados. Otros aspectos poseen debilidades, las cuales deben ser fortalecidas para lograr excelencia en las actividades, por ejemplo, en la gestión inteligente, no hay criterios ponderados como positivos, por el contrario, hay muchas deficiencias, aunque la innovación y la integración de los escenarios físicos y virtuales se cumpla parcialmente.

Sobre el aspecto referido a las tecnologías de la información y las comunicaciones, requiere un mayor aprovechamiento. Sí posee una página en Facebook con información que requiere mayor sistematización. Hay carencia de gestores informáticos para dar seguimiento a la contabilidad y el registro de los productos consumidos y procesados.

La resolución de imprevistos y el aprovechamiento de los recursos se cumplen de manera parcial. En definitiva, se deben pulir las deficiencias en el establecimiento Bar Picantería Relámpago, por lo cual es pertinente que se logre

una armonía entre las actividades y los servicios brindados a la clientela, para conseguir las metas deseadas por esta empresa familiar.

Una encuesta piloto aplicada a 103 clientes recomendaría acudir al establecimiento y 82% sugiere consumir: arroz marinerero, pescado apanado, arroz con camarón y ceviche. Los consultados en su gran mayoría (65%) evalúan la calidad del producto con una ponderación de muy satisfecho. En cuanto a la relación calidad-precio el 80% de encuestados sostienen que están satisfechos o muy satisfactorio y 12% neutral. Acorde a la facturación, el 77% pondera como positivo este indicador, pero 19% se muestra neutral.

Con base a la entrega en el tiempo establecido, el 89% valora este indicador con un alto nivel de satisfacción y 11% expresa insatisfacción. Sobre la limpieza en el establecimiento predominan los que se muestran satisfechos y muy satisfechos, igual resultado se obtiene respecto a la amabilidad. En definitiva, la experiencia total consigue el nivel de satisfecho y muy satisfecho como predominante.

No obstante, aunque todos los aspectos ponderan de forma positiva existe entre un 4% y 6% de los encuestados que se encuentran totalmente insatisfechos de manera indistinta respecto los indicadores ya analizados.

***Caso 2. Museo Cancebí, un escenario para que el visitante comprenda la cultura manabita.*** Se origina a partir de Moreira Moreira (2022).

#### *Caracterización de la entidad*

La municipalidad de Manta decidió instaurar el Museo Municipal Etnográfico Cancebí en el año 2010. El propósito

es rescatar y recordar al cholo pescador y el montubio campesino desde la ciudad de Manta, la dependencia se encuentra en el antiguo Hotel Aragonés en la Avenida 2 y Calle 9. El museo tiene como objetivo dar a conocer la historia, cultura, tradiciones, mediante objetos representativos de la identidad manabita, que son custodiados y preservados para afianzar la reflexión congregando al diálogo comunitario por medio de exposiciones temporales, y actividades que fomenten el arte y cultura de un conglomerado.

### *Misión*

La misión del Museo Municipal Etnográfico Cancebí es facilitar, informar, educar y permitir el acceso a la comunidad nacional e internacional el conocimiento de la historia de nuestra cultura manabita, permitiendo el reconocimiento desde su pasado a nuestros tiempos.

Recuperar, mantener, conservar y dar tratamiento a nuestro material histórico-etnográfico para su puesta en valor.

Crear conciencia en la comunidad en general de nuestra cultura, idiosincrasia, identidad patrimonial, fortaleciendo valores nacionales a través del conocimiento y difusión de nuestra cultura y promover la historia

Acceder a servicios de guía, asesoramiento, información técnica que requiera la ciudadanía con calidad y calidez a todos los accesos de nuestra identidad cultivando en los visitantes el deseo de conocer las diversas identidades.

### *Visión*

Aspirar a llegar a ser la cara de referencia de nuestra cultura dentro del GAD-municipal de Manta, fomentar el arte en sus distintas manifestaciones; promoviendo el campo de

la educación, conservación, exposición y difusión del museo Cancebí que comunique y refleje la realidad histórica a través del diálogo y la tradición verbal con servicios de calidad.

*Descripción del caso de estudio según los subcriterios establecidos en la rúbrica*

La universidad como entidad educativa tiene un rol fundamental en la transformación de los territorios, a través de sus procesos puede contribuir a identificar falencias y hacer propuestas de mejora mediante buenas prácticas. En este contexto el proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí” estimula la participación de los estudiantes, profesores y gestores vinculados al turismo, para mediante investigación acción participativa, transformar de forma positiva los servicios prestados y que el visitante tenga una experiencia plena.

Armonizado a lo anterior, la administradora del Museo Municipal Etnográfico Cancebí, magíster María Auxiliadora Guadamud López accedió a la invitación para participar en el proyecto, a través del desarrollo del trabajo de titulación de la estudiante Melanie Moreira Moreira. Dada la subordinación del Museo al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Manta, se tramitó el permiso para proceder a realizar la investigación. También los colaboradores de la institución se mostraron solícitos a la propuesta, en un ambiente de cordialidad, profesionalidad y respeto.

Aunque no existía un organigrama funcional, cada miembro del museo tiene precisión de sus responsabilidades. Además de la administradora, conforman el equipo: un técnico de conservación, un responsable de logística, un

responsable de archivo que también desempeña funciones de guías. Asimismo, dos auxiliares de servicios.

Se gestionan en la propia entidad, al mismo tiempo del proceso estratégico de administración, otros procesos misionales o clave relativos a la gestión de eventos, documental, guía, gestión de conservación y exhibiciones. Sin embargo, los procesos de apoyo, excepto actividades relacionadas con el mantenimiento y la limpieza, dependen del GAD. Esta situación genera falta de autonomía y dependencia para tomar cualquier decisión y se expresa como una amenaza para una mejor gestión.

El desarrollo de diferentes talleres permitió identificar otras amenazas como el presupuesto deficitario y la disminución de llegada de visitantes producto de la pandemia COVID-19. Además, existen debilidades como: menores ingresos por venta de suvenires, deterioro de instalaciones y ausencia de un sitio web del museo.

Pero si algo afecta notablemente son los cambios de administración que generan rupturas en la gestión y los avances. No existe un sistema de control que garantice la estabilidad de los resultados obtenidos, incluso ni de las redes sociales y sitio web para la divulgación del contenido del museo y de sus actividades.

Respecto a la llegada de visitantes a la institución, si bien se caracteriza por la estacionalidad, hasta 2019 la llegada de cruceros internacionales y de turistas de la sierra dinamizan el museo. También, acudían los estudiantes de diferentes niveles de escuelas del cantón y de otros territorios aledaños mediante una planificación. Con la pandemia la reducción de actividades llegó a ser total y no existen recursos virtuales

para enfrentar la situación, los que se retiraron junto a la administración previa.

A esta situación, se añade que los guías, los cuales tienen además otras funciones, dominan de forma excelente el contenido del museo y cada uno puede explicar con mayor o menor profundidad todo el recorrido por la exposición, incluso en varios idiomas. No obstante, no existen guiones establecidos y sistematizados que consideren los diferentes segmentos de mercados en varios idiomas. Este escenario crea una dependencia de algunos colaboradores que pueden no estar por determinadas situaciones o circunstancias, y como consecuencia se podrá afectar también el proceso clave fundamental.

Por otra parte, en la actualidad algunas áreas del museo están ocupadas por personas del GAD de Manta, cumpliendo funciones que no guardan relación con la institución. Esto ha generado hacinamiento de todos los colaboradores en un único local, que hacen estancia presencial en las actuales condiciones sanitarias.

Lo ya expresado, afectará cualquier proceso de certificación que se requiera hacer, y se aleja de los nuevos enfoques que han asumido numerosos museos en el mundo, a través de la realidad virtual y aumentada, aprovechando la intensa revolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones que se está viviendo.

Varias propuestas de buenas prácticas se han generado en el marco del proyecto de investigación de titulación, para mitigar el estado en que se encuentra el Museo Municipal Etnográfico Cancebí.

***Caso de estudio 3 “Manta Bici Time el cicloturismo llegó...”*** se construye sobre la base de Mesías Bravo (2022).

*Caracterización de la entidad*

En el intercambio realizado en diciembre de 2020 con el Ing. Isidro Rodríguez, entonces director del Departamento de Turismo en Manta manifestó que no existía una empresa dedicada al cicloturismo en el territorio, pero que recién en octubre del mismo año, se estaba conformando Manta Bici Time. La empresa está ubicada en la vía del Spondylus E15 en la explanada de buses frente a los Altos de Manta Beach. La propietaria, explicó sobre su empresa, que la idea de desarrollar el cicloturismo en la zona urbana y rural es para que las personas que vengan a visitar el cantón Manta puedan verlo desde otro punto de vista, que no sea únicamente sol y playa, sino que disfruten de otros atractivos, productos y experiencias que posee el territorio. La emergencia sanitaria COVID-19 fue una oportunidad para que se desarrollaran las ofertas de Manta Bici Time.

*Misión*

Lograr la satisfacción de los consumidores del cicloturismo, disfrutando e interactuando de una experiencia turística única, en la cual se integran el ámbito deportivo o familiar por medio de buenas prácticas en el consumo de cada uno de los productos y ofertas turísticas del cantón Manta.

*Visión*

Ser una organización reconocida por brindar todas las herramientas necesarias para maximizar la experiencia turística del cicloturismo, teniendo un número considerable de rutas para disfrutar de todos los atractivos, productos y ofertas del cantón Manta.

*Descripción del caso de estudio según los subcriterios establecidos en la rúbrica*

En la esfera operativa la empresa Manta Bici Time cuenta con todos los documentos que respaldan la legalidad de las actividades. Entre los documentos están: Permiso de funcionamiento, Permiso del cuerpo de bomberos, Declaración del impuesto a la renta, Certificación de activo (empresa local, solo en Manta), Certificado de uso de suelo, Permiso ambiental, Permiso administrativo de licencia de funcionamiento. La empresa de cicloturismo se encuentra con la facultad operativa para realizar de forma adecuada sus actividades, continuará siempre y cuando se mantenga en la legalidad y orden público que amerita.

Hasta concluido el trabajo de titulación, no existía un organigrama funcional, pero cada uno de los cuatro colaboradores tenía precisión de sus responsabilidades y como microempresa, cada miembro realiza más de una actividad administrativa. A la gerente general le corresponde vigilar y gestionar las responsabilidades de cada uno de los colaboradores, crear alianzas estratégicas. Ella también es responsable de la atención al cliente, contestar los requerimientos a través de la fan page de Facebook, responder en tiempo real las dudas de este; también realizar campañas de marketing pagado, diseñar y publicar flyers (volantes) asociados a la empresa y al cicloturismo. El contador lleva la parte contable - financiera de la empresa de acuerdo con los reglamentos. El responsable de mantenimiento y logística garantiza el estado óptimo de las bicicletas y todo el equipamiento asociado a las actividades de cicloturismo y el inventario. Al guía turístico le corresponde interactuar

la mayor parte del tiempo con los ciclistas, así como brindar información, soporte técnico y ayuda cuando sea necesaria durante todo el recorrido.

Respecto los procesos y subprocesos claves, la gestión de la reservación y logística se trabaja vía online, este proceso inicia cuando el cliente accede a la plataforma, en la cual registra sus datos y el servicio que va a adquirir llenando una serie de preguntas, comprometiéndose a cumplir con las normativas y políticas de la empresa. Sin embargo, en este sentido se puede evidenciar que las páginas en las redes sociales están desactualizadas, sin información y sin seguimiento, afectando la imagen y servicio de la empresa.

La asignación de guías u operadores depende del número y características de los clientes para formar los grupos. Cuando la cantidad sobrepasa a siete personas, se asigna un guía adicional. Para garantizar la protección y seguridad, se realiza una orientación minuciosa a cada integrante del grupo y los guías ayudan a colocar los equipos de protección o seguridad, de acuerdo con lo descrito en el Reglamento de Operación Turística de Aventura.

La gestión de información se realiza antes de iniciar el recorrido, los guías efectúan una charla al respecto y sobre el uso de los equipamientos y las exigencias de seguridad en los distintos tramos. La oferta de la empresa Manta Bici Time incluye: Ruta Urbana, Ruta San Mateo, Ruta Las Cabras, Ruta Bosque Encantado. El tiempo de duración de los recorridos es de máximo tres horas, contando con un kit de hidratación. A partir de un grupo de cuatro personas se ofrece un guía para las rutas establecidas. Si el cliente desea una ruta particular, solo se le alquila la bicicleta con los respectivos implementos

(cascos, luces y un kit de emergencia). Dependiendo de la ruta es el precio, también en caso de que el cliente requiera remolque se brinda ese servicio.

El desarrollo de diferentes talleres permitió identificar fortalezas como la capacidad de trabajo en equipo, la búsqueda continúa de inversión para el mejoramiento. La determinación de nuevas rutas para generar mayor amplitud o capacidad y número de destinos posibles.

Existen numerosas oportunidades que favorecen el cicloturismo en Manta: nuevos convenios con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, facilidad gubernamental para capacitar al personal en el área de turismo, aceptación de la comunidad para el desarrollo de las actividades turísticas, crecimiento del mercado interesado en cicloturismo asociado al auge generado con el coronavirus.

Entre las debilidades autoidentificadas están: el personal existente no alcanza a cubrir las demandas de las rutas en determinados días y las tareas requeridas, carencia de alianzas público-privadas, privadas-privadas, planificación estratégica inadecuada, posicionamiento débil en el mercado, y deficiente empleo de las tecnologías de la información y la comunicación, en particular de las redes sociales.

Constituyen amenazas: la deficiente coordinación y colaboración pública-privada, el deterioro y pérdida de varias infraestructuras viales en el cantón, en particular ciclovías y señaléticas.

### **LECCIONES APRENDIDAS**

La identificación de indicadores de gestión integrada e inteligente permite la determinación del estado de la

organización y la elaboración de propuestas de buenas prácticas, todo lo cual facilita la resolución de los problemas de investigación y el cumplimiento de los objetivos planteados.

La gestión turística es la ejecución de actividades y acciones que deben emprenderse en el correcto desarrollo de los procesos internos de las organizaciones y la utilización de los recursos para brindar productos y servicios; la existencia de un enfoque integrado e inteligente facilita la participación y beneficio de los actores/gestores en un contexto de revolución tecnológica lo que hace posible mejorar la calidad de los productos, ofertas servicios y experiencias.

La lógica parcial empleada en el proyecto de investigación institucional para la incidencia en la gestión integrada e inteligente tendiente a la mejora de la calidad turística en la provincia de Manabí demuestra en la práctica su viabilidad y se convierte en un camino a seguir en el desarrollo de otros procesos de investigación para contribuir a la gestión del territorio y la empresa turística desde la universidad.

Los estudiantes involucrados se enriquecieron con nuevos conocimientos, identificaron las falencias y aportaron en la construcción de propuestas de soluciones mediante estrategias, acciones, material sobre los organigramas estructurales - funcionales de las organizaciones, mapas de procesos, creación o mejora de aspectos estratégicos, todo sobre la base de la elaboración y aplicación de instrumentos para el diagnóstico basado en hasta 32 indicadores de gestión integrada e inteligente.

El desarrollo de la metodología y el ciclo propuesto demuestra que la formación de los futuros profesionales del

turismo requiere darse en correspondencia con las exigencias del mundo actual, considerando los principios e indicadores de la gestión integrada e inteligente, la identificación y ejecución de buenas prácticas que garanticen la mejora continua de la calidad turística.

### **AGRADECIMIENTOS**

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por el financiamiento del proyecto y crear los espacios para el desarrollo de las actividades de investigación y de los procesos sustantivos, allanando los recorridos para hacerlos más asequibles.

A las instituciones involucradas en el proyecto de investigación institucional, por confiar en nuestros estudiantes y en los profesores involucrados. Por el consentimiento expresado de forma escrita para que los investigadores accedan a sus negocios y sean objeto de evaluación y transformación.

### **REFERENCIAS**

- Acosta Uribe, B., Barrientos Gutiérrez, N. E. y Pulido Criollo, F. (2018). *Modelo integrado de planeación turística: aspectos clave para el desarrollo turístico y regional en la Chinantla Baja*. in: Impacto socioambiental, territorios sostenibles y desarrollo regional desde el turismo. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores. <https://ru.iiec.unam.mx/4286/>
- Álava Chávez D. C. y Alonso Gómez N. A. (2023). *Buenas prácticas de gestión turística integrada e inteligente*

- para la calidad del destino Puerto López* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/4401>
- Alvarado López, R. A. (2018). Ciudad inteligente y sostenible: hacia un modelo de innovación inclusiva. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 7(13), 2. <https://doi.org/10.32870/pk.a7n13.299>
- Araya Leandro, A. (2017). Modelos de planeación estratégicas en las empresas familiares. *TEC Empresarial*, 11(1), 23-34. [https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec\\_empresarial/article/view/3093](https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/3093)
- Arguelles Rodríguez, V. (2020). Society, university, business, and talent in times of change. learn and unlearn to start again. [Sociedad, Universidad, Empresa y Talento en momentos de cambio. Aprender y desaprender para volver a emprender.] *Aula Abierta*, 49(3), 325-338. doi:10.17811/rifie.49.3.2020.325-338
- Briones Estrada, J. E. (2024). *Gestión integrada e inteligente para un producto turístico en "La Boca"- Crucita* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Burbano-Pérez, Á. B. (2017). Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*. 3, (Número Extraordinario 2), 19-28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6093283>
- Cabascango Lanchimba, J. P. (2024). *Impacto de las redes sociales en la promoción turística de San Lorenzo, Manta* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy

- Alfaro de Manabí].
- Calle Mero, D. B. y Cornejo Quijije, S. N. (2022). *Emprendimiento familiar en turismo, su gestión integrada e inteligente en el cantón Manta* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Castro Lino, J. M. (2024). *Gestión integrada e inteligente en Picantería El Redondel para mejores experiencias turísticas* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Castro Pinargote, A. B. (2023). *Impacto de las redes sociales en la promoción del restaurante Albacora de Oro en Manta* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/4404>
- Cedeño Ríos, J. E. y Villavicencio Ramos, M. A. (2024). *Gestión integrada para la mejora de la calidad del restaurante Dr. Burger* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Fernández García, J., López García, V., y Fernández Morán, J. (2017). *Diseño Estratégico*. Fundación Prodentec.
- Font Aranda, M., Viera Manzo, E., Álvaro Silva, A. X., Fernández Sanabria, B., Díaz Rodríguez, N. P. (2021). Proyecto institucional “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”. Construcción en talleres de trabajo en equipo de investigación.
- Font Aranda, M. y Petrus Bey, J. (2021). Metodología para la gestión integrada e inteligente de destinos turísticos de Manabí – Ecuador. *International Journal of Professional Business Review*, 6(1), 1-15. doi: <http://>

- dx.doi.org/10.26668/businessreview/2021.v6i1.208
- Castro Lino, J. M. (2024). Gestión integrada e inteligente en Picantería El Redondel para mejores experiencias turísticas [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Guevara Vera, N. L. (2022). *Buenas Prácticas para el museo Centro Cultural Manta con enfoque de gestión integrada e inteligente* [Tesis de Ingeniería, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Lorenzo, D. (2016). *Por qué la educación superior necesita el pensamiento de diseño* (7 de diciembre). <https://goo.gl/4LQt6t>
- Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, 17(34),181-209. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Menéndez García, N. R. (2022). *Espacios publicitarios sobre gestión integrada e inteligente en Radio Canela Manta para la reactivación turística* [Tesis de Ingeniería, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Mesías Bravo, D. C. (2022). *Gestión integrada e inteligente en la empresa Manta Bici Time* [Tesis de Ingeniería, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL). (diciembre de 2015). *Manual*

- de buenas prácticas TIC en el desarrollo de Territorios digitales*. [https://observatorioecuadordigital.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/2022/11/DOC\\_281.pdf](https://observatorioecuadordigital.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/2022/11/DOC_281.pdf)
- Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR) (2019). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Ecuador*. Plandetur 2030.
- Moreira Miranda, E.V. (2022). *Rutas turísticas en la provincia Manabí, su diagnóstico para la mejora de calidad de la oferta* [Tesis de Ingeniería, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Moreira Moreira, M. E. (2022). *Buenas prácticas para la gestión turística integrada e inteligente del Museo Municipal Etnográfico Cancebí* [Tesis de Ingeniería, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- Neira Salvatierra, L. G. (2021). *Estrategias de gestión integrada e inteligente para la reactivación turística del cantón Manta* [Tesis de Ingeniería, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí].
- OMT. (2019). *Directrices de la OMT para el funcionamiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD)*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420933?role=tab>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos. Conceptos, implementación y herramientas para autoridades, instituciones y gestores de destinos*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD) – Preparando las OGD*

- de cara a nuevos retos*. OMT. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420933>.
- Palma Saltos, K. V. y Macías Vera, D. L. (2023). *Buenas prácticas de gestión integrada e inteligente en la empresa familiar restaurante “Lo Nuestro”* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/4505>
- Pastor Torres, A. (2018). *Las Smart Cities y su implementación en los casos de España y Dinamarca* [Tesis de Ingeniería, Universidad Pontificia Comillas Madrid]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/23754>
- Peñafiel Nivelá, G. A., Acurio Armas, A., Manosalvas Gómez, L. R., y Burbano Castro, B. E. (2020). Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 45-55. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000400045&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400045&lng=es&tlng=es)
- Peralta Miranda, P., Cervantes Atia, V., Salgado Herrera, R., y Espinoza Pérez, A. (2020). Dirección estratégica para la innovación en pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Barranquilla-Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 229-243. <https://doi.org/10.37960/revista.v25i89.31380>
- Proaño Ponce, W. P. y Ramírez Pérez, J. F. (2017). Modelo de Desarrollo Turístico Sostenible para cantones costeros: herramienta para actores locales de Manabí, Ecuador. *Revista Posgrado y Sociedad*, 15(2), 65-78. [RevistaSEP-PyS@uned.ac.cr](mailto:RevistaSEP-PyS@uned.ac.cr)

- Raposo-Rivas, M., Martínez-Figueira, E. & Barboza-Cid, M. F. (2019). Including the community in a participatory investigation process for the responsible use of the internet. [Incluyendo a la comunidad en un proceso de investigación participativa para el uso responsable de internet]. *Publicaciones de la Facultad de Educación y Humanidades del Campus de Melilla*, 49(3), 173-190. doi:10.30827/publicaciones.v49i3.11408
- Rodríguez, G., Alfonso, A. y Martínez, C. (2020). Diseño de la estrategia de gestión del destino turístico regional Villa Clara (Cuba). *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 36, 75-96. <https://doi.org/10.18089/DAMej.2020.36.5>
- Romero Aguilar, C. M. (2024). *Buenas prácticas de gestión turística integrada e inteligente en el cantón Jipijapa, Manabí. – Ecuador* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/4412>
- Sablón Cossío, N. M. (2014). *Modelo de Planificación Colaborativa Estratégica en Cadenas de Suministro* [Tesis de doctorado, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”].
- Salessi, M. L. (2017). *Destinos Turísticos Inteligentes: Una perspectiva desde la inclusión social y la participación comunitaria*. Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: nuevos horizontes en la investigación y gestión del turismo. Universidad de Alicante, 26 y 27 de octubre de 2017, p. 215. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70141/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>

- Sánchez Jiménez, V. (2015). La redefinición del papel de la empresa en la sociedad. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (20),129-145. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322142550008>
- Secretaría Nacional de Planificación. (2024). *Elaboración del Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024 - 2025*. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/02/PND2024-2025.pdf>
- SEGITTUR. (2018). *La estrategia española de destinos turísticos inteligentes*. Jornadas Europeas, sostenibilidad y territorios inteligentes, 5 de abril de 2018. Madrid.
- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*.
- Sikora - Fernández, D. (2017). Factores de desarrollo de las ciudades inteligentes. *Revista Universitaria de Geografía*. 26(1), 135-152. <https://www.redalyc.org/pdf/3832/383252125007.pdf>
- Ulloa Garrido, J. (diciembre de 2019). *Análisis y formulación estratégica de la mejora educativa: conceptos, tensiones y desafíos. Informe Técnico N°5*. Líderes Educativos, Centro de Liderazgo para la Mejora Escolar. [https://www.lidereseducativos.cl/wp-content/uploads/2019/12/IT5-L1-JU-ANALISIS\\_Y\\_FORMULACION ESTRATEGICA\\_DE\\_LA\\_MEJORA\\_EDUCATIVA\\_18-12-19.pdf](https://www.lidereseducativos.cl/wp-content/uploads/2019/12/IT5-L1-JU-ANALISIS_Y_FORMULACION ESTRATEGICA_DE_LA_MEJORA_EDUCATIVA_18-12-19.pdf)
- Voorberg, W. H, Bekkers, V. J. & Tummers, L. G. (2014). *Co-creation in social innovation: A comparative case-study on the influential factors and outcomes of co-creation*. Presented at the IRSPM – conference, Erasmus University Rotterdam. <http://hdl.handle.net/1765/51069>



## LOS AUTORES

### **MABEL FONT ARANDA**



Posdoctorada por la Universidad de las Islas Baleares - Beca Fundación Carolina. Doctora en Ciencias Geográficas (Universidad de La Habana). Máster en Gestión Turística Mención Comercialización (Universidad de Matanzas). Máster en Geografía, Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial (Universidad de La Habana). Profesora Titular Principal de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de pregrado y postgrado. Líder del proyecto “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística”. Miembro del proyecto “La universidad como sujeto dinamizador del desarrollo territorial del cantón de Puerto López en la provincia de Manabí, a través de los ecomuseos”. Investigador Agregado III por la SENESCYT.

Correo: [mabel.font@uleam.edu.ec](mailto:mabel.font@uleam.edu.ec)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8207-7321>

### **NATACHA PAHOLA DÍAZ RODRÍGUEZ**



Licenciada en Ciencias de la Educación, Pedagogía Musical, Pedagogía Conceptual. Profesora de Educación primaria. Especialista en Diseño Curricular por competencias (Universidad del Mar). Magíster en Gestión Turística (Universidad de La Habana). Doctora en Ciencias Económicas mención en Turismo (Universidad de La Habana).

Docente titular principal Facultad de Hotelería y Turismo, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, con 22 años de experiencia a nivel inicial, medio y superior. Autora de publicaciones en revistas científicas de alto impacto y libros en el área de turismo y educación; ponente a nivel nacional e internacional. Docente en gestión en Dirección de vinculación y emprendimiento ULEAM. Docente Investigador por la Senescyt.

Correo: [natacha.diaz@uleam.edu.ec](mailto:natacha.diaz@uleam.edu.ec)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0916-3363>



**GUSTAVO XAVIER ÁLVARO SILVA**

Profesor investigador universitario. Título profesional en Administración de Empresas de Turismo (Universidad Tecnológica Equinoccial). Magíster Internacional de Turismo (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria). Diplomado en gestión académica universitaria y formación por competencias (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y Universidad del Azuay). Doctor en Ciencias (Universidad de La Habana). Consultor y autor de artículos científicos y libros, tales como: *Manabí y su entorno turístico* (1999), *La Guía del Guía* (2004, primera edición), *Manual para planificadores de viajes* (2010), *La Guía del Guía, enfoque de formación por competencias* (2010), *Manual para profesionales del taxismo* (2014), *Guianza y animación turística* (2020) y *Marketing* (2021).

Correo: [gustavo.alvaro@uleam.edu.ec](mailto:gustavo.alvaro@uleam.edu.ec)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9701-2259>



**EMIL VIERA MANZO**

Graduado en Alimentos (Universidad de La Habana). Especializado en Cocina Profesional (Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo). Magíster en Administración de Empresas (Universidad de Especialidades Espíritu Santo). Profesor titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de pregrado y postgrado. Formación profesional en cursos sobre gastronomía internacional, seguridad alimentaria, investigación. Participación en procesos de Investigación, Desarrollo y Vinculación, ULEAM. Revisor, coautor y autor de artículos científicos y libros. Capacitador en empresas turísticas. Miembro de la Asociación Gastronómica de Manabí (ASOGASMAN). Líder y colíder de proyectos de investigación y vinculación.

Correo: [emil.viera@uleam.edu.ec](mailto:emil.viera@uleam.edu.ec)

Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-7395-1980>

Este libro es fruto de la realización del proyecto institucional de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí titulado “Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí”; cuyo colectivo de investigadores muestra de forma sintética los hallazgos encontrados a través del proceso de ejecución entre los años 2020 a 2024. Cada autor desde su perspectiva organiza las contribuciones obtenidas en el desarrollo de las tareas correspondientes y con la incorporación de un grupo de estudiantes de las carreras de Turismo y de Hospitalidad y Hotelería, mediante la investigación formativa.

Se pretende ofrecer una herramienta no solo para la investigación en turismo, sino también para la gestión de empresas, entidades y territorios turísticos que estén enfocados en la mejora de la calidad turística incorporando los enfoques integrados e inteligentes.

Por todo lo anterior, esta obra ofrece pautas para armonizar los procesos sustantivos de la universidad con el desempeño práctico de la actividad turística.



ISBN: 978-9942-631-16-9



9789942631169