



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Facultad de Postgrado e Investigación

Tesis en Opción al Título de Magíster en:

Gestión de Empresas Turísticas

Tema de Tesis:

Innovación del servicio y su incidencia en la gestión sostenible de emprendimientos turísticos, parroquia Crucita, cantón Portoviejo

Autor:

Lic. Erick Ariel Guillen Ponce

Directora de Tesis:

Lcda. Olga Bravo Acosta, PhD.

Septiembre – 2023

Guayaquil – Ecuador

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de esta tesis de grado, me corresponde exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG)

Lic. Erick Ariel Guillen Ponce

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy. A mis padres Walter y Claribel quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre. A mis hermanas Ingrid y Nathaly por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas y por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, siempre las llevo en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil **UTEG**, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento educativo. De igual manera mis agradecimientos a mis docentes quien con sus enseñanzas de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional con dedicación, apoyo incondicional y amistad. Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la docente y tutora PhD. Olga Bravo Acosta, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo

RESUMEN

Esta investigación mixta propuso un modelo de gestión sostenible para los emprendimientos turísticos de la parroquia Crucita, priorizando la innovación del servicio. Así, en este estudio descriptivo ejecutado desde junio de 2022 hasta marzo de 2023, se recolectó información mediante una encuesta dirigida a 384 turistas y una entrevista con 12 actores de interés social, para determinar las fortalezas y debilidades que limitan la accesibilidad a los servicios turísticos locales. Las encuestas evidencian que el 33% de los turistas conoce sobre este balneario mediante familiares y amigos; el 17% lo visita por vacaciones; el 68% califica como buena y regular la prestación integral de servicios; y el 70% señala la falta de una adecuada gestión de destino considerando las vías en mal estado, la ausencia de infraestructura y una mínima señalización local. Las entrevistas muestran que la actividad turística es una alternativa que contribuye significativamente al desarrollo sostenible de los habitantes fortaleciendo y dinamizando la economía local, corroborando lo establecido en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Crucita. En consecuencia, se articula la propuesta productiva del GAD Parroquial de Crucita, abarcando seis componentes: Capacitación, Infraestructura, Servicios y Productos, Innovación, *Marketing* y Promoción y Administración, desarrollados mediante un plan de acción que destaca los recursos naturales propios del lugar (clima, playa y arena), para mejorar la realidad de la oferta turística e innovar en los servicios y generación de fuentes de empleo. Estas estrategias pueden contribuir a mejorar la gestión sostenible de los recursos naturales propios de esta parroquia.

Palabras clave: gestión sostenible, actividad turística, parroquia Crucita

ABSTRACT

This mixed research paper designed a sustainable management model proposal for tourism ventures in the *Crucita* Parish, emphasizing the issues of innovation and service experience. Thus, this descriptive research study was carried out from July 2022 to March 2023, so that data were collected through a survey conducted among 384 tourists, as well as an interview with 12 social actors to determine the strengths and weaknesses affecting accessibility to local tourist attractions. The survey findings show that 33% of tourists know about this place from family and friends; 17% of them visit it for vacation; 68% rate the provision of tourist services as good and fair; and 70% think there is a lack of appropriate destination management regarding bad road conditions and lack of infrastructure and local road tourist signage. The findings from the interviews reveal that tourism activities are an alternative way that contributes significantly to achieving the sustainable development of local population, by strengthening and boosting local economy, supporting with evidence what is established by the Territorial Development and Management Plans for *Crucita*. Consequently, the proposal for the *Crucita* Parish *GAD* is articulated on six main issues: Training, Infrastructure, Services and Products, Innovation, Marketing and Promotion and Management, which are developed in an action plan that emphasizes *Crucita's* natural resources (climate, beach and sand) to enhance the tourist experience offered and boost job creation through innovation services. These strategies can contribute to improving local sustainable management of natural resources.

Keywords: sustainable management, tourist activity, *Crucita* Parish

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCION..... | 1 |
| CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL..... | 3 |
| 1.1. Antecedentes de la investigación..... | 3 |
| 1.2. Planteamiento del problema de investigación | 5 |
| 1.2.1 Formulación del Problema..... | 7 |
| 1.2.1.1 Sistematización del problema..... | 7 |
| 1.3. Objetivos de la investigación..... | 7 |
| 1.3.1. Objetivo General | 7 |
| 1.3.2. Objetivos Específicos..... | 8 |
| 1.4. Justificación | 8 |
| 1.5. Marco Teórico..... | 9 |
| 1.5.1. Innovación..... | 9 |
| 1.5.2. Servicio..... | 10 |
| 1.5.3. Innovación del Servicio..... | 10 |
| 1.5.5. Sostenibilidad..... | 13 |
| 1.5.6. Dimensiones del desarrollo sostenible | 14 |
| <i>Social</i> | 14 |
| <i>Económica</i> | 14 |
| <i>Ambiental</i> | 15 |
| CAPITULO II. MARCO METODOLÓGICO | 16 |
| 2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación..... | 16 |
| 2.1.1. Diseño de la investigación | 16 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2. Alcance de la investigación | 16 |
| 2.1.3. Enfoque de la investigación | 17 |
| 2.2. Método de investigación | 17 |
| 2.3. Unidad de análisis, población y muestra | 18 |
| 2.3.1. Unidad de análisis | 18 |
| 2.3.1. Población | 18 |
| 2.3.3. Muestra emprendedores | 20 |
| 2.3.4. Recolección de datos | 21 |
| 2.4. Variables de la investigación, operacionalización | 22 |
| 2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información | 24 |
| 2.5.1. Fuentes | 24 |
| 2.5.2. Técnicas para la recolección de información | 24 |
| <i>Entrevista semiestructurada</i> | 24 |
| <i>Guía de observación</i> | 24 |
| 2.5.3. Instrumentos para la recolección de información | 25 |
| 2.6. Tratamiento de la información | 25 |
| CAPÍTULO III. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS | 26 |
| 3.1. Análisis Cuantitativos | 26 |
| 3.1.1. Origen del visitante | 26 |
| 3.1.4. Género del encuestado | 29 |
| 3.1.5. Por qué medio obtuvo información turística de la parroquia | 30 |
| 3.1.6. Factores que motivan la visita | 30 |
| 3.1.7. Gestión | 31 |
| 3.1.8. Calidad de la prestación del servicio | 32 |

| | |
|--|----|
| 3.1.9. Calidad en la atención..... | 33 |
| 3.1.10. Personal eficiente..... | 33 |
| 3.1.11. Oferta de productos orgánicos..... | 34 |
| 3.1.12. Señalética..... | 35 |
| 3.1.13. Comunicación efectiva..... | 35 |
| 3.1.14. Comunicación de Políticas..... | 36 |
| 3.2. Correlación de Variables..... | 37 |
| 3.3. Análisis Cualitativo..... | 38 |
| 3.4. Discusión..... | 43 |
| CAPITULO IV PROPUESTA..... | 45 |
| 4.1. Delimitación de la zona de estudio..... | 45 |
| 4.2. Justificación..... | 46 |
| 4.2. Análisis FODA..... | 46 |
| 4.3. Elaboración de estrategias de gestión sostenible..... | 48 |
| 4.3.1. Potencialidades: fortalezas - oportunidades..... | 51 |
| 4.3.2. Desafíos: debilidades – oportunidades..... | 51 |
| 4.3.3. Riesgos: fortalezas – amenazas..... | 51 |
| 4.3.4. Limitaciones: debilidades – amenazas..... | 52 |
| 4.4. Plan de acción..... | 52 |
| CONCLUSIONES..... | 59 |
| RECOMENDACIONES..... | 61 |
| REFERENCIAS BILIOGRÁFICAS..... | 62 |
| ANEXOS..... | 69 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------------|---|----|
| Tabla 1 | Problema de la investigación..... | 7 |
| Tabla 2 | Dimensiones de la Innovación..... | 12 |
| Tabla 3. | Prestadores de servicios turísticos de la parroquia Crucita | 21 |
| Tabla 4 | Matriz de Operacionalización de Variables..... | 23 |
| Tabla 5 | Pruebas de normalidad..... | 37 |
| Tabla 6 | Correlación de Spearman | 37 |
| Tabla 7 | Análisis FODA | 47 |
| Tabla 8 | Desarrollo de la matriz FO/FA/DO/DA | 49 |
| Tabla 9 | Plan de Acción..... | 54 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Dimensiones de la Innovación | 11 |
| Figura 2 Variables de investigación, operacionalización | 22 |
| Figura 3 Origen del Visitante | 27 |
| Figura 4 Origen del Visitante | 28 |
| Figura 5 Edad del Visitante | 29 |
| Figura 6 Género del Encuestado..... | 29 |
| Figura 7 Medios por el cual obtiene información | 30 |
| Figura 8 Factores que motivan la visita..... | 31 |
| Figura 9 Gestión del Destino..... | 32 |
| Figura 10 Calidad de la Prestación del Servicio..... | 32 |
| Figura 11 Calidad en la atención | 33 |
| Figura 12 Eficiencia del Personal..... | 34 |
| Figura 13 Oferta de Productos Orgánicos | 34 |
| Figura 14 Señalética Turística..... | 35 |
| Figura 15 Comunicación Efectiva..... | 36 |
| Figura 16 Comunicación de Políticas de Uso..... | 36 |
| Figura 17 Contextualización de la zona de estudio | 45 |
| Figura 18 Desarrollo de entrevistas a servidores locales..... | 69 |

INTRODUCCION

El turismo, en los últimos tiempos, ha sido una de las actividades con mayor crecimiento en el mundo, puesto que las fronteras físicas poco a poco han ido desapareciendo frente a las nuevas preferencias de los viajeros. El sector de los emprendimientos vinculados al turismo se consideran una parte esencial de la cadena de valor de la actividad turística, pues su infraestructura, capacidad y servicio trae consigo el posicionamiento y la consolidación de la ciudad como destino turístico a nivel local y nacional. Este sector productivo perteneciente al tercer sector de la economía está en la línea de los servicios que facilitan el desplazamiento de las personas hacia lugares distintos de su residencia y sin ánimo de radicar en ellos; así como en brindar espacios de esparcimiento y buen uso del tiempo libre.

El cantón de Portoviejo es la capital de la provincia de Manabí, el cual gracias a su ubicación geográfica tiene el privilegio de poseer atractivos naturales y culturales que pueden aportar diferentes modalidades de turismo, realizado por ríos tranquilos y paisajes de cañaverales y complementado con la prestación de servicios tanto para hospedaje, alimentación y servicios complementarios. Bajo este contexto el GAD Municipal de Portoviejo en coordinación con los GADS Parroquiales gestionan la actividad turística territorial en base a las nuevas tendencias y necesidades de la demanda potencial; la Parroquia de Crucita ha obtenido reconocimiento a nivel internacional no solo por sus playas, sino también como un lugar ideal para practicar algunas modalidades de deportes extremos como el parapente y buceo en las zonas poco profundas razón por la cual se ha convertido en un destino importante para los turistas que buscan nuevas experiencias.

Consecuentemente la necesidad de implementar una filosofía de calidad se está convirtiendo en un elemento necesario y no suficiente para asegurar el futuro de los

emprendimientos vinculados al turismo razón por la cual la innovación en la calidad del servicio fortalece la cadena productiva, así como afianzará el aumento de turistas y su incremento en el nivel de gasto. El presente trabajo de investigación contiene cuatro capítulos los mismo que abordan la temática planteada.

El Capítulo I está compuesto del marco teórico conceptual el cual respalda la investigación bajo lineamientos científicos, al igual que los antecedentes, el planteamiento, formulación y sistematización del problema; y de la misma manera los objetivos y justificación del trabajo de investigación.

El Capítulo II contiene la metodología utilizada, el tipo de estudio, los métodos de investigación, al igual que las técnicas y procedimientos para la recolección de datos y procesamiento de la información.

El Capítulo III desarrolla el diagnóstico del territorio local, así como de los emprendimientos vinculados al sector turístico, en el mismo orden de ideas se desarrollan los principales resultados alcanzados y se muestra la discusión de los mismos.

En el Capítulo IV se desarrolla la propuesta de investigación; la cual incluye las acciones a seguir para lograr los objetivos planteados sobre fortalecer la calidad del servicio a fin de lograr un desarrollo sostenible de los emprendimientos turísticos pertenecientes a la parroquia Crucita.

Para finalizar, se exponen las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1. Antecedentes de la investigación

En la presente investigación, se han considerado analizar las variables identificadas como la innovación del servicio y la gestión sostenible inciden en el desarrollo de destinos Turísticos sostenible:

De acuerdo con Herrera e Hidalgo (2018) en el artículo científico denominado “Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital”, mediante un análisis cuantitativo realiza una investigación de tipo exploratoria en la que se implementa diferentes herramientas con la finalidad de analizar el proceso de gestión de la innovación en el sector TIC y de servicios bajo un contexto de la economía digital, con un enfoque particular en sus actividades de co-creación en empresas localizadas en la ciudad de Madrid – España.

En este sentido se obtiene que las principales consideraciones teóricas de la innovación de servicios, proponen un modelo de innovación en seis etapas basado en el modelo TEMAGUIDE, en el cual se fusionan dos nuevas fases, una relacionada con la gestión de recursos humanos y otra relacionada con la capacidad de co-crear. Sumado a esto, los resultados muestran que la creación de valor requiere liderar procesos co-creativos involucrando a diferentes actores de la empresa y para ello se debe tener en cuenta el criterio de los clientes, a fin de adaptarse a las necesidades de los que pagan por el servicio o producto.

En el artículo científico denominado “*Internacionalización e innovación en servicios intensivos en conocimiento en América Latina*” elaborado por Niembro (2020) a través de

un análisis exploratorio basado en la búsqueda, clasificación y el análisis de información secundaria contenida en bases de datos especializadas, el autor analiza en qué aspectos los patrones de innovación de las empresas vinculadas a los servicios pueden variar según sus diferentes modos de internacionalización, para lo cual utiliza herramientas que le permitan obtener información cuantitativa .

Como resultado se generó nueva evidencia empírica (si bien exploratoria) a fin de ir supliendo algunos nichos de investigación en materia de innovación en los servicios lo que se convierte en un fenómeno sumamente relevante en el actual contexto económico regional y global. En este sentido la innovación se convierte en el eje fundamental para dar el salto necesario como una fuente de información novedosa acerca de los países en desarrollo de Latinoamérica.

En el mismo orden de ideas, autores como Castillo y Cruz (2022) en el artículo científico identificado como “*La innovación en el sector turístico Una aproximación a los servicios y co-creación de experiencias*” mediante el uso de técnicas para la recolección de la información, un enfoque descriptivo, y el análisis de datos obtenidos de fuentes secundarias, realiza una aproximación conceptual acerca de los temas de innovación que repercuten sobre la actividad turística.

Como resultado de la investigación, los autores indican que el estado puede intervenir en la promoción de iniciativas privadas en el sector turístico, esto principalmente al generar espacios de intercambio y cooperación entre las empresas del territorio y los diferentes niveles de gobierno facilitando el accionar de las mipymes adoptando sistemas ágiles de innovación que fortalezcan la comercialización de los productos ofertados.

1.2. Planteamiento del problema de investigación

La actividad turística vista desde la perspectiva de un sistema, incluye una serie de factores, estos factores deben vincularse y sintetizarse en el largo plazo para elevar el nivel y los estándares del turismo, asociado a satisfacer plenamente la calidad, los requisitos y las necesidades del turismo. En este sentido, es necesario considerar los factores que influyen en la calidad del servicio propuesto por parte de la oferta del sector turístico y considerar las necesidades de una demanda con nuevas expectativas que busca satisfacer sus necesidades de recreación.

De acuerdo con el Informe de Políticas; La Covid-19 y la transformación del turismo emitido por la ONU (2020) el turismo se ha constituido en el sector que año a año ha fortalecido el PIB de América Latina; esto se vio interrumpido en el año 2020 debido a la conmoción social ocasionada por la pandemia Covid-19, ya que dicho aporte tuvo severas consecuencias sobre la economía mundial registrándose un decrecimiento de al menos el 69% en la actividad turística de América Latina (OWNTO, 2020)

Esto ha incidido de manera directa en los sectores productivos de los países en vías de desarrollo como el Ecuador, ya que, al basar su economía en una producción extractivista, ha generado repercusiones a la consecución de una mejor calidad de vida de su población además de favorecer la protección y cuidado del medio ambiente.

La presente investigación se centra en la Parroquia de Crucita perteneciente al cantón Portoviejo, provincia de Manabí la cual en los últimos años de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial **PDOT** del GAD Parroquial de Crucita (2021) se ha vuelto “atractiva por el auge del turismo y la práctica de deportes como: parapente, alas delta y otros” (pág.06) facilitado principalmente por la presencia de una carretera de primer orden que permite una cómoda comunicación con la ciudad de Portoviejo. Esto se corrobora con la

información obtenida de la Municipalidad del Cantón Portoviejo (2021) que como ente encargado de regular la actividad turística y una vez que se han identificado los prestadores de servicios turísticos locales revela que “existen aspectos comunes y diferenciados de la oferta turística” (pág.30) lo que busca impulsar la actividad turística local.

Sin embargo se debe considerar el informe emitido por el Observatorio Ciudadano de Manabí 2020 citado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Manabí (2021), en el que al hacer una evaluación de la reactivación del sector turístico de la provincia tras el terremoto registrado en Abril de 2016 se indica que las metas evaluadas fueron insatisfactorias con un valor del 64% de no aceptación y apenas el 18% fueron parcialmente cumplidas, mientras que el 18% restante, fueron las únicas atendidas. De esta manera se encontraron principales problemáticas en torno a la “infraestructura productiva de promoción de inversiones”, el turismo, y la generación de valor agregado local”. (pág.40). Surge así una preocupación y problema generalizado por parte de la población local, que coinciden en qué pese a existir un potencial de atractivos turísticos, así como emprendimientos vinculados a la prestación de servicios en la zona, esta no puede satisfacer al 100% las necesidades de la demanda actual debido a la problemática en la generación de valor agregado ligado a la innovación, que de acuerdo al MINTUR (2021) indica que no existen canales de comercialización del producto turístico debido a “la escasa innovación de productos turísticos que se ajusten a la demanda actual del mercado” (pág.16). Lo cual limita el crecimiento del sector turístico identificado en el territorio local.

A través de la presente investigación y desde la visión técnica académica se intenta identificar los motivos que inciden en la innovación del servicio de los actores turísticos de la parroquia Crucita, así como con conocimiento de causa se realizará una propuesta de

solución a esta problemática, la cual se socializará y se entregará a las autoridades del territorio local, con el fin de que se tome en cuenta para la generación de acciones futuras.

1.2.1 Formulación del Problema

¿Qué estrategias de gestión sostenible, fundamentadas en la innovación del servicio, son adecuadas para los emprendimientos turísticos de la Parroquia Crucita, cantón Portoviejo?

1.2.1. Sistematización del problema

Tabla 1

Problema de la investigación

| La innovación del servicio y su incidencia en la gestión sostenible de los emprendimientos turísticos de la parroquia Crucita, cantón Portoviejo | |
|---|---|
| Formulación del problema | Objetivo general |
| <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué estrategias de gestión sostenible, fundamentadas en la innovación del servicio, son adecuadas para los emprendimientos turísticos de la Parroquia Crucita, cantón Portoviejo? | <ul style="list-style-type: none"> Proponer estrategias de gestión sostenible para los emprendimientos turísticos de la parroquia Crucita en función de la innovación del servicio. |
| Sistematización del problema | Objetivos específicos |
| <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las características económicas, sociales y ambientales de los emprendimientos turísticos de la Parroquia Crucita? ¿Cuál es la calidad de los servicios de los emprendimientos de acuerdo con la percepción de los visitantes de la parroquia? ¿Cuáles son las estrategias más adecuadas para la gestión de turismo que podrían adaptarse a las condiciones de los emprendimientos turísticos de la parroquia Crucita? | <ul style="list-style-type: none"> Realizar un diagnóstico económico, social y ambiental de los emprendimientos turísticos que se encuentran en la Parroquia Crucita Determinar la percepción de los visitantes del cantón sobre la innovación de servicio prestado por los emprendimientos turísticos de la parroquia. Generar acciones estratégicas de gestión que contribuyan al mejoramiento del desarrollo turístico de la parroquia a través de los emprendimientos. |

Fuente. Elaboración propia

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

- Proponer estrategias de gestión sostenible para los emprendimientos turísticos de la parroquia Crucita en función de la innovación del servicio.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico económico, social y ambiental de los emprendimientos turísticos que se encuentran en la Parroquia Crucita
- Determinar la percepción de los visitantes del cantón sobre la innovación de servicio prestado por los emprendimientos turístico de la parroquia.
- Generar acciones estratégicas de gestión que contribuyan al mejoramiento del desarrollo turístico de la parroquia a través de los emprendimientos.

1.4. Justificación

La justificación de la investigación es el hecho cuyo desarrollo ayuda a resolver un problema o al menos sugiere estrategias que, una vez implementadas, contribuirán a la solución (Fernández, 2020). Bajo este enfoque, el presente trabajo brinda nuevas alternativas de generación de ingresos económicos para los emprendimientos vinculados al sector turístico que se encuentran en la Parroquia de Crucita. Para ello se ha trazado el desarrollo de acciones vinculadas a la innovación del servicio como un conjunto de actividades que diversifican y fortalecen la oferta turística.

Siguiendo la misma secuencia de ideas, el estudio hizo un aporte significativo al desarrollo sostenible en la parroquia Crucita, así como al análisis de la innovación del servicio y la incidencia que ha tenido el turismo, razón por lo cual el presente estudio pretende servir de base para posteriores trabajos de investigación, En este sentido, autores como Álvarez (2019) señala que se pueden utilizar algunas técnicas y herramientas de investigación con la finalidad de aportar a futuras investigaciones relacionadas con el tema de estudio.

Finalmente, el documento señala su justificación social, ya que, de acuerdo con Arispe et al., (2020) una investigación debe ser trascendente a la sociedad, mostrando su importancia e impacto en ella. Por lo tanto, considerando el desarrollo sostenible como eje central, el

objetivo es gestionar la innovación en la prestación de los servicios turísticos que se encuentran en la Parroquia de Crucita e incidir en el tejido social con el objetivo de promover una nueva experiencia para los visitantes o turistas que arriban al destino.

1.5. Marco Teórico

1.5.1. Innovación

Al hablar sobre innovación es necesario entender que se convierte en un adjetivo que se encuentra de manera transversal en varios aspectos del desarrollo de la sociedad humana; en cuanto a las actividad turística acompaña tanto un producto tangible como también a un servicio de manera intangible; en este sentido de acuerdo a la Agencia Vasca de Turismo (2019) indica que la innovación tiene que ver con la “creación de nuevos productos, nuevos procesos de producción, entrada a nuevos mercados, nuevas materias primas y nuevos modos de organización” (pág.04) por lo que se debe entender también que la innovación es un factor que se está permeando varios aspectos de la cadena de producción de los elementos que se consumen en todos los aspectos de la sociedad.

Otro aspecto a considerar es lo expuesto por autores como Rego et al., (2015) quienes exponen al analizar la innovación desde una perspectiva del sector turístico se debe hacer referencia a dos grandes conjuntos que están presentes en el caso del turismo y que no afecta en la misma medida a otros sectores: organizaciones institucionales y organizaciones privadas o empresas. En este sentido se indica que el producto turístico es el resultado de la gestión por parte de estos dos sectores y su implementación dependerá exclusivamente de la estrategia a utilizarse.

1.5.2. Servicio

De acuerdo con Duque (2005) el servicio “constituye lo que se denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios” (pág.64) por tanto hace referencia a uno de los 3 sectores de la economía o un tipo de bien económico que no es parte del sector primario ni secundario pero que sin embargo necesita de los 2 primeros. En este sentido es necesario entender que el servicio va a estar vinculado de manera casi obligatoria con la satisfacción del cliente, bajo este contexto el “servicio al cliente” se convierte en el grupo de actividades interrelacionadas que recomienda una empresa a los clientes por los productos que satisfacen sus necesidades. (Barrera & Ruiz, 2020)

1.5.3. Innovación del Servicio

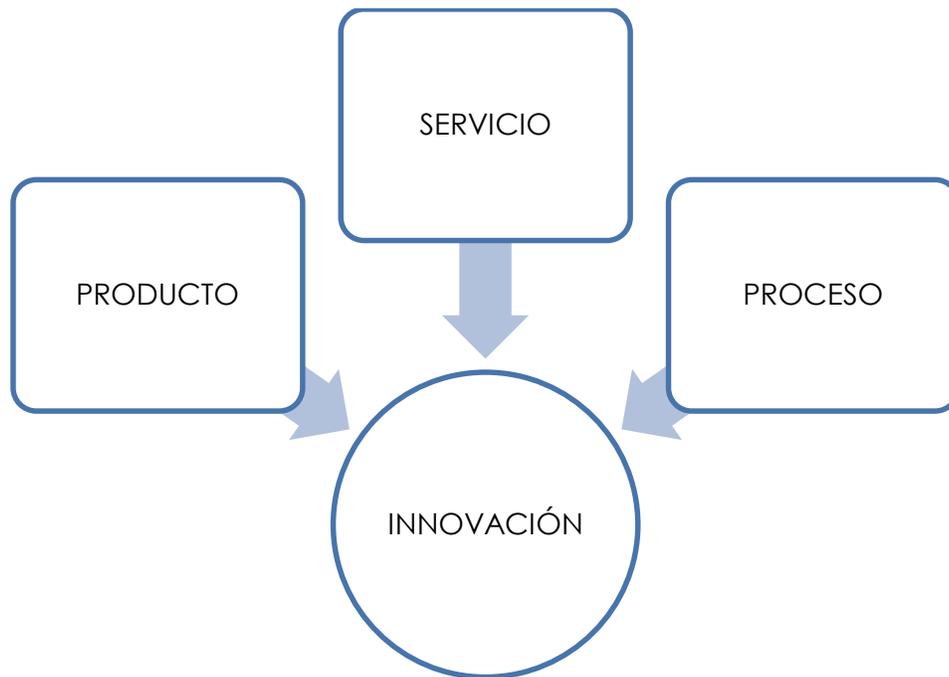
De acuerdo con Solís-Hernández (2020) la innovación en el ámbito del servicio se entiende como “aquellos planteamientos de gestión coordinada capaces de generar mejoras importantes en las actividades que se llevan a cabo durante la estancia en el destino turístico” (pág. 17), en este sentido el objetivo de la innovación es que la oferta del destino esté en la capacidad de satisfacer los requisitos y expectativas de la demanda potencial o futura mediante una relación precio – producto; además de considerar factores potenciales tales como seguridad, higiene, seguridad, accesibilidad, comunicaciones, infraestructura, servicios y utilidades. Otro aspecto a considerar es que la innovación en el sector del turismo va de la mano con la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC, considerando que la tecnología se presenta como un conjunto de saberes, conocimientos, experiencias, habilidades y técnicas mediante las cuales se crea bienes y servicios que satisfagan las necesidades de una demanda insatisfecha (Esquivel & Ayón, 2020, pág. 11)

1.5.4. Dimensiones de la innovación

Autores como Solis (2020) las dimensiones de la innovación en sector turístico se pueden medir de acuerdo a: tecnología, accesibilidad y sostenibilidad entre otras percepciones, lo que implica que la innovación se la toma desde una perspectiva que está enfocada a la prestación de los servicios. Sin embargo, para Colusso (2021) las dimensiones de la innovación se convierten en una transversalidad que pretende vincularse a cada una de las características propuestas lo cual fortalece las acciones propuestas dentro del ámbito de la propuesta de valor identificada para los servicios turísticos. En este sentido se pueden evaluar dentro de los siguientes elementos:

Figura 1

Dimensiones de la Innovación



Nota. Elaboración propia

En el mismo orden de ideas se identifica la conceptualización de cada una de las dimensiones y se adoptan las características más relevantes que se asocian a las variables identificadas.

Tabla 2

Dimensiones de la Innovación

| Dimensión | Conceptualización |
|------------------|---|
| Producto | Esto es aquello que deseamos vender, sea un servicio, un bien intangible o un producto con valores físicos. El producto debe tener gran calidad o avances de innovación superiores a los de la competencia (Velázquez, 2020) |
| Servicio | Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo Miranda Cruz et al., (2021) |
| Proceso | Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado. Se estudia la forma en que el Servicio diseña, gestiona y mejora sus procesos (acciones) para apoyar su política y estrategia y para satisfacer plenamente a sus clientes y otros grupos de interés (Becerra, Andrade, & Díaz, 2019) |

Nota. Elaboración propia a partir de Labrador et al., (2020)

Para Roldán (2020) una dimensión es objetiva cuando “puede medirse y verificarse con respecto a una norma predeterminada” (pág.15); de esta manera factores como el producto, el servicio y los procesos, se pueden identificar como elementos que permiten gestionar el rendimiento y las particularidades del servicio de manera que se pueda mejorar continuamente; sin embargo, dado que no todos los atributos cumplen el mismo rol, es importante descubrir el impacto de su desempeño con relación al servicio ofertado hacia el cliente (Mejías, Godoy, & Piña, 2018). Para autores como Pincay (2020) la satisfacción del cliente se convierte en uno de los principales objetivos de cualquier empresa que busque una

relación a largo plazo con sus clientes, puesto que se convierte en la principal prioridad de la organización.

Por otra parte, Bastidas (2021) señala que la innovación en el servicio marca el bienestar subjetivo el cual refleja tendencias sociales más amplias sobre el bienestar del servicio, Autores como Blas et al., (2020) indican que un atributo de innovación es que se puede adaptar sobre un producto, sistema o servicio el mismo que puede adquirir un valor cuantitativo o cualitativo de manera que pueda ser medible u observable. En este sentido se puede indicar que de acuerdo a los autores señalados los elementos señalados como son producto, servicio y proceso están más asociados a la innovación, es decir se consideran elementos sobre los que el consumidor suele emitir juicio acerca de la superioridad del producto y/o servicio.

1.5.5. Sostenibilidad

Definir el desarrollo sostenible es una tarea compleja, principalmente debido a las contradicciones semánticas y al amplio alcance tanto de la teoría como de la experiencia. Autores como Guillen et al., (2020) señalan que el origen del concepto de desarrollo sostenible está directamente relacionado con el creciente interés de la comunidad internacional sobre el uso y cuidado de los recursos naturales disponibles para las nuevas generaciones por considerar el vínculo entre desarrollo económico y social y sus implicaciones más amplias.

Otro aspecto a considerar es la definición de desarrollo sostenible proporcionada por Curi (2020) el cual indica que “hoy entendemos el desarrollo sostenible como la búsqueda de una sociedad global fundada en el respeto hacia la naturaleza, los derechos humanos universales,

la justicia económica y una cultura de paz” (pág.06). Por lo que se debe entender que desarrollo sostenible es un eje transversal para todos los sectores de la economía.

1.5.6. Dimensiones del desarrollo sostenible

Frente a las diferentes crisis que se percibe a nivel mundial es pertinente analizar las dimensiones del desarrollo sostenible; el cual se enmarca en los diferentes aspectos de la sociedad tanto en lo económico, social y por lo tanto en lo ambiental.

Social

De acuerdo con Puentes (2021) la dimensión social suele centrarse en crear las mismas oportunidades para satisfacer una necesidad como salud, educación e infraestructura básica, además de considerar la plena participación y reconocimiento de la diversidad cultural que debe abordarse sin ningún tipo discriminación. Los aspectos sociales y culturales son uno de los principales ejes estructurales del desarrollo permanente. Por otra parte, la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2018) señala que para lograr este fin es necesario formar una estructura social imbuida de valores nobles, que no surge espontáneamente, sino que es parte del proceso de formación de los individuos, comenzando por la protección y mantenimiento de la familia, la educación formal y generando oportunidades en la misma comunidad.

Económica

Autores como Riesta (2018) afirma que, la dimensión económica es esencial para el desarrollo sostenible, asumiendo que el mercado puede ser aprovechado en su beneficio y en interés de desarrollar las oportunidades para la implementación de procesos de producción de materias primas con características de eficiencia y que genera valor agregado. Por su parte, Manzanares (2020) enfatiza que el desarrollo sustentable debe ser económicamente

sustentable, a fin de asegurar que las metas económicas en el tiempo y en el espacio sean totalmente objetivas a fin de potenciar la productividad, la competencia y el crecimiento económico. De esta forma, la sostenibilidad considera que el desarrollo económico a largo plazo se puede generar sin destruir los recursos naturales.

Ambiental

En concordancia con los criterios anteriormente expuestos y según Larrouyet (2020), la sostenibilidad en términos ambientales indica que la economía es circular, es decir, “el uso de los recursos naturales y la energía se limita a su capacidad renovable” (pág.47). Por lo tanto, cualquier sistema de producción debe estar diseñado para poder utilizar únicamente fuentes de energía renovables, que minimice la generación de residuos, pero que abastezca las necesidades de las generaciones presentes. Sobre esta base, Riestra (2018) indica que este aspecto es necesario en su definición, pues según este modelo, es la preservación y el uso racional del medio natural lo que puede asegurar la sostenibilidad del desarrollo. En el mismo orden de ideas es indispensable entender que para lograr un desarrollo sostenible es necesario lograr un equilibrio entre estos tres aspectos (económico, social y ambiental), y no necesariamente imponer uno sobre el otro; de esta manera se garantiza la preservación de la especie humana y el uso adecuado de los recursos del planeta.

CAPITULO II.

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación

2.1.1. Diseño de la investigación

EL diseño de la investigación es de no experimental, lo que en palabras de Vásquez (2020) el diseño no experimental “se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador” (pág.34). En este sentido para el presente trabajo de investigación se observa los fenómenos o acontecimientos en torno a la innovación de los prestadores de servicios de la parroquia Crucita tal y como se dan en su contexto natural, para después analizar el comportamiento de los mismos; con el fin es aportar con información que ayude a la toma de decisiones, y mejoramiento de los procesos productivos y cambios organizacionales que lleven a un desarrollo económico dentro de los emprendimientos. (López & Fachelli , 2015).

2.1.2. Alcance de la investigación

La investigación tiene un alcance correlacional, lo que en palabras de Gómez (2020) se traduce como “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (pág. 479). En este sentido el presente estudio pretende conocer la correlación existente entre la innovación de los productos turísticos ofertados por los prestadores de servicios turísticos y como incide sobre la variable del desarrollo sostenible de la Parroquia Crucita, de tal manera que a medida que se registre un incremento o disminución de la variable “innovación” puede o no afectar en el desarrollo de la parroquia perteneciente al cantón Porto Viejo.

2.1.3. Enfoque de la investigación

Debido a que se busca identificar de la percepción del visitante o turista que llega a la Parroquia de Crucita sobre los emprendimientos vinculados al sector turístico del territorio local se pretende describir, se pretende interpretar y comprender los fenómenos o experiencia de los participantes en un determinado lapso de tiempo; para ello se utiliza el enfoque mixto, lo que de acuerdo con la teoría revisada, este enfoque representa el más alto grado de integración o articulación entre el enfoque cualitativo y cuantitativo; ya que ambos se ajustan en todo el proceso de la investigación, y se toma la fortaleza de cada uno de ellos a fin de generar alternativas de solución a los problemas identificados (Núñez, 2017).

2.2. Método de investigación

Los métodos de investigación deben crear un proceso claro y objetivo (Gómez, 2018), razón por la cual se constituye en un factor fundamental encaminado a generar una propuesta que aporte al desarrollo del turismo en la Parroquia “Crucita”, para lo cual se seleccionaron métodos y técnicas a aplicarse en el levantamiento de la información.

Autores como Rodríguez y Pérez (2017) indican que los métodos lógicos posibilitan obtener o producir conocimiento, en este sentido se consideró la información obtenida y los criterios a utilizarse para su posterior evaluación; en el mismo orden de ideas el estudio utiliza métodos tanto teóricos, por lo que autores como Chinche et al., (2020) indican que el método teórico permite la correcta interpretación de los conceptos generados, este método se aplica a la literatura debido a que es necesario explicar algunos criterios desarrollados por diversos autores.

2.3. Unidad de análisis, población y muestra

2.3.1. Unidad de análisis

Para el presente estudio, se consideró parte de la unidad de análisis a las personas que pernoctan al menos una noche en el territorio de Crucita, así como de adquirir los servicios turísticos ofertados, principalmente los fines de semana; en este sentido la unidad de análisis está representada por los sujetos “que van a ser medidos” (Ñaupas, Valdivia, Palacios, & Romero, 2018). Además, para los efectos del estudio al mismo tiempo, se consideró a los propietarios de los emprendimientos turísticos que se encuentren debidamente catastrados por el ente regulador de la actividad turística.

Dicha unidad vincula el material empírico asociado al problema identificado en el presente estudio. En este sentido la unidad de análisis representa una estructura categórica a partir de la cual se puede responder a las preguntas formuladas a un problema práctico (Picón & Melian, 2014)

2.3.1. Población

López y Fachelli (2015), definen una población como un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes; y por lo tanto puede incluir los resultados de un estudio. Para efectos del presente estudio se tuvo en cuenta a los turistas y visitantes que llegan a Crucita durante el mes de febrero (feriado nacional de carnaval), lo que facilitó el poder determinar el potencial turístico del territorio, los cuales representan unas 230.155 personas en el año 2022 (GEOVIT, 2022). En cuanto a los emprendimientos turísticos la parroquia cuenta con 12 establecimientos registrados en el catastro municipal.

2.3.2. Tamaño de la muestra

La muestra ayuda a seleccionar específicamente a los visitantes de una población, obteniendo así información oportuna para su respectivo análisis. Para ello se utilizó la fórmula de muestreo proporcional, la cual se utiliza cuando se desconoce la probabilidad de ocurrencia, lo que implica un 95% de confianza y un 5% de error.

Para determinar la muestra, se tomó como referencia a la población de visitantes que llegan a la parroquia de Crucita de acuerdo a los datos proporcionados por la herramienta GEOVIT del Ministerio de Turismo. El tamaño de la muestra se obtendrá aplicando la fórmula para el cálculo de poblaciones finitas:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + (pq)}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

p: Posibilidad de que ocurra un evento, p= 0.5

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, q= 0.5

E: Error, se considera el 5%; E= 0.05

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1.96

$$n = \frac{230155 (0.5)(0.5)}{\frac{(230155 - 1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{57538,75}{\frac{(230154)0.0025}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{57538,75}{\frac{575,385}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{57538,75}{149,78 + (0.25)}$$

$$n = \frac{57538,75}{150,027}$$

$$n = 384 \text{ turistas}$$

2.3.3. Muestra emprendedores.

Para el estudio se trabajó con una muestra de 12 emprendedores tomados del catastro oficial de emprendimientos turísticos registrados en la parroquia Crucita (GAD Municipal de Portoviejo, 2020); los cuales se encuentran directamente relacionados al sector turístico, esta muestra es representativa ya que los emprendimientos fueron seleccionados al azar debido a que todos los sujetos de la población tuvieron la misma oportunidad de ser seleccionados y poder ser partícipes de dicho estudio (Otzen & Manterola, 2017) . En este orden de ideas se consideró que tanto en las entrevistas como grupos de enfoque es necesario un mínimo de 7 casos representativos. Esta muestra debe cumplir las siguientes características:

- Emprendimientos con más de un año de funcionamiento
- formalizadas ante el organismo regulador MINTUR
- Emprendimientos vinculados al sector turístico de la parroquia Crucita.

Tomando en cuenta dichas consideraciones; la muestra quedo conformada por los establecimientos de alojamiento, así como de alimentos & bebidas que cumplen con la normativa legal vigente y que prestan las facilidades necesarias de acceso para los turistas y/o visitantes que arriban hasta la parroquia de Crucita

Tabla 3.*Prestadores de servicios turísticos de la parroquia Crucita*

| N° | PRESTADORES DE SERVICIOS | PROPIETARIO | DIRECCION | NUMERO DE CONTACTO |
|----|--------------------------|--|--|--------------------------|
| 1 | Pensión sea - sun | Astudillo Freddy | Alcides pesantez 22 s/n y malecón | 991130435 |
| 2 | Hostería el Velero | Palacios Pinto Martha Teresa | 25 de mayo s/n y costa azul | 2340350 / 2477632 |
| 3 | Hotel Ocean Blue | Club de Voluntarios de la fuerza terrestre Cabo Nicanor Quiroz Salazar | Los arenales 67 s/n - crucita | 2506114 |
| 4 | Hostería Casa Grande | Briones Fernández Mirella Monserrate | Calle malecón 100 y bajada de la iglesia | 2340133 |
| 5 | Hostal Rosita | Zambrano Saltos Margarita Gumelia | Malecón s/n y juan benigno vela | 2340100 |
| 6 | Hostal Marlín | Mendoza Menendez Oscar | Malecón y calle Portoviejo | 2340174 |
| 7 | Hostería Balboa | Johnny Erazo Arguello Fernando | 52 s/n y José Delgado sector las Vegas | 2340302 |
| 8 | Hotel Washington | Brito Cedeño Flor Azucena | Calle 72 s/n y Malecón | 2340452 |
| 9 | Hotel Gran Oasis | Castillo Medina Irmery Nackary | Malecón /n y avenida deportista | 2340736 |
| 10 | Hotel Terrazas del Mar | Bermeo Cevallos Andrea Gabriela | Calle malecón s/n y 25 de diciembre | 2340369 |
| 11 | Hostal Voladores | Tobar Cortez Luis Alberto | Principal s/n y nueva loja | 052 340 200 - 0993994781 |
| 12 | Hostal Cruzita | Tobar Cortez Segundo Raúl | Malecón s/n | 2340068 |

Nota. Elaboración propia a partir de trabajo de campo

2.3.4. Recolección de datos

El proceso metodológico para el levantamiento de información que dé solución a las problemáticas planteadas en los objetivos, se realizara en tres etapas:

Etapa 1: Se ejecuta un acercamiento con las asociaciones de emprendedores turísticos de Crucita, específicamente con sus representantes, a quienes se les socializa el proyecto de investigación y la metodología a ser aplicada en la misma, teniendo como sugerencia que si se va a levantar información esta se desarrolló de manera individualizada

Etapa 2: Se enmarca en la aplicación de las entrevistas a los emprendedores que prestan servicio en la parroquia Crucita, entrevistando mínimo a uno o más representantes de cada

una de las asociaciones, la entrevista se plantea de manera o carácter semiestructurada, uno de los objetivos de las entrevistas era la determinación de los factores internos y externos, así como el funcionamiento organizacional de los servicios y calidad de los mismos al momento de prestar sus servicios turísticos

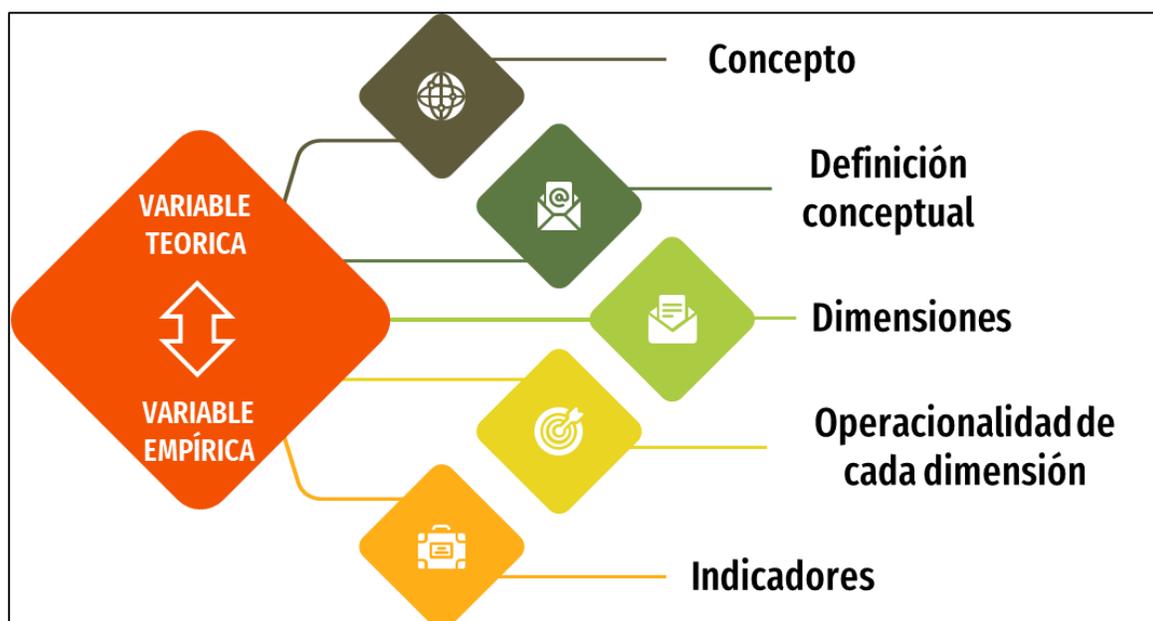
Etapa 3: Se realizó un análisis FODA de la parroquia Crucita y su relación en torno al turismo, el que se trabajó de manera grupal con los emprendedores.

2.4. Variables de la investigación, operacionalización

La matriz de operacionalización de variables facilita una apreciación de cómo una variable abstracta puede ser interpretada de manera muy diferente por diferentes personas (Lirio, Dextre, & García, 2020). Por tanto, se genera la matriz de en base a las instrucciones indicadas.

Figura 2

Variables de investigación, operacionalización



Fuente. Lirio et al., (2020) Elaboración propia

Tabla 4

Matriz de Operacionalización de Variables

| Objetivos específicos | VARIABLES | Conceptualización | Dimensiones | Indicadores | Fuentes | Técnicas |
|--|-------------------------|--|----------------|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Realizar un diagnóstico económico, social y ambiental de los emprendimientos turísticos que se encuentran en la Parroquia Crucita Determinar la percepción de los visitantes del cantón sobre la innovación de servicio prestado por los emprendimientos turístico de la parroquia. | Innovación del Servicio | La innovación está vinculada a la generación de un nuevo producto o la mejora en la calidad de un producto existente, así como la introducción de un nuevo método de producción o la apertura de un nuevo mercado, la provisión de materias primas, así como una nueva forma de organización. (Ordaz, 2021) | Producto | <ol style="list-style-type: none"> Calidad Cantidad Precio | <ul style="list-style-type: none"> Emprendedores turísticos y productivos que se encuentran en el territorio Visitantes Turistas Autoridades Promotores | <ul style="list-style-type: none"> Observación directa Encuestas Entrevistas Revisión bibliográfica y de fuentes oficiales |
| | | | Servicio | <ol style="list-style-type: none"> Satisfacción del cliente Promoción Marketing digital | | |
| | | | Proceso | <ol style="list-style-type: none"> Normas ISO 9001 Tiempo de respuesta Net Promoter Score (NPS) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> General acciones estratégicas de gestión que contribuyan al mejoramiento del desarrollo turístico de la parroquia a través de los emprendimientos turísticos | Gestión sostenible | La sostenibilidad es la producción de bienes y servicios, que satisfacen las necesidades humanas garantizando una mejor calidad de vida para la población en general, mediante el uso de tecnologías limpias que genere una relación no destructiva con la naturaleza, y promueva el fortalecimiento de las condiciones ambientales. (Zarta Avila, 2018) | Económica | <ol style="list-style-type: none"> Tasa de ocupación de la actividad turística Contribución del turismo a la economía local | <ul style="list-style-type: none"> Autoridades Técnicos de Turismo del GAD Cantonal y Provincial Organizaciones de segundo grado Comunidad INEC Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial | <ul style="list-style-type: none"> Entrevistas Encuestas Observación directa Revisión bibliográfica y de fuentes oficiales |
| | | | Socio cultural | <ol style="list-style-type: none"> Número de APPs móviles de uso turístico Número de puntos de información turística Satisfacción de turistas y/o visitantes Satisfacción de la población local | | |
| | | | Ambiental | <ol style="list-style-type: none"> Gestión de desechos. Preservación de los RRNN | | |

Fuente. Elaboración propia a partir de Silva et al., (2021).

2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información

2.5.1. Fuentes

La recopilación de información se realizó a través de fuentes de información primaria la cual está representada por los visitantes y prestadores de servicios de la parroquia Crucita, así como fuentes de información secundaria obtenida de artículos científicos, revistas científicas, documentos oficiales, tesis de posgrado entre otros.

2.5.2. Técnicas para la recolección de información

Autores como Ávila et al., (2020) indican que la encuesta es ampliamente utilizada como una herramienta para conseguir datos de la realidad además que se reconoce como un instrumento que permite tomar y registrar información en el momento preciso. En este sentido, la presente investigación al poseer un enfoque cuantitativo y cualitativo (mixto), hace uso de dichas técnicas de manera que se permita responder a ambos enfoques.

Entrevista semiestructurada

De forma simultánea se aplicaron entrevistas dirigidas a los informantes clave que permita la obtención de información, la cual facilita la clasificación de un análisis (Troncoso & Amaya , 2016)

Guía de observación

De acuerdo a este criterio se utilizó la técnica de la observación, lo cual que permite conocer la realidad del fenómeno estudiado, en el mismo orden de ideas, autores como Arias et al., (2016) manifiestan que la observación “incluye la observación cercana del fenómeno, del evento, evento o caso, tomar la información y guardarla para su posterior análisis” (pág.45).

2.5.3. Instrumentos para la recolección de información

En cuanto a las herramientas utilizadas para la parte cuantitativa se utilizó la encuesta, la misma que se aplicó a los turistas que acuden a las playas pertenecientes a la parroquia de Crucita para conocer las características más relevantes sobre la calidad que perciben sobre el servicio prestado. De igual forma, se realizó una entrevista a propietarios de los emprendimientos turísticos con el objetivo de recolectar información cualitativa, que permita determinar la incidencia en el desarrollo sostenible.

2.6. Tratamiento de la información

Para el tratamiento de la información se utilizó el programa Microsoft Excel, así como Statistical Package for the Social Science (SPSS) de esta manera se busca dar un tratamiento a los datos cuantitativos obtenidos y posteriormente se validó la información recabada en la entrevista implementada.

Para la presente investigación se tabularon las respuestas obtenidas en las encuestas aplicadas de manera que se logre expresar mediante gráficos y datos cuantitativos la información recaba de los encuestadas; para ello se elaboró la base de datos con los resultados cuantitativos recabados de manera que se pueda analizar mediante el software SPSS 2.0; en el mismo orden de ideas se realizó la correlación de las variables a fin de identificar la asociación entre las mismas, para ello en primer lugar se determinó la normalidad de la muestra obtenida a fin de comparar la distribución acumulada observada de la variable con la distribución teórica determinada.

CAPÍTULO III.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis Cuantitativos

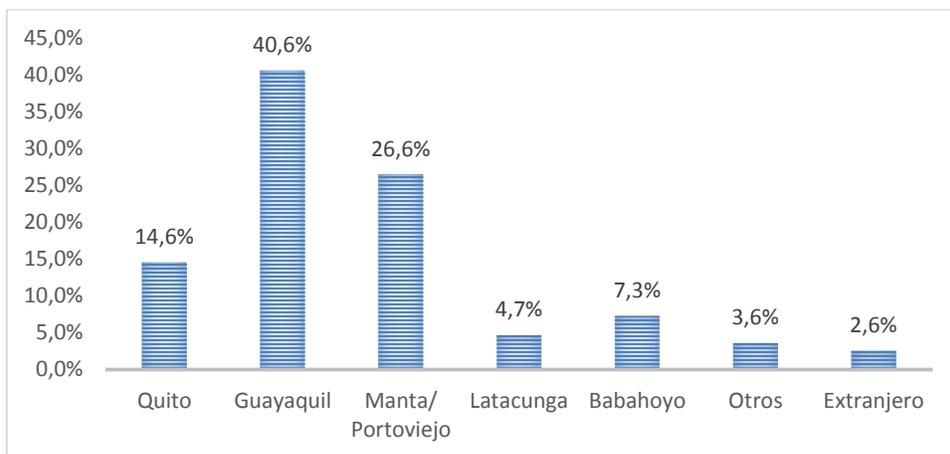
El análisis estadístico se ejecutó utilizando el software SPSS versión 2.5, mediante el cual se obtuvieron tabla de frecuencias, gráficos y porcentajes, que contextualiza la percepción sobre la innovación de los servicios ofertados, por lo cual es importante conocer la opinión y de los actores directos e indirectos con la actividad turística de la parroquia.

3.1.1. Origen del visitante

En cuanto al origen del visitante se tiene que en su mayoría los visitantes y turistas provienen de la ciudad de Guayaquil representados con un 40,6 % del total de los encuestados; seguidamente se tiene una participación importante de personas que llegan de la ciudad de Manta, Portoviejo y Babahoyo que representan el 33,9% del total de la muestra; en este sentido se puede interpretar que la mayor participación de visitantes y turistas son de la región costa. Así mismo se tiene una representación importante de visitantes de la región sierra los cuales suman un 19,3% encabezados por personas de la ciudad de Quito con un 14,6% y turistas y/o visitantes de la ciudad de Latacunga con un 4,7%. De la misma manera es importante indicar que hay una representación de personas extranjeras que representan el 2,6 del total de encuestados, así como un 3,6% que representan el resto de ciudades del territorio nacional.

Figura 3

Origen del Visitante



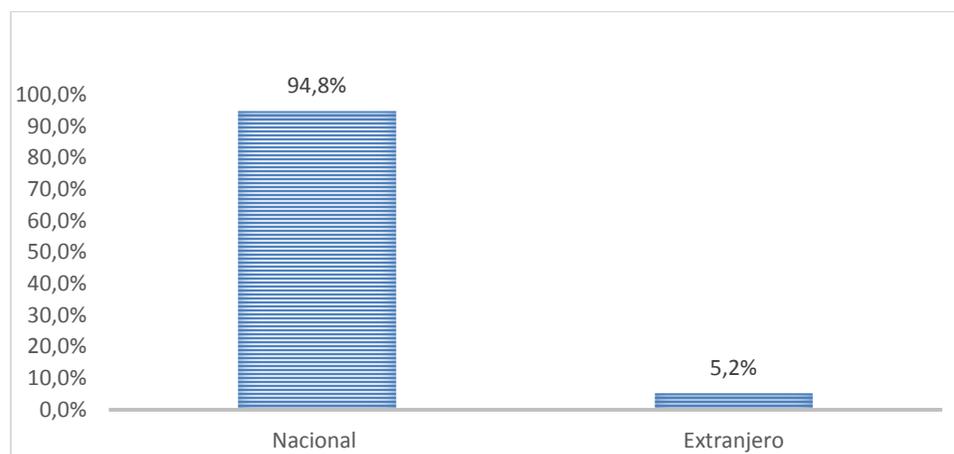
Fuente. Trabajo de campo

3.1.2. Nacionalidad del visitante

En lo referente a la nacionalidad de los visitantes y en función del origen de los mismos se puede indicar que de manera prioritaria el origen de los visitantes y turistas que llegan a disfrutar de los atractivos turísticos de la parroquia de crucita son de origen nacional representando una participación del 94,8% y apenas un 5,2% de los visitantes son de origen extranjero. Aunque varios de los espacios que se ofertan en la parroquia son para uso de deportes de aventura como parapente, alas delta entre otros; este tipo de actividades aun no son difundidas entre las personas que integran el mercado nacional y que fácilmente pueden adaptarse a la oferta turística de la parroquia.

Figura 4

Origen del Visitante



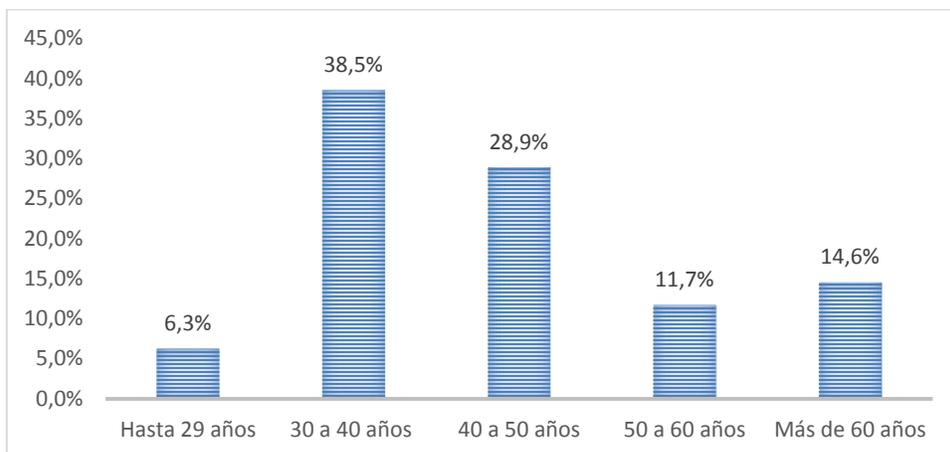
Fuente. Trabajo de campo

3.1.3. Edad del visitante

En lo que refiere a la edad del visitante se ha segmentado de acuerdo a la demanda potencial que existe y se registra en los establecimientos de la parroquia; en este sentido el segmento de mayor presencia en los establecimientos registrados corresponde a las personas que tienen entre 30 a 40 años representados por un 38,5% de la muestra; esto hace referencia que la mayor concentración de los servicios ofertados en la parroquia es para satisfacer las necesidades de este segmento del mercado; seguidamente se puede notar una presencia importante de personas que corresponden al segmento de 40 a 50 años de edad, las cuales representan una parte importante de la muestra recolectada con el 28,9%; así mismo se tiene que un alto valor está conformado por las personas que tienen más de 60 años, representado un 14.6%. de los encuestados.

Figura 5

Edad del Visitante



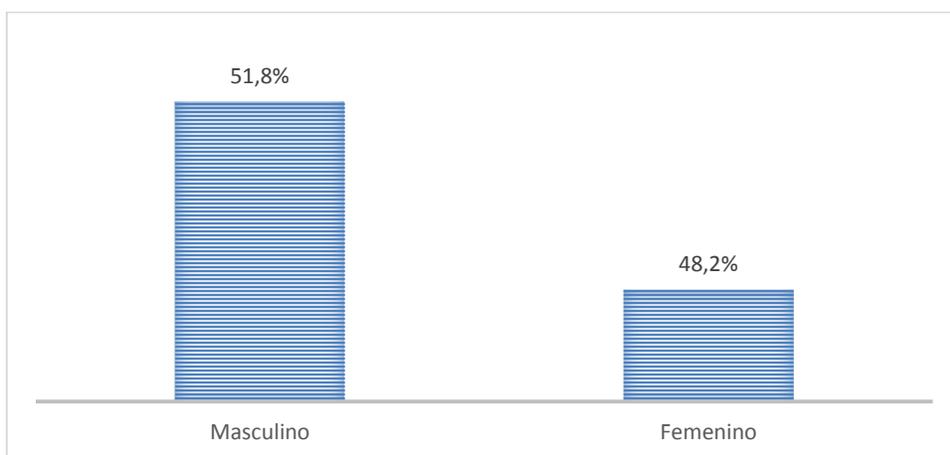
Fuente. Trabajo de campo

3.1.4. Género del encuestado

En cuanto al género de las personas encuestadas mayoritariamente se tiene una participación del género masculino representado por el 51,8%, quienes representan una parte importante de la población encuestada.

Figura 6

Género del Encuestado



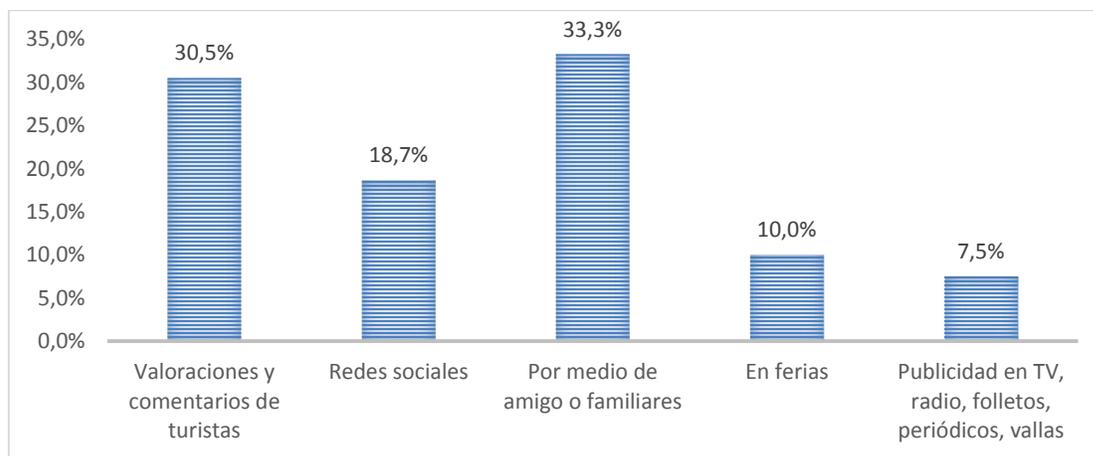
Fuente. Trabajo de campo

3.1.5. Por qué medio obtuvo información turística de la parroquia

En lo que se refiere a los medios por los cuales las personas obtienen información acerca de las bondades de la parroquia Crucita; se tiene que el mayor medio por el cual se obtiene información turística de la parroquia es a través de familiares y amigos representado con un 33,3 % seguidamente se puede observar que las personas le dan una valoración importante al criterios de visitantes que han llegado con anterioridad ya que este representa el 30,5 % de la opinión de los encuestados; además se puede identificar que las redes sociales están tomando un rol importante al momento de elegir un destino representando el 18,7% de los encuestados y por último se identifican los medios tradicionales como ferias y los medios de comunicación representando el 10% y 7,5 % respectivamente.

Figura 7

Medios por el cual obtiene información



Fuente. Trabajo de campo

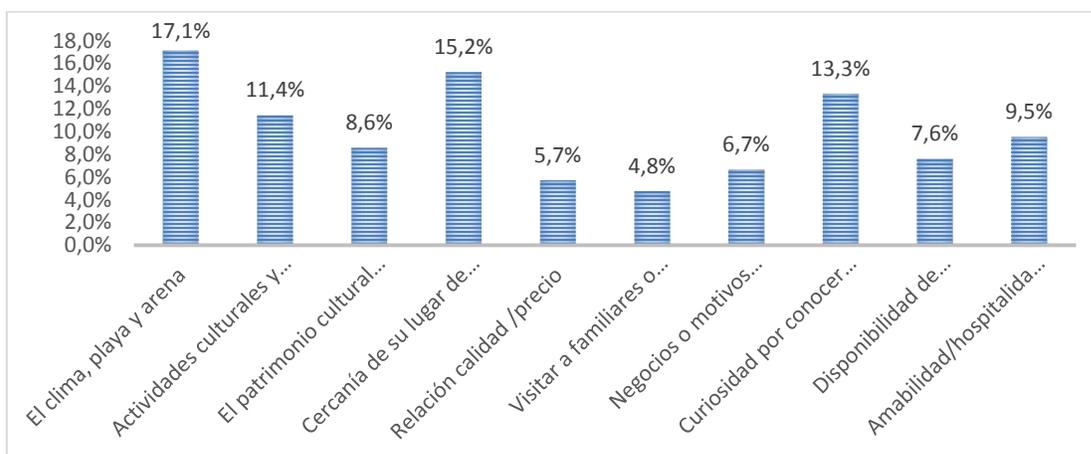
3.1.6. Factores que motivan la visita

En cuanto a los factores que inciden sobre el motivo de la visita de las personas que llegan a la parroquia; de manera prioritaria se tiene que el 17,1 % lo hacen por motivos de vacacionar o disfrutar del clima, playa y arena y un 15,2 % lo hacen por cercanía a su lugar de residencia lo cual indica que aproximadamente el 32% de los encuestados perciben a la parroquia como

un sitio de descanso. Seguidamente un 13,3 % de los encuestados tienen curiosidad por conocer costumbres y tradiciones de la parroquia y sus entornos más cercanos. Otro aspecto a tomar en cuenta son las actividades culturales y de entretenimiento representadas por el 11,4 % de los encuestados, así como la amabilidad, hospitalidad y seguridad que significa el destino lo cual representa el 9,5 %. En cuanto al resto de actividades, aunque en menor valor representan un segmento importante al cual generar la debida atención para fortalecer las actividades de la parroquia.

Figura 8

Factores que motivan la visita



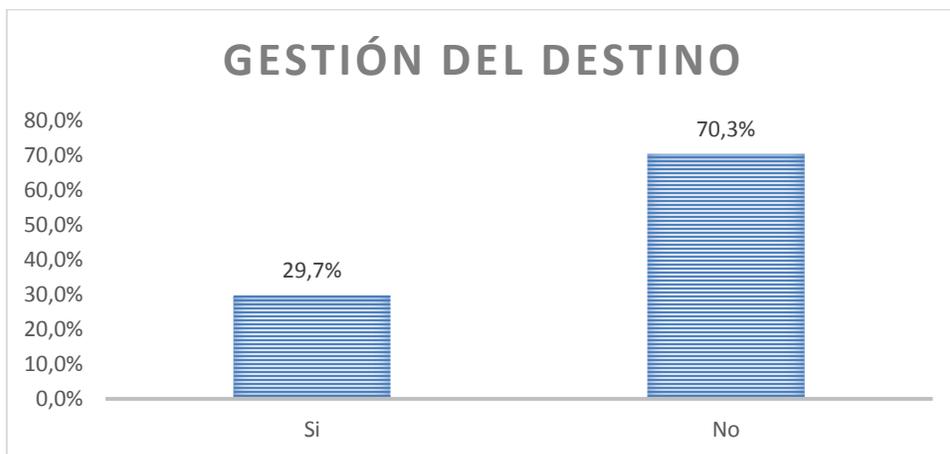
Fuente. Trabajo de campo

3.1.7. Gestión

En cuanto a la adecuada gestión de la parroquia Crucita con respecto a la actividad turística se tiene que el 70,3 % de los encuestados indican que no existe una adecuada gestión del destino; principalmente por las vías en mal estado, falta de infraestructura y mínima señalización dentro de la parroquia.

Figura 9

Gestión del Destino



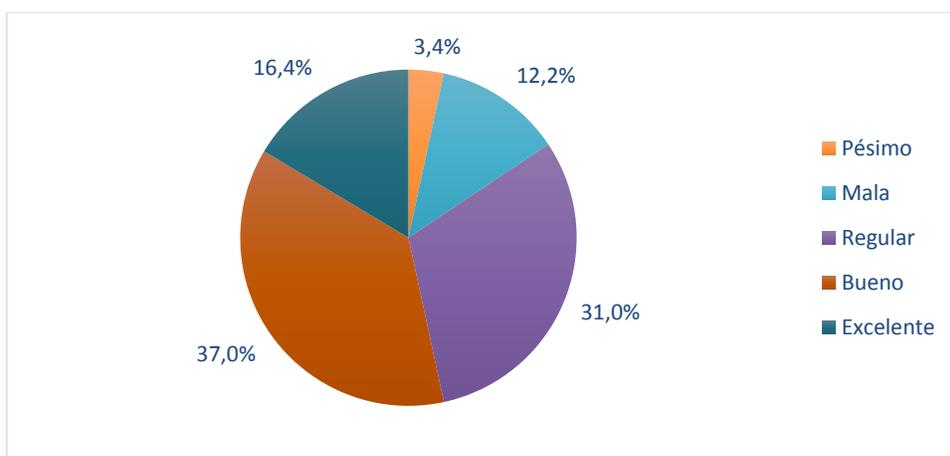
Fuente. Trabajo de campo

3.1.8. Calidad de la prestación del servicio

En cuanto a la calidad de la prestación del servicio se tiene que el 68% de los encuestados califican la prestación integral del servicio como buena y regular; lo que induce que, si bien el servicio tiene acogida por parte del visitante, aun presenta ciertas deficiencias o aspectos que se deben mejorar.

Figura 10

Calidad de la Prestación del Servicio



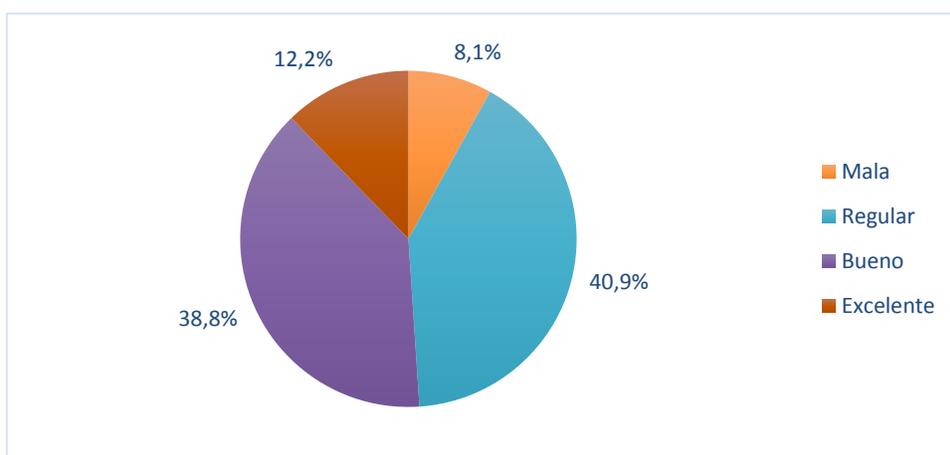
Fuente. Trabajo de campo

3.1.9. Calidad en la atención

En cuanto lo que refiere a la calidad en la atención al visitante se tiene el 40,9 % de los encuestados indican haber recibido una atención regular, seguido de un porcentaje similar con un 38,9 % que indican que la calidad en la atención recibida buena. En el mismo sentido se puede observar que un 8,1% indican que la atención es mala; sin embargo, se puede resaltar que un 12,2% de los encuestados indican que recibieron una atención excelente

Figura 11

Calidad en la atención



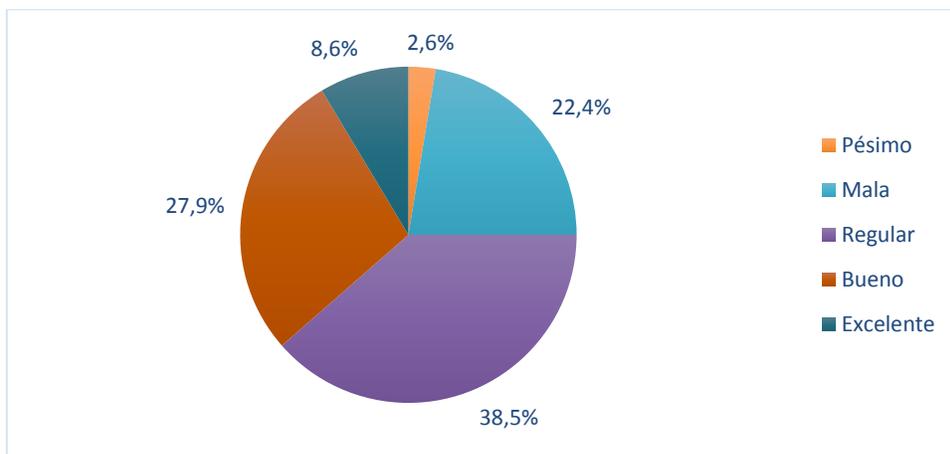
Fuente. Trabajo de campo

3.1.10. Personal eficiente

En cuanto a la eficiencia del personal y conocer si brinda un servicio de calidad, eficiente y ajustado al tiempo que el cliente requiere; se tiene que mayoritariamente el visitante tiene una regular percepción sobre la eficiencia representada por un 38,5% y un 27,9% indican que la eficiencia es buena, apenas un 2,6% de los encuestados indican haber recibido una atención mala.

Figura 12

Eficiencia del Personal



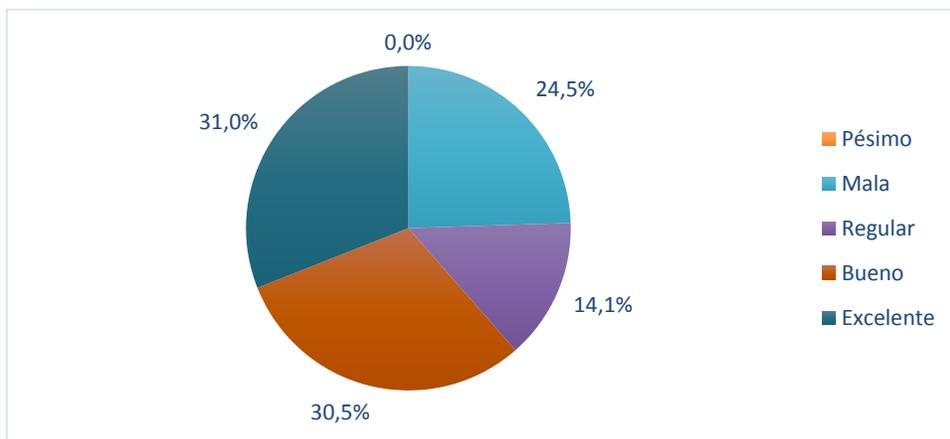
Fuente. Trabajo de campo

3.1.11. Oferta de productos orgánicos

Sobre la oferta de productos orgánicos como productos característicos de la zona se puede identificar que un 31% de los encuestados califican como excelente la oferta de los productos, a esto se suma un valor similar del 30,5% que consideran como buena la oferta; sin embargo, un 14,1% califican como regular puesto que consideran que se debe generar un mayor valor agregado a los productos de la zona.

Figura 13

Oferta de Productos Orgánicos



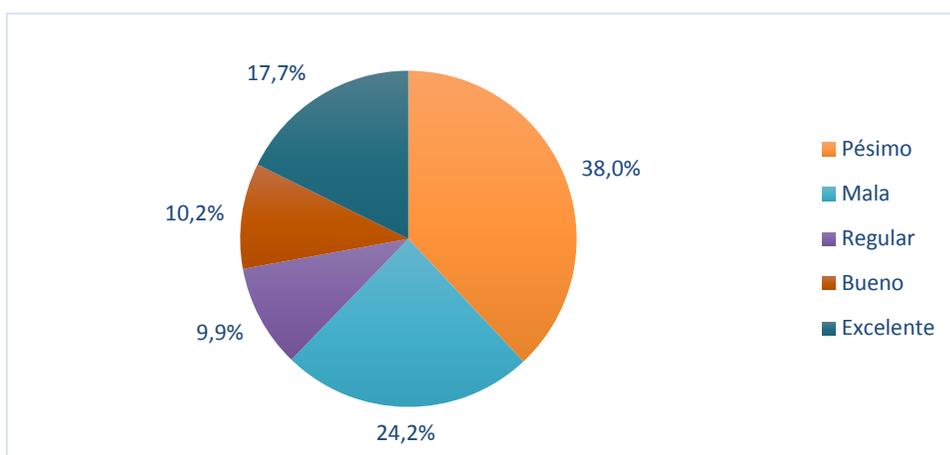
Fuente. Trabajo de campo

3.1.12. Señalética

En cuanto a la señalética turística para el uso adecuado de los recursos se tiene que una parte importante de los encuestados indican que el estado de la señalética turística se encuentra en pésimo estado; así también otra parte consideran que se encuentran en mal estado representados por el 38% y 24,2% respectivamente; lo que indica que se debe trabajar de manera prioritaria en este factor de la actividad turística.

Figura 14

Señalética Turística



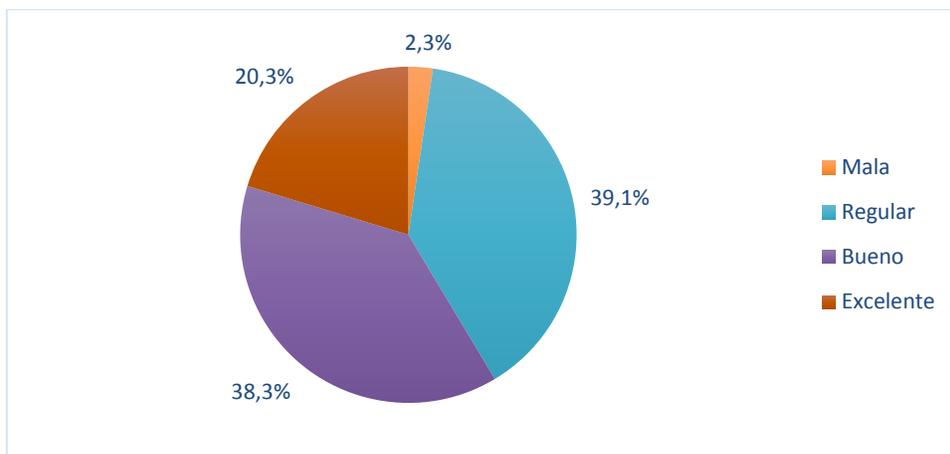
Fuente. Trabajo de campo

3.1.13. Comunicación efectiva

En cuanto a la comunicación efectiva que se percibe por el visitante se tiene que el 38,3% de los encuestados indican tener una buena comunicación, un valor similar percibe la comunicación como regular representado por un 39,1%, y apenas el 2% indican tener problemas o indicar malestares en la comunicación. Otro aspecto a considerar es que el 20,3% de los encuestados indican que existe una excelente comunicación.

Figura 15

Comunicación Efectiva



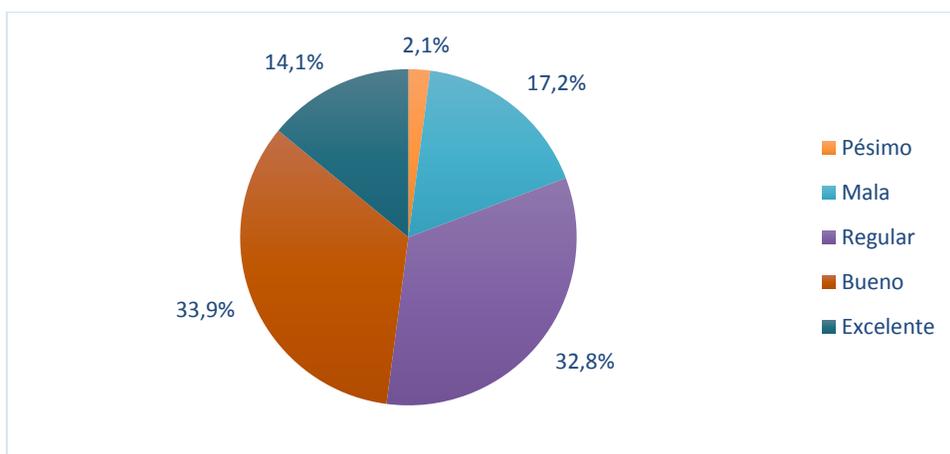
Fuente. Trabajo de campo

3.1.14. Comunicación de Políticas

Sobre las políticas de uso de los recursos se puede identificar que los encuestados indican que existe una buena y regular comunicación con el 32,8% y 33,9% respectivamente; lo que indica que, aunque existan debilidades se transmite de manera coherente las políticas de uso.

Figura 16

Comunicación de Políticas de Uso



Fuente. Trabajo de campo

3.2. Correlación de Variables

Previo a realizar la correlación de las variables de estudio se propone realizar la prueba de normalidad a fin de identificar la distribución de las variables

Tabla 5

Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|-------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Gestión | ,111 | 384 | ,000 | ,969 | 384 | ,000 |
| Innovación | ,112 | 384 | ,000 | ,979 | 384 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tras observar los datos y dado que la muestra es mayor a 50 se toma la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov; en el mismo sentido se observa que las variables no siguen una distribución normal ya que el p-valor es $< \alpha$ (0,05) a partir de ello se empleará la prueba de Rho de Spearman con la finalidad de medir la relación de las variables

Tabla 6

Correlación de Spearman

| | | | Innovación | Gestión |
|------------------------|-------------------|------------------------------------|-------------------|----------------|
| Rho de Spearman | Innovación | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,102* |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,046 |
| | | N | 384 | 384 |
| | Gestión | Coefficiente de correlación | ,102* | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,046 | . |
| | | N | 384 | 384 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Se tiene que el P-valor es de 0,046 el cual es menor que 0,05 con lo cual se acepta que existe una relación entre las variables propuestas para el trabajo de investigación. A partir de ello se tiene evidencia que existe una correlación entre la variable de la innovación y la

gestión. En el mismo orden de ideas se presenta un coeficiente de correlación de 0,1 que en palabras de Sampieri et al., (2018) representa una correlación positiva leve, lo cual indica que si existe una mejora en la innovación de los servicios de la parroquia Crucita; ésta mejora puede incidir de alguna manera en la gestión sostenible de los recursos de la Parroquia Crucita, lo que al final puede incidir de manera indirecta en mejorar la calidad de vida de los moradores de la población residente.

3.3. Análisis Cualitativo

A continuación, se presenta la información obtenida de los informantes clave. En ese sentido, es necesario destacar que, a partir del dialogo mantenido con las personas que están gestionando la actividad turística en la parroquia y sus distintos niveles de gobierno; en este sentido, se pudo conocer cómo perciben los elementos que confluyen en la gestión del destino de sol y playa como una forma de turismo para la parroquia de Crucita. En este sentido se hace una síntesis de los criterios recogidos en las diferentes entrevistas:

1. ¿Considera Ud. que la población de la parroquia de Crucita tiene interés en participar en actividades relacionadas con el turismo rural?

Las opiniones de los principales actores entrevistados estuvieron divididas, coincidiendo la mayoría en la afirmación de que las personas vinculadas a la actividad turística han manifestado interés en participar en actividades relacionadas con el turismo rural, pero en el territorio local son muy pocos los casos de organizaciones donde pueden encontrar el apoyo necesario y participar en proyectos de promoción turística. Otro aspecto a considerar es la apatía de la población con respecto a las entidades del estado, pues también sienten desconfianza por el hecho de que a pesar que existe un potencial turístico, los fondos destinados por los diferentes organismos del estado son escasos y están enfocados en crear

anuncios para promover eventos festivos (carnaval y fin de año) y no en mejorar la infraestructura o fortalecer las capacidades de la población. para interactuar con los turistas. En cuanto a las características ambientales, la parroquia disfruta de la biodiversidad natural que se distingue por su ubicación estratégica, además de su riqueza histórica, cultural, turística, ambiental y de capacidad empresarial, por lo que se cuenta con múltiples ventajas que la hacen un lugar distintivo para el turismo rural, especialmente en términos de cultura y aventura.

2. ¿De qué forma cree Ud. que se podría potenciar la actividad turística rural en la zona?

Actualmente la parroquia cuenta con débiles y esporádicos programas de apoyo tanto a nivel gubernamental como de entidades privadas que fortalezcan las capacidades de los prestadores de servicios turísticos. A esto se suma la poca asociatividad por parte de los dueños de locales comerciales, lo que dificulta la creación o adecuación de nuevas alternativas que contribuyan a la oferta turística con facilidades mínimas de acceso que satisfagan las necesidades de la demanda turística que visita la parroquia de Crucita. En el mismo orden de ideas, también se debe mencionar que la población busca considera que se puede generar campañas de revalorización turística, enfocada principalmente al sector rural, la cual se debe articular con los diferentes niveles de gobierno con la finalidad que los visitantes y turistas conozcan lo que posee la zona en la cual residen y de esta manera los habitantes se conviertan en guías locales.

3. ¿Considera que la parroquia Crucita presenta los atractivos turísticos y la infraestructura necesaria para poder desarrollar con mayor intensidad el turismo?

En cuanto a los atractivos turísticos, existe un criterio unificado por todos los entrevistados sobre la existencia, potencial y demanda existente por visitar los atractivos que posee la

parroquia, a pesar de que en la actualidad se han desarrollados diferentes tipos de actividades vinculadas a la naturaleza y tranquilidad de las zonas rurales; La parroquia posee atractivos vinculados al turismo rural y que brindan los recursos naturales. Los lugares turísticos más nombrados son Los RANCHOS y La Boca de Crucita declarado por el GAD municipal.

En relación a la infraestructura y equipamiento presente en la parroquia, la percepción de los entrevistados es que no se encuentran las condiciones adecuadas¹ para el desarrollo de actividades vinculadas al turismo, mencionando a la escasa señalética, las malas condiciones de los caminos que conducen a los atractivos, la mala atención que se brinda en los establecimientos de alojamiento y alimentación; así como no contar con un medio de transporte adecuado para la actividad turística, sumado a esto los escasos servicios básicos de la parroquia considerados aspectos fundamentales para el desarrollo del turismo. Por último, se señalaron actividades recreativas relacionadas con el turismo de aventura, gastronomía única y turismo cultural, son factores que los entrevistados consideran que son elementos característicos del territorio, llevando a que Crucita sea reconocido por su gastronomía, pese a contar con una débil infraestructura.

4. ¿Cuál es la mejor opción de empleo rural no agrícola para potenciar el desarrollo de la localidad? (servicios complementarios relacionadas al turismo)

Aprovechando las bondades de las zonas de la parroquia, se visualiza que la gente en su gran mayoría se dedica a la pesca, agricultura y ganadería, sin embargo, una vez que se está superando la pandemia ocasionada por el Covid-19 se pueden vincular a estas actividades la creación de granjas integrales (Guianza, Gastronomía, Representaciones Culturales), y por

1 Ing. Andrea Delgado. Presidenta del GAD parroquial de Crucita.

2 Ing. Calletano Cañarte Pinargote. Director de turismo del GAD Portoviejo

lo tanto a un tipo de turismo amigable con el ambiente como es el agroturismo, convirtiéndose en una excelente alternativa para aquellos que desean experimentar de las bondades del campo.

5.Cuál es la percepción acerca del desarrollo local que existe en la parroquia y si se considera al turismo rural como una alternativa para potenciar el desarrollo.

La visualización de desarrollo de la parroquia es mejorar la calidad de vida de sus habitantes, pues se busca un desarrollo acorde a su potencial productivo y que integre el turismo a través de sus atractivos naturales y culturales. Sin embargo, se pueden identificar amenazas en el área rural y urbana, mismas que se relacionan con la migración, la inseguridad y el abandono del campo por considerarse no atractivo para las generaciones más jóvenes quienes no visualizan un futuro en las actividades vinculadas al sector primario de la economía, por lo que migran a otras ciudades principalmente Guayaquil, Manta y Quito, en busca de mejores oportunidades laborales y/o académicas. Esta situación genera problemáticas que tienen estrecha relación con la pérdida de la cultura en los más jóvenes y que no exista un relevo de la población productiva lo que deja en muchos poblados la existencia de personas adultas mayores o en edades superiores a los 50 años.

La parroquia no posee características de desarrollo sostenible, principalmente porque su desarrollo está enfocado en la pesca, la agricultura y ganadería, sin embargo, en la última década se percibe el desarrollo de actividades encaminadas al sector de la prestación de servicios entre las que destaca el turismo, pero de manera aislada, es decir con la implementación de emprendimientos familiares ya que la oferta turística no se desarrolla de manera asociativa.

La mayoría de entrevistados consideran que, si las autoridades de la parroquia le apuestan invertir al turismo como eje de desarrollo y generación de empleo, esto motivará a los

habitantes a aprovechar los beneficios y atractivos que presenta su territorio, al tiempo que les permitirá mejorar su ingreso económico como complemento a su actividad cotidiana, por ende, mejorar su calidad de vida.

6. Existencia de proyectos e iniciativas que se hayan aplicado con anterioridad, destinadas al mejoramiento o implementación de turismo rural.

En esta pregunta los entrevistados, reconocieron el involucramiento de la Prefectura de Manabí, así como el impulso de acciones conjuntas con el GAD cantonal por impulsar la creación de mancomunidades en sus parroquias como instituciones que se han visto involucradas en la generación de proyectos e iniciativas que impulsan la participación en actividades vinculadas al sector turístico. Sin embargo, existe un desconocimiento por parte de ellos en relación a los proyectos específicos que se han llevado a cabo en forma individual por parte del organismo rector de la actividad turística como lo es el Ministerio de Turismo, como los proyectos privados que impulsan las familias del sector.

También los entrevistados manifiestan la intervención de la secretaria del medio ambiente, pues en una parte del territorio se encuentra el manglar la Boca en la comuna las Gilces mismo que está considerado como área protegida.

7. ¿Qué limitaciones observa Ud. para el desarrollo de la actividad turística en la parroquia?

Las limitaciones que visualizan los entrevistados es que existen escasos o inexistentes vínculos entre las organizaciones relacionadas con el turismo, donde algunas actividades se hacen a nivel provincial pero no tienen relación con los diferentes niveles de gobierno ya que cada institución vela por sus propios intereses. Como se ha señalado, cada organismo opera de forma independiente, con poca o ninguna relación con los demás sujetos, y la relación entre ellos sólo surge en casos muy específicos. En cuanto a las “Opiniones sobre Atractivos

Turísticos, Actividades Típicas e Infraestructura Existente”, la infraestructura y equipamiento turístico en varias localidades no se encuentra en las condiciones ideales o es prácticamente inexistente, es claro que en varios territorios se carece de servicios básicos “no hay alcantarillado ni agua potable, y medios de comunicación como teléfonos regulares o conexión a internet, especialmente en áreas rurales donde existe potencial turístico. Además, se ha informado que existe poco interés entre algunos residentes rurales, quienes no están informados ni interesados en el desarrollo del turismo que se da en las zonas rurales, principalmente en aquellos habitantes mayores de 60 años.

3.4. Discusión

En base a la información recopilada mediante las entrevistas aplicadas a los representantes de las instituciones que se encargan de la gestión de la actividad turística en el cantón Portoviejo y la parroquia Crucita, como también las encuestas realizadas a los visitantes y clientes de los diferentes emprendimientos, se determinó el siguiente análisis:

Mediante las entrevistas aplicadas, se indica que la actividad turística puede contribuir de manera significativa al desarrollo sostenible de los habitantes de la parroquia; tomando en consideración que el turismo se puede convertir en una alternativa para la economía local y de esta manera contribuir al fortalecimiento y dinamización de la economía local. Estos resultados se corroboran con lo expresado en el PDOT de la Parroquia, en donde se considera la actividad turística como una fortaleza del territorio local (GAD Crucita 2015). En el mismo orden de ideas y de acuerdo a la información cuantitativa obtenida se evidencia una correlación entre las variables la cual es positiva; lo que implica que a medida que se invierta en la innovación de los servicios ofertados por los emprendimientos turísticos mayor será la capacidad de aportar al desarrollo sostenible del territorio, esto concuerda con lo sostenido

por autores como Castillo y Cruz (2022) quienes indican que se puede generar altos estándares de desarrollo al propiciar espacios de concertación donde el estado y sus diferentes niveles de gobierno implemente las facilidades necesarias que permitan incentivar la inversión privada.

No obstante, Niembro (2020), analiza que los patrones de innovación de las empresas vinculadas al servicio pueden variar según sus diferentes modos de operación; razón por la cual se debe obtener información cuantitativa permanente de manera que se permita mejorar continuamente en el servicio; en este sentido una nueva brecha de investigación será el análisis continuo de los elementos que componen la innovación en sus diferentes indicadores así como determinar las nuevas tendencias del visitante o turista que necesite de estas mejoras en la innovación.

CAPITULO IV

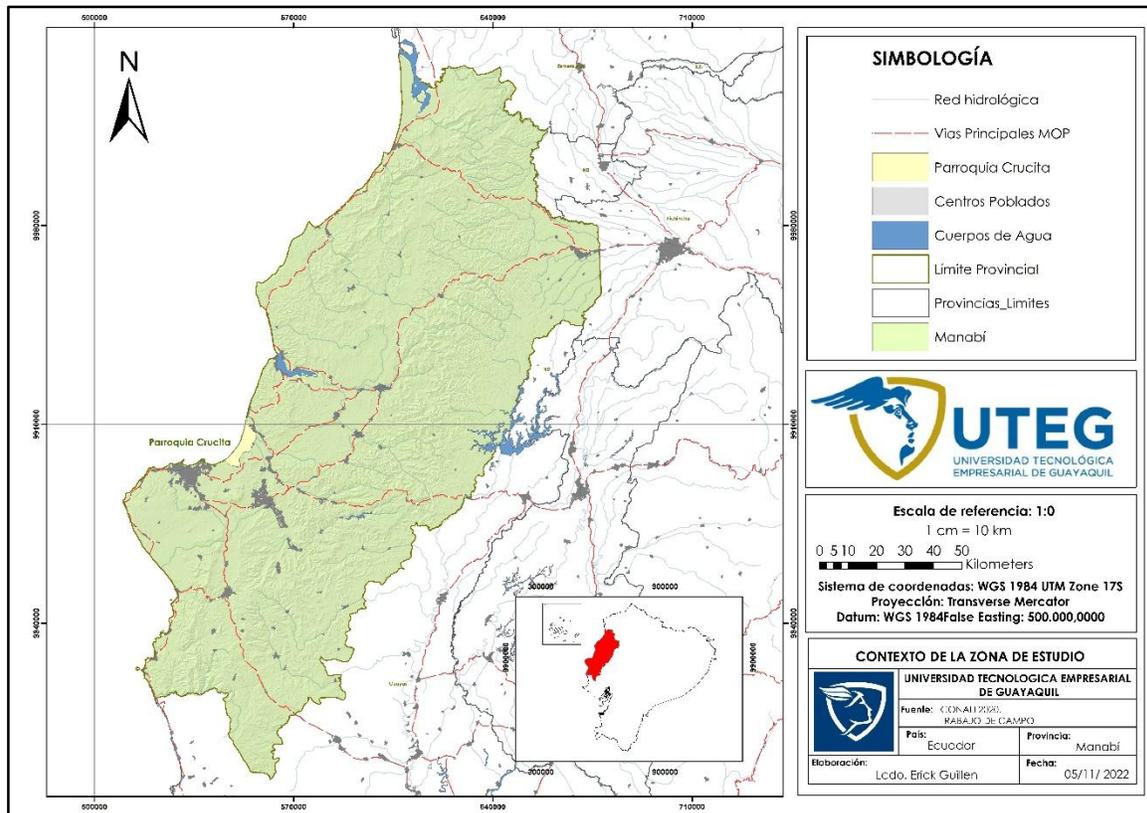
PROPUESTA

4.1. Delimitación de la zona de estudio

La parroquia Crucita conocida como “Crucita La Bella” pertenece al cantón Portoviejo ubicada a 27 km del mismo; de acuerdo al censo desarrollado por el INEC ((2022) la parroquia posee 11.000 habitantes aproximadamente, convirtiéndose en un sitio de descanso y disfrute que fomenta la actividad turística de la provincia de Manabí al tener una considerada afluencia turística nacional. Sus características físicas y ambientales particulares la convierten en un sitio ideal para disfrutar y para practicar deportes de aventura

Figura 17

Contextualización de la zona de estudio



Fuente. Trabajo de campo

4.2. Justificación

Dentro del territorio ecuatoriano, el turismo juega un papel preponderante en la economía local; ya que se considera como una actividad generadora de empleo y de redistribución de la riqueza, así como una acción que permite la integración complementaria con múltiples actividades. De acuerdo con el World Travel & Tourism Council (2023) se espera que el sector aporte 5 mil millones de dólares a la economía nacional, lo que equivale a un 9,2% por encima de lo captado durante el año 2022. En este sentido, el turismo se convierte en un sector estratégico para la superación de la brecha social y económica que afecta a las diferentes regiones del país puesto que además el sector incrementará más de 410 mil empleos en el país, lo que corresponde a un incremento del 5% respecto al año anterior. (Banco Central del Ecuador, 2023). Tomando en cuenta la información obtenida de fuentes oficiales se toma la iniciativa de realizar un análisis del territorio que permita plantear las estrategias adecuadas que permitan el posicionamiento de la parroquia Crucita como un destino referente de turismo rural

4.2. Análisis FODA

De acuerdo al taller² mantenido con los actores involucrados en el sector turístico de la parroquia Crucita, corresponde en el análisis FODA, el cual permite identificar los factores internos y externos que pueden constituirse en factor de éxito o fracaso, en este sentido se toma como base los atributos empresariales, sociales y políticos denominados fortalezas y las posibilidades de mejora identificadas en las oportunidades

² Realizado el 28 de mayo de 2023, con 33 asistentes (virtuales)

Tabla 7*Análisis FODA*

| F | FORTALEZAS | O | OPORTUNIDADES |
|----------|---|----------|--|
| F1 | <ul style="list-style-type: none"> • Tradiciones y valores propios de la cultura Manabita, su gastronomía, entre otras y la presencia de patrimonio arqueológico | O1 | <ul style="list-style-type: none"> • Cercanía con otros territorios con vocación turística que permite la visita e interés de los visitantes |
| F2 | <ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con características climáticas, geográficas y ambientales ideales para el desarrollo de actividades turísticas | O2 | <ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de tener inversiones nacionales e internacionales para la generación de proyectos turísticos en el cantón. |
| F3 | <ul style="list-style-type: none"> • Producción y comercialización de artesanías locales | O3 | <ul style="list-style-type: none"> • Existe una mayor demanda por turismo rural y de naturaleza como nuevas tendencias |
| F4 | <ul style="list-style-type: none"> • Los habitantes tienen interés por participar y potenciar el turismo de la zona | O4 | <ul style="list-style-type: none"> • Revalorización de las tradiciones y festividades a nivel nacional |
| F5 | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de producción agrícola propicia para vincularse con la actividad turística (impulsar el agroturismo) | O5 | <ul style="list-style-type: none"> • Generación de beneficios económicos a promotores turísticos de manera directa |
| F6 | <ul style="list-style-type: none"> • Existencia de emprendimientos turísticos con oferta gastronómica y actividades de recreación | | |
| D | DEBILIDADES | A | AMENAZAS |
| D1 | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de colaboración de algunos actores turísticos del sector privado ocasionando desarticulación con el sector público | A1 | <ul style="list-style-type: none"> • Poca normativa y reglamentos para apoyar la actividad turística. |
| D2 | <ul style="list-style-type: none"> • Mínima diversificación y especialización de productos turísticos potenciales. | A2 | <ul style="list-style-type: none"> • Operadoras de Turismo no utilizan los servicios de la localidad |
| D3 | <ul style="list-style-type: none"> • Débiles estrategias de marketing integral (material de promoción de rutas turísticas, etc.) | A3 | <ul style="list-style-type: none"> • Degradación y contaminación de recursos naturales por la falta de concientización de los visitantes |
| D4 | <ul style="list-style-type: none"> • Varios servicios prestados muestran deficiencia en la calidad | A4 | <ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la cultura de los pobladores por factores migratorios |
| D5 | <ul style="list-style-type: none"> • Débil cobertura de servicios de básicos y de comunicación (internet, señal de celulares) | A5 | <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de informalidad en prestación de servicios |
| D6 | <ul style="list-style-type: none"> • Existe un limitado presupuesto para la actividad turística a nivel cantonal y parroquial | A6 | <ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Cantonal que busque el posicionamiento del destino |
| D7 | <ul style="list-style-type: none"> • Deficiente capacitación de prestadores de servicios turísticos, guías y personal operativo | A7 | <ul style="list-style-type: none"> • No existe apoyo para el desarrollo turístico por parte de organismos internacionales |
| D8 | <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de señalética vial turística inadecuada | | |

Fuente. Trabajo de campo

4.3. Elaboración de estrategias de gestión sostenible

Como paso siguiente se desagregan las estrategias propuestas, las cuales responden al análisis de la Matriz FODA (FO/FA/DO/DA) y están descritas en cuatro formas de acción: las **Potencialidades** que se refieren a aquellas acciones que permiten utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades; los **Desafíos** las cuales hacen referencia en superar las debilidades al aprovechar las oportunidades; en el mismo orden de ideas, los **Riesgos** proponen utilizar las fortalezas para evitar las amenazas y la identificación de las **Limitaciones** permiten minimizar al máximo las debilidades con el objetivo de evitar las amenazas

Tabla 8

Desarrollo de la matriz FO/FA/DO/DA

| | | (F) | FORTALEZAS | (D) | DEBILIDADES | |
|--------------------------|--|---|---|----------|--|--|
| FO/FA/DO/DA | | 1 | Tradiciones y valores propios de la cultura Manabita, su gastronomía, entre otras y la presencia de patrimonio arqueológico | 1 | Falta de colaboración de algunos actores turísticos del sector privado ocasionando desarticulación con el sector público | |
| | | 2 | Se cuenta con características climáticas, geográficas y ambientales ideales para el desarrollo del Turismo | 2 | Mínima diversificación y especialización de productos turísticos potenciales. | |
| | | 3 | Producción y comercialización de artesanías locales | 3 | Débiles estrategias de marketing integral (material de promoción de rutas turísticas, etc.) | |
| | | 4 | Los habitantes tienen interés por participar y potenciar el turismo de la zona | 4 | Varios servicios prestados muestran deficiencia en la calidad | |
| | | 5 | Desarrollo de producción agrícola propicia para vincularse con la actividad turística (Agroturismo) | 5 | Débil cobertura de servicios de básicos y de comunicación (internet, señal de celulares) | |
| | | 6 | Existencia de emprendimientos turísticos con oferta gastronómica y actividades de recreación | 6 | Existe un limitado presupuesto para la actividad turística a nivel cantonal y parroquial | |
| | | | | | 7 | Deficiente capacitación de prestadores de servicios turísticos, guías y personal operativo |
| (O) OPORTUNIDADES | | POTENCIALIDADES/ ESTRATEGIAS - FO <i>Usar las fuerzas para aprovechar las oportunidades</i> | | | DESAFÍOS / ESTRATEGIAS - DO <i>Superar las debilidades aprovechando las oportunidades</i> | |
| 1 | Cercanía con otros territorios con vocación turística que permite la visita e interés de los visitantes | 1 | Desarrollar rutas temáticas culturales y gastronómicas para la parroquia Crucita | 1 | Conformación de una Organización de Gestión del Destino OGD | |
| 2 | Posibilidad de tener inversiones nacionales e internacionales para la generación de proyectos turísticos en el cantón. | 2 | Generar facilidades de inversión a fin de captar la demanda turística de los centros consolidados | 2 | Especialización en el desarrollo de productos turísticos con enfoque en turismo Rural | |

| | | | | | |
|---------------------|---|---|---|--|---|
| 3 | Existe una mayor demanda por turismo rural y de naturaleza como nuevas tendencias | 3 | Fortalecer las capacidades cognitivas de la población local en el desarrollo de artesanías | 3 | Elaborar una propuesta de marketing digital para el posicionamiento de la parroquia Crucita |
| 4 | Revalorización de las tradiciones y festividades a nivel nacional | 4 | Generar procesos de convenios con Universidades y el GAD Portoviejo para fortalecer procesos de turismo | 4 | Certificación de Calidad ISO9001 de establecimientos de servicios turísticos |
| 5 | Generación de beneficios económicos a promotores turísticos de manera directa | 5 | Promover el desarrollo turístico sostenible mediante la implementación de políticas locales | 5 | Profesionalizar a los actores del entrono turístico de la parroquia mediante capacitación en temas de turismo |
| (D) AMENAZAS | | RIESGOS / ESTRATEGIAS – FA <i>Usar las fuerzas para evitar las amenazas</i> | | LIMITACIONES / ESTRATEGIAS - DA <i>Reducir las debilidades y evitar las amenazas</i> | |
| 1 | Poca normativa y reglamentos para apoyar la actividad turística. | 1 | Estructurar una adecuada oferta turística mediante el uso sostenible de los recursos | 1 | Generar campañas de sensibilización turística sobre el potencial turístico de la parroquia |
| 2 | Operadoras de Turismo no utilizan los servicios de la localidad | 2 | Generar procesos de cultura turística respecto de los visitantes o turistas que lleguen a la parroquia Crucita | 2 | Generar alianzas estratégicas con operadores turísticos del resto del país |
| 3 | Degradación y contaminación de recursos naturales por la falta de concientización de los visitantes | 3 | Contar con un plan de salvaguarda del patrimonio cultural como estrategia de protección y mejoramiento del entorno | 3 | Zonificar el territorio acorde a sus potencialidades y limitaciones, diversificar productos |
| 4 | Pérdida de la cultura de los pobladores por factores migratorios | 4 | Articular acciones conjuntas con el GAD Portoviejo a fin se implementen ordenanzas que protejan al comercio turístico formal | | |
| 5 | Aumento de informalidad en prestación de servicios | 5 | Desarrollar el Diagnóstico de potencialidades turísticas de la parroquia Crucita | | |
| 6 | No se cuenta con un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Cantonal que busque el posicionamiento del destino | | | | |
| 7 | No existe apoyo para el desarrollo turístico por parte de organismos internacionales | | | | |

Nota. Elaboración propia a partir de Asadobay et al., (2021)

En este sentido las estrategias desarrolladas quedan de la siguiente manera:

4.3.1. Potencialidades: fortalezas - oportunidades

- Desarrollar rutas temáticas culturales y gastronómicas para la parroquia Crucita
- Generar facilidades de inversión a fin de captar la demanda turística de los centros consolidados
- Fortalecer las capacidades cognitivas de la población local en el desarrollo de artesanías
- Generar procesos de convenios con Universidades y el GAD Portoviejo para fortalecer procesos de turismo
- Promover el desarrollo turístico sostenible mediante la implementación de políticas locales

4.3.2. Desafíos: debilidades – oportunidades

- Conformación de una Organización de Gestión del Destino OGD
- Especialización en el desarrollo de productos turísticos con enfoque en turismo Rural
- Elaborar una propuesta de marketing digital para el posicionamiento de la parroquia Crucita
- Certificación de Calidad ISO9001 de establecimientos de servicios turísticos
- Profesionalizar a los actores del entorno turístico de la parroquia mediante capacitación en temas de turismo

4.3.3. Riesgos: fortalezas – amenazas

- Estructurar una adecuada oferta turística mediante el uso sostenible de los recursos

- Generar procesos de cultura turística respecto de los visitantes o turistas que lleguen a la parroquia Crucita
- Contar con un plan de salvaguarda del patrimonio cultural como estrategia de protección y mejoramiento del entorno
- Articular acciones conjuntas con el GAD Portoviejo a fin se implementar ordenanzas que protejan al comercio turístico formal
- Desarrollar el Diagnóstico de potencialidades turísticas de la parroquia Crucita

4.3.4. Limitaciones: debilidades – amenazas

- Generar campañas de sensibilización turística sobre el potencial turístico de la parroquia
- Generar alianzas estratégicas con operadores turísticos del resto del país
- Zonificar el territorio acorde a sus potencialidades y limitaciones, diversificar productos

4.4. Plan de acción

A continuación, se desarrolla el plan de acción propuesto en base al análisis de la matriz FODA así como de sus correspondientes cruces metodológicos FO/DO/FA/DA; sin embargo se toma como referencia el único instrumento de planificación territorial con el que cuenta el GAD de Crucita que para el presente trabajo es el PDOT (2023), mismo que se encuentra en estado vigente; así como el trabajo de campo realizado en campo compuesto por entrevistas con los actores locales y las autoridades de turno; de manera que la actividad turística no se considere una actividad aislada; sino por el contrario que esté vinculada al sector productivo de la parroquia a fin de complementarse con el resto de actividades que desarrolla la población local.

Para una mejor comprensión se agrupa cada una de las estrategias identificadas bajo los siguientes componentes:

1. Componente Legal
2. Capacitación y Desarrollo de Habilidades Turísticas
3. Infraestructura de servicios y productos
4. Innovación
5. Marketing y promoción
6. Componente Administrativo

La presente matriz que contiene el plan de acción se desarrolla con un horizonte no mayor de 5 años el cual es un tiempo prudente para la implementación de las estrategias indicadas; además el presupuesto referencial se toma a partir del Servicio Nacional de Compras Públicas (SOCE, 2023)

Tabla 9

Plan de Acción

| Componente | Estrategia | Acciones | Responsable | Tiempo (años) | | | | | Presu- puesto |
|------------|--|---|---|---------------|----|-----|----|---|------------------|
| | | | | I | II | III | IV | V | |
| Legal | Zonificar el territorio acorde a sus potencialidades y limitaciones para diversificar productos | <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar con los departamentos de Planificación y ordenamiento territorial del GAD Provincial y Cantonal el reconocimiento de zonas de interés turístico por parte de los organismos pertinentes • Elaborar la ordenanza que permita la zonificación turística ordenada del territorio • Socializar con los actores de la sociedad civil | OGD GAD Municipal GAD Provincial | x | x | | | | 2000,00 |
| | Generar procesos de convenios con Universidades y el GAD Portoviejo para fortalecer procesos de turismo | <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar Realizar el acercamiento con el Gobierno Provincial, así como el Gad Municipal • Elaborar el convenio para el desarrollo de prácticas pre profesionales y afines • Implementación del convenio | OGD GAD Municipal GAD Provincial | x | x | x | x | x | 1000,00 |
| | Promover el desarrollo turístico sostenible mediante la implementación de políticas locales | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar ordenanzas que involucren la participación de actores del sector rural orientadas al desarrollo sostenible • Socializar con los actores involucrados en la actividad turística y actores de la sociedad civil • Gestionar con las autoridades parroquiales y cantonales la implementación de ordenanzas en beneficio de la actividad turística | GAD Parroquial de Crucita GAD Cantonal GAD Provincial MINTUR | x | x | | | | 1000,00 |
| | Articular acciones conjuntas con el GAD Portoviejo a fin se implementar ordenanzas que protejan al comercio turístico formal | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar ordenanzas que involucren la participación de actores del sector rural orientadas al desarrollo sostenible • Socializar con los actores involucrados en la actividad turística y actores de la sociedad civil • Gestionar con las autoridades parroquiales y cantonales la implementación de ordenanzas en beneficio de la actividad turística | GAD Parroquial de Crucita GAD Cantonal GAD Provincial MINTUR | x | x | | | | 1000,00 |

| Componente | Estrategia | Acciones | Responsable | Tiempo (años) | | | | | Presupuesto |
|---------------------------------------|--|---|------------------------------|---------------|----|-----|----|---|-------------|
| | | | | I | II | III | IV | V | |
| Capacitación | Generar campañas de sensibilización turística sobre el potencial turístico de la parroquia | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar los elementos gráficos y componentes visuales a utilizarse y determinar la metodología • Establecer los grupos de interés • Implementar la campaña con escuelas, colegios y actores de la sociedad civil del cantón. • Evaluar el proceso | OGD GAD Crucita | x | x | x | x | x | 5000,00 |
| | Profesionalizar a los actores del entrono turístico de la parroquia mediante capacitación en temas de turismo | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan de capacitación para los prestadores de servicios turísticos en las siguientes temáticas: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al cliente ✓ Buenas prácticas en Turismo ✓ Diseño y decoración de espacios turísticos ✓ Inglés para el sector turístico ✓ Comercialización y Gestión de ventas • Evaluar el proceso | OGD GAD Crucita | x | x | x | x | x | 5000.00 |
| | Generar procesos de cultura turística respecto de los visitantes o turistas que lleguen a la parroquia Crucita | <ul style="list-style-type: none"> • Mediante acciones conjuntas con el Gad y los prestadores de servicios se generan iniciativas de socialización en temas de anfitriones de turismo | OGD GAD Crucita | x | x | x | x | x | 1000.00 |
| | Fortalecer las capacidades cognitivas de la población local en el desarrollo de artesanías | <ul style="list-style-type: none"> • Generar convenios con universidades e institutos que permitan la profesionalización de las personas que trabajan en los espacios turísticos | OGD GAD Crucita | x | x | x | x | x | 12500.00 |
| Infraestructura servicios y productos | Generar facilidades de inversión a fin de captar la demanda turística de los centros consolidados | <ul style="list-style-type: none"> • Implementar señalética turística • Implementar centros de información turística en espacios estratégicos rurales • Implementar facilidades turísticas (senderos, miradores, etc.) en los atractivos naturales y culturales del cantón | GAD Crucita OGD MINTUR | x | x | x | | | 5000,00 |
| | Desarrollar rutas temáticas culturales y gastronómicas para la parroquia Crucita | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el inventario de atractivos turísticos del cantón • Actualizar el catastro turístico del cantón • Definir convenios entre los GAD Parroquiales y Municipal junto con Comunidades, y ONG´s para la implementación de rutas turísticas rurales | GAD Crucita OGD | x | x | | | | 12000,00 |

| Componente | Estrategia | Acciones | Responsable | Tiempo (años) | | | | | Presupuesto |
|-------------------|--|---|---|---------------|----|-----|----|---|-------------|
| | | | | I | II | III | IV | V | |
| | Generar alianzas estratégicas con operadores turísticos del resto del país | <ul style="list-style-type: none"> Mantener reuniones con actores para identificar las mejoras a la infraestructura de los establecimientos Elaboración del diagnóstico de infraestructura, tecnología y comunicación. Presentación y socialización del Diagnostico con los actores involucrados Socialización con las operadoras de viajes que permitan una adecuada comercialización de los productos identificados | GAD Crucita OGD | x | x | x | x | | 5000,00 |
| | Especialización en el desarrollo de productos turísticos con enfoque en turismo Rural | <ul style="list-style-type: none"> Diseñar rutas turísticas rurales articuladas a los componentes del desarrollo sostenible Promocionar los productos y servicios medios digitales y convencionales. Generar procesos de comercialización del producto turístico rural del cantón | GAD Crucita OGD | | | x | x | x | 2000,00 |
| Innovación | Estructurar una adecuada oferta turística mediante el uso sostenible de los recursos | <ul style="list-style-type: none"> Identificar los productos innovadores dentro de la parroquia y el cantón Generar procesos de fortalecimiento a los productos innovadores | OGD | x | x | x | x | x | 3000,00 |
| | Contar con un plan de salvaguarda del patrimonio cultural como estrategia de protección y mejoramiento del entorno | <ul style="list-style-type: none"> Identificar el recurso cultural material e inmaterial Establecer acciones para la preservación y conservación del patrimonio cultural tangible (edificios, iglesias, etc.) Diseñar un plan de revitalización cultural Socializar con los actores de la sociedad civil | GAD Crucita OGD GAD Parroquiales | x | x | x | | | 6000,00 |
| | Certificación de Calidad ISO9001 de establecimientos de servicios turísticos | <ul style="list-style-type: none"> Identificar los procesos de certificación más idóneos para el cantón Socializar las ventajas y desventajas de las certificaciones. Iniciar el proceso de certificación. Efectuar el seguimiento y monitoreo del proceso. | GAD Crucita OGD GAD Parroquiales | x | x | x | x | x | 10000,00 |

| Componente | Estrategia | Acciones | Responsable | Tiempo (años) | | | | | Presupuesto |
|------------------------------|--|---|--|---------------|----|-----|----|---|-------------|
| | | | | I | II | III | IV | V | |
| | Desarrollar el Diagnóstico de potencialidades turísticas de la parroquia Crucita | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los principales subproductos del turismo rural como: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Agroturismo ✓ Ecoturismo ✓ Turismo gastronómico • Identificar mercados potenciales para la comercialización del producto turístico | GAD Crucita OGD GAD Parroquiales CONAGOPARE TUNGURAHUA | x | x | x | x | x | 1000,00 |
| Marketing y promoción | Elaborar una propuesta de marketing digital para el posicionamiento de la parroquia Crucita | <ul style="list-style-type: none"> • Generar una base de datos de los actores turísticos. • Elaborar material para redes sociales. • Fortalecer la participación en ferias locales e internacional. • Generar una marca turística de la parroquia • Socializar con los actores de la sociedad civil • Seguimiento • Evaluación | GAD Crucita OGD GAD Parroquiales | x | x | x | x | x | 10000,00 |
| Administrativo | Conformación de una Organización de Gestión del Destino OGD | <ul style="list-style-type: none"> • Plantear reuniones con los actores del sector turístico a fin de constituir el comité de turismo rural • Definir un organigrama estructural y funcional para el desarrollo del turismo rural • Delegar quienes y qué tareas realizarán los miembros del comité contemplad en el organigrama. • Evaluar el desempeño del talento humano anualmente. | GAD Crucita GAD Municipal de Portoviejo Gad Provincial de Manabí Representante de los emprendimientos turísticos | x | x | x | x | x | 2000,00 |
| | Planificar el desarrollo de la actividad turística como estrategia de articulación de actores para conserva el patrimonio natural y cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Dar seguimiento a las estrategias planteadas • Tomar los correctivos del caso de ser necesario • Replantear las estrategias de acuerdo a la realidad de los territorios de ser el caso • Seguimiento | GAD Crucita OGD GAD Parroquiales | x | x | x | x | x | 1000,00 |

| Componente | Estrategia | Acciones | Responsable | Tiempo (años) | | | | | Presu- puesto |
|--------------|------------|--------------|-------------|---------------|----|-----|----|---|------------------|
| | | | | I | II | III | IV | V | |
| | | • Evaluación | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | 62000,00 |

Nota. Elaboración propia

CONCLUSIONES

Una vez obtenida y analizada la información referente a la problemática de estudio, se procede a presentar las conclusiones del trabajo:

- Sobre el diagnóstico, desde el punto de vista económico y social de la Parroquia Crucita perteneciente al cantón Portoviejo, se identifican debilidades en cuanto al ejercicio colectivo de los actores sociales que forman parte de la actividad turística, pues es evidente la desarticulación de los mismos frente a las acciones propuestas desde el gobierno central en sus distintos niveles de gobierno; lo cual sumado a la deficiencia de los servicios públicos prestado crean un escenario de desconfianza e incredulidad sobre cualquier propuesta de querer fortalecer el turismo o sus iniciativas. Desde el ámbito económico se percibe un bajo nivel de ingresos provenientes de las actividades relacionadas con el turismo, puesto que principalmente las personas se dedican a la pesca y crianza de especies menores y en menor nivel algunas relacionadas con la elaboración de artesanías. Sin embargo, el componente ambiental es un aspecto que preocupa a los habitantes de la parroquia; puesto que la falta de servicios básicos, así como la poca capacidad de operación por parte del GAD Parroquial hace que el manejo de desechos sólidos sea inadecuado.
- En cuanto a la percepción del visitante, con respecto a la innovación que presentan los productos turísticos de la localidad, indican que la innovación es un factor que representa una oportunidad para generar una propuesta de valor que genere nuevas oportunidades para el territorio local; puesto que, como se identificó en la correlación de Spearman la relación de las variables presenta un coeficiente de correlación de 0,1 lo que expresa una *correlación positiva significativa*, lo cual indica que si existe una mejora en la innovación

de los servicios de la parroquia también mejorará la gestión sostenible de los recursos de la Parroquia Crucita, lo que al final incide de manera significativa en mejorar la calidad de vida de los moradores de la población residente.

- La mayoría de los encuestados, consideran que la calidad de la atención brindada por los prestadores de servicios turísticos es considerada como “buena” representado un 37% de la población; por lo tanto, la consecución de los objetivos de desarrollo local puede ser viable mediante el fortalecimiento de las capacidades cognitivas de las personas que se encuentran al frente de dichos establecimientos y lograr la certificación de dichos emprendimientos; de manera que sea sostenible en el tiempo convirtiendo al en un referente del turismo rural. Sin embargo, es evidente la falta de apoyo de las entidades del gobierno principalmente por la ausencia de normativas que incentiven la inversión privada. No obstante, la implementación de un plan de acción enfocado articulado al Plan de Desarrollo Parroquial de la Parroquia se convierte en una herramienta que orienta la disposición de las autoridades locales frente a la realidad turística del territorio
- En cuanto al potencial turístico de la parroquia se puede evidenciar que Crucita posee varios escenarios que lo perciben como un territorio con vocación turística; a esto se suma la calidez de su gente así como la riqueza de su cultura y gastronomía local, lo que hace de la parroquia un territorio proclive de generar nuevas alternativas económicas a través de la actividad turística; esto se corrobora con la iniciativa que tienen las personas encuestadas por conocer nuevas experiencias representado por un 13% así como por disfrutar del clima de la zona representados por el 17% lo que hacen que la parroquia pueda aprovechar sus recursos convirtiéndose en referente del turismo rural de la zona

RECOMENDACIONES

En cuanto a las recomendaciones del caso se puede establecer las siguientes:

- En cuanto a generar procesos de fortalecimiento de la actividad turística entre los habitantes de la parroquia se debe conformar un grupo de gestión del destino **OGD** con el fin de dar a conocer sus potencialidades, así como determinar las funciones de cada uno de los organismos presente en el territorio
- Actualmente la inseguridad es un área que afecta a todos los residentes de la parroquia; por lo que se debe trabajar sobre temas de inseguridad; ya que últimamente se percibe al destino como inseguro, por lo cual se debe articular con los organismos de control a fin de establecer mecanismos que permitan mitigar la imagen de inseguridad y que por el contrario se posicione una imagen de un destino seguro tanto para el visitante como para los habitantes de la parroquia
- Fortalecer las capacidades cognitivas de la población local va a permitir brindar un servicio de calidad y de esta manera posicionar a la parroquia como, un destino enfocado al aprovechamiento de sus recursos por lo tanto es importante desarrollar talleres y cursos dirigidos a los prestadores de servicios turísticos por parte del GAD Municipal en articulación con el GAD Parroquial
- Se sugiere que el GAD Parroquial de Crucita como organismo que tiene la competencia productiva en coordinación con el Gad de Portoviejo quien posee la competencia directa de la actividad turística acoja la presente investigación para una ejecución oportuna bajo los criterios de planificación, gestión y fortalecimiento del turismo en el territorio local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencias Vasca de Turismo. (2019). *Catálogo de iniciativas innovadoras en el Sector Turístico*. País Vasco: DEPARTAMENTO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD GOBIERNO VASCO .
- Álvarez, R. (2019). *Justificación de la Investigación*. Lima - Perú: Universidad de Lima.
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El Protocolo de la Investigación III: La Población de Estudio . *Alergia México* , 201-206.
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M. A., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La Investigación Científica*. Guayaquil - Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
- Asadobay, A. P. (2020). Gestión del turismo rural como alternativa de desarrollo sostenible local en el Cantón Santiago de Píllaro, Provincia de Tungurahua. (*Tesis de Posgrado*). UTEG, Guayaquil - Ecuador.
- Asadobay, A. P., López, F., & Lindao , A. (2021). *Plan de desarrollo turístico del Cantón Santiago de Píllaro*. Píllaro Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado Santiago de Píllaro.
- Avila, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Investigación*, 62-79.
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Informe de evolución de la economía ecuatoriana en 2022 y perspectivas en 2023*. Quito - Ecuador: Banco Central del Ecuador.
- Barrera, O., & Ruiz, S. (2020). Servicio al Cliente en Tiempos de Pandemia. *Atribución 2.5 Colombia*, 1 - 23.

- Bastidas, L. (2021). El Bienestar subjetivo y la Calidad de vida: una aproximación desde el ejercicio de la docencia. *Investigación Arbitrada*, 897 - 908.
- Becerra, F., Andrade, A., & Díaz, L. (2019). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: Universidad de Otavalo, Ecuador. *Actualidades Investigativas en Educación*, 1 - 33.
- Blas, M. J., Gonnet, S., & Leone, H. (2020). Una Taxonomía de Atributos de Calidad para la Evaluación de Arquitecturas de Software por medio de Simulación. *Researchgate*, 936 - 944.
- Castillo-Reina, M. A., & Cruz, J. L. (2022). La innovación en el sector turístico Una aproximación a los servicios y co-creación de experiencias. *Turismo y Sociedad*, 25 - 49.
- Chinche, J., Ramón, J., & López, J. (2020). El Método Científico, Análisis de la Literatura. *ImaginarioSocial*, 52-63.
- Colusso, R. (2021). Las cinco dimensiones de la Innovación. *Innovación y Transformación Digital*, 1 - 14.
- Curi, M. (2020). *Dimensiones del Desarrollo Sostenible en América Latina*. Quito - Ecuador: Fundación Futuro Latinoamericano.
- Curi, M. (2020). *Dimensiones del Desarrollo Sostenible en América Latina*. Quito - Ecuador: Fundación Futuro Latinoamericano.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 64 - 80.
- Espinoza, I. (2016). *Tipos de muestreo*. Santiago de Chile - Chile: Unidad de Investigación Científica - Facultad de Ciencias Médicas.

- Esquivel, V., & Ayón, M. (2020). *Innovación, confianza y crecimiento*. Ciudad de México: Panorama (1st ed).
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 65-76.
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 65-76.
- GAD Municipal de Portoviejo. (2020). *Catastro de prestadores de servicios turísticos del Cantón Portoviejo*. Portoviejo - Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Portoviejo.
- GADCP . (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial* . Portoviejo - Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Portoviejo.
- GADPRC. (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial* . Portoviejo - Manabí: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Crucita .
- GEOVIT. (04 de Junio de 2022). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/observatorio-turistico/>
- Gómez Chipana, E. (2020). Correlational analysis of the academic-professional formation and tax culture of marketing students and business management. *Revista Universidad y Sociedad* , 478 - 483.
- Gómez, S. (2018). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Guillén, J., Calle, J., Gavidia, A. M., & Vélez, A. G. (2020). Desarrollo sostenible: Desde la mirada de preservación del medio ambiente colombiano. *Redalyc*, 293 - 305.

- Guimarães, A., & Kyoko, E. (2020). Hospitalidad y Servicios en el Turismo Religioso. *Estudios y Perspectivas en Turismo - 30° Aniversa*, 667-689.
- Herrera , R., & Hidalgo, A. (2018). Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital. *Contaduría y Administración*, 01 - 20.
- Hurtado, J. (2016). *El Proyecto de Investigación (6th ed)*. Caracas - Venezuela: Quirón Ediciones.
- INEC. (14 de Julio de 2022). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Censo Ecuador: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Labrador, H., Suarez, J., & Suarez, S. (2020). Marketing en tiempos de crisis generado por la COVID-19. *Espacios*, 199 - 206.
- Lirio, F., Dextre, W., & García, M. E. (2020). La operacionalización de variables y la matriz de consistencia en investigaciones PLS-SEM. *Researchgate*, 1-11.
- López, P., & Fachelli , S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelon - España: <http://ddd.uab.cat/record/129382>.
- Manzanares, G. (2020). Sustainable development and public policies: un approach and political ecology. *Revista Ciencia Jurídica y Política*, 1 -15.
- Mejías, A., Godoy, E., & Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium*, 1 -15.
- MINTUR. (2021). *Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador*. Quito - Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Miranda Cruz, M., Chiriboga Zamora, P., Romero Flores, M., Tapia Hermida, L., & Fuentes Gavilánez, S. (2021). The quality of services and customer satisfaction,

- digital marketing strategies. Case study of the tourist farm rancho los emilio's.
Alausí. *Dominio de las Ciencias*, 1430 - 1446 .
- Navarro , D., & Soler, M. (2020). *Diseño de la investigación análisis y redacción de los resultados*. Valencia - España: ESIC Business & Marketing School, España.
- Niembro, A. (2020). Internacionalización e innovación en servicios intensivos en conocimiento en América Latina. *Revista Iberoamericana de Ciencia Tecnología y Sociedad*, 95 - 123.
- Núñez, J. (2017). Los métodos mixtos en la investigación en educación: Hacia un uso reflexivo. *Cuadernos de Pesquisa*, 632 - 649.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *MEtodología de la Investigación Cuantitativa . Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá: Ediciones de U (5th ed).
- ONU. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: (LC/G.2681-P/Rev.3).
- ONU. (2020). *Informe de Políticas; La Covid-19 y la transformación del turismo*. Madrid - España: Organización Naciones Unidas.
- Ordaz, A. (2021). La innovación de productos y servicio a través del tiempo y las nuevas competencias. *Researchgate*, 01 - 06.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 227-232.
- OWNTO. (2020). *Turismo Post Covid 19* . Madrid - España: Organiazación Mundial de Turismo.
- Paredes, F., Arcos, S., & Merizalde, J. (2019). Medición de dimensiones de calidad para departamentos en Quito. *Latindex*, 227 -238.

- Picón, D., & Melian, Y. (2014). La unidad de análisis en la problemática enseñanza aprendizaje Una mirada sistémica. *Dialnet*, 101 - 117.
- Pincay, Y., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 118 - 1142.
- Prefectura de Manabí. (2021). *Plan de Desarrollo y ordenamiento Territorial 2021 - 2030*. Manabí - Ecuador: Prefectura de Manabí.
- Puentes , E., Hidalgo-Guerrero, A., Betancourt, C., & Ortíz-Bernal, Y. (2021). Social sustainability indicators and their relationship with the concept of social capital. *Tecnología, medioambiente y sostenibilidad*, 97 - 104.
- Ramos, C. (2020). Los Alcances de un Investigación. *CIENCIAMERICA*, 1-5.
- Rego, G., Caramés, R., & Andrade, M. J. (2015). Innovación Turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio. *Revista de Ocio y Turismo*, 19 - 49.
- Riesta, L. (2018). Las dimensiones del desarrollo sostenible como paradigma para la construcción de las políticas públicas en venezuela. *Tekhné*, 24-33.
- Riestra, L. (2018). Las dimensiones del desarrollo sostenible como paradigma para la construcción de las políticas públicas en Venezuela. *Revista de la Facultad de Ingeniería UCAB*, 24-33.
- Rodríguez , A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración deNegocios*, 1-26.
- Roldán, C. (2020). Disposición a pagar por atributos de calidad de aceite de oliva virgen extra en la Ciudad de Bahía Blanca-Argentina. (*Tesis de pregrado*). Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata - Argentina.

- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 85 - 101.
- SOCE. (12 de Junio de 2023). *Servicio Nacional de Contratación Pública*. Obtenido de inaPlataforma Gubernamental Financiera:
<https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/>
- Solis-Hernandez, J. D. (2020). Turismo inteligente, innovador, sostenible y accesible. *Revista de Sociología Contemporánea*, 13 - 19.
- Troncoso, C., & Amaya, A. (2016). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista Facultad de Medicina*, 329 - 332.
- Vásquez, W. (2020). *Metodología de la Investigación*. Lima - Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Velázquez, R. (2020). *Las 4 P de la mercadotecnia*. Ciudad de México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- WTTC. (2023). *Sector de viajes y turismo de Ecuador representará el 4,4% de la economía nacional al cierre de 2023*. Quito - Ecuador: World Travel & Tourism Council.
- Zarta Avila, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, 409 - 423.

ANEXOS

Anexo 1. Implementación de encuestas y entrevistas

Figura 18

Desarrollo de entrevistas a servidores locales



Anexo 2. Encuesta Turística



Objetivo: Identificar el perfil de los clientes que visitan los emprendimientos turísticos de la parroquia Crucita.

Preguntas demográficas.

País/Ciudad de Origen: _____

Nacionalidad: **ecuatoriano** _____ **Extranjero** _____

Provincia de Residencia (solo para ecuatorianos): _____ -

Edad _____ Genero _____

Preguntas Generales

1. ¿Por qué medio obtuvo la información turística y de los emprendimientos?

(escoja tres opciones más relevantes para usted)

- Valoraciones y comentarios de turistas
- Redes sociales
- Por medio de amigo o familiares
- En ferias
- Publicidad en TV, radio, folletos, periódicos, vallas

2. ¿Factores que motivaron a realizar la visita? (escoja tres opciones más relevantes para usted)

- El clima, playa y arena
- Actividades culturales y entretenimiento
- El patrimonio cultural (arqueológico)
- cercanía de su lugar de residencia
- Relación calidad /precio
- Visitar a familiares o amigos
- Negocios o motivos profesionales
- Curiosidad por conocer costumbres y tradiciones de Manabí
- Disponibilidad de atractivos turísticos
- Amabilidad/hospitalidad/seguridad

3. Por su experiencia, ¿considera usted que existe una adecuada gestión dentro de los emprendimientos de la parroquia Crucita?

SI NO

¿Por qué? _____

4. ¿Valore del 1 al 5 (dónde 1 es el nivel más bajo y 5 el nivel más alto) los siguientes elementos que hacen posible una adecuada gestión de los emprendimientos?

| Preguntas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| La calidad de la prestación del servicio | | | | | |
| La atención al cliente es de calidad y genera satisfacción en el mismo | | | | | |
| El personal brinda un servicio de calidad, eficiente y ajustado al tiempo que el cliente requiere | | | | | |
| La oferta de productos orgánicos en variada y guarda relación con los productos característicos de la zona. | | | | | |
| Posee señalética turística para el uso adecuado de los recursos que dispone. | | | | | |
| La cantidad y calidad visual de recursos turísticos, La Boca, los Ranchos, las gilces. | | | | | |
| La comunicación de la comunidad para con los clientes es efectiva. | | | | | |
| Comunicación acerca de políticas de uso de los recursos. | | | | | |
| Las instalaciones para preservar la seguridad de los turistas | | | | | |
| El control de la higiene en la manipulación de alimentos y bebidas | | | | | |
| El control de la seguridad ciudadana | | | | | |
| La comodidad de las instalaciones (habitaciones, área de alimentos y bebidas, recreación) | | | | | |

Anexo 3. Modelo de Entrevista,



Aplicación de la Ficha, para personas vinculadas al turismo y funcionarios de los GAD's

| FACULTADES | ATRIBUCIONES |
|---------------|--------------|
| PLANIFICACIÓN | |
| REGULACIÓN | |
| CONTROL | |
| GESTIÓN | |

1. ¿Considera Ud. que la población de Crucita tiene interés en participar en actividades relacionadas con el turismo rural?
2. ¿De qué forma cree Ud. que se podría potenciar la actividad turística rural en la zona?
3. ¿Considera que la parroquia de Crucita presenta los atractivos turísticos y la infraestructura necesaria para poder desarrollar con mayor intensidad el turismo?
4. ¿Cuál es la mejor opción de empleo rural no agrícola para potenciar el desarrollo de la localidad? (servicios complementarios relacionadas al turismo)
5. ¿Cómo piensa Ud. que es el turismo rural aporta al mejoramiento de la parroquia y la calidad de vida de sus habitantes?
6. ¿Existe real interés en potenciar el sector turístico rural entre los habitantes por parte de la entidad municipal y otros agentes? Si la respuesta es afirmativa. ¿Qué planes o programas específicos existen en la actualidad?
7. ¿Se han aplicado proyectos para potenciar el turismo anteriormente? Si la respuesta es afirmativa: ¿De qué tipo?, ¿Cuáles?, ¿Cuál fue su impacto?
8. ¿Existen iniciativas por parte del sector privado para potenciar el turismo (agencias, empresas privadas, ONG, etc.)?
9. ¿Conoce ud sobre la gestión para recuperar o mejorar el patrimonio cultural de la zona?
10. ¿Cuáles son las actividades más atractivas y típicas de la zona para el turismo de la parroquia Crucita?
11. ¿Cuál es la frecuencia y cantidad de turistas que visitan la localidad?
12. ¿Quiénes visitan más la parroquia, nacionales o extranjeros?
13. ¿Conoce si el gobierno local (Municipio) está dispuesto a invertir en fomentar el turismo rural?
14. ¿Qué limitaciones observa Ud. para el desarrollo de la actividad turística en la comuna?