



**República del Ecuador**

**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil  
Facultad de Posgrado e Investigación**

**Tesis en opción al título de Magister en:**

**Gestión de Empresas Turísticas**

**Tema de Tesis:**

Modelo de Gestión Estratégica para el GAD del Cantón Quevedo como Instrumento de Fortalecimiento en la Creación de Prácticas de Turismo Innovador.

**Autora:**

Ing. Mónica Del Rocío Aguilera Cruz

**Directora de Tesis:**

PhD. Olga Morelba Bravo Acosta

**Septiembre - 2019**

**Guayaquil –Ecuador**

## **Declaración expresa**

“La responsabilidad del contenido de este proyecto de grado corresponde exclusivamente al autor y su propiedad intelectual pertenece a la Universidad Tecnológica Empresarial De Guayaquil”.

---

Ing. Mónica del Rocío Aguilera Cruz

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios por brindarme las fuerzas necesarias para lograr alcanzar una de las metas más importantes a nivel profesional que me propuse lograr.

A mis amados hijos Samuel y Elías por su comprensión durante todos estos años por entender que dejarlos solos no era en vano y que hoy podemos decir juntos este logro es nuestro.

A mi esposo David Alfonso Ramón Ramos, por brindarme su apoyo y amor incondicional durante este viaje maravilloso llamado matrimonio que decidimos emprender de la mano de Dios.

A mis suegros Alba Ramos Bustamante y Julio Alfonso Ramón Armijos, por cuidar de mi como unos padres inculcándome buenos principios dignos de una familia honesta.

A mis padres Rocío Cruz, Stalin Aguilera y Pedro Carranza, por llenarme de amor por enseñarme a luchar por mis sueños y apoyarme en cada momento de mi vida.

A mis hermanos Steven, Anabel, Anderson, Angee, Melany por permitirme ser en sus vidas la hermana mayor que cuidara de ellos.

A mi directora de tesis PhD. Olga Morelba Bravo Acosta por compartir sus conocimientos durante el período de formación académica en la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

A la Facultad de estudios de Posgrado e Investigación de la universidad Tecnológica empresarial de Guayaquil por permitirme formar parte de tan prestigiosa institución abriéndome grandes puertas al conocimiento.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por bendecirme durante todos estos años con salud, inteligencia y perseverancia para hoy poder agradecer a cada una de las personas que hicieron posible este trabajo.

A mi esposo, por escucharme por saber respetar mi silencio y secar mis lágrimas cuando el camino se ha puesto difícil gracias cariño por impulsarme cada día a ser una mejor versión de mí.

A mis hijos que son mi fuerza para mantenerme de pie cada mañana, mi inspiración para no decaer y forjar un mejor futuro para ellos, a mis padres hermanos, cuñadas y tíos por enseñarme que la humildad de un corazón te puede abrir muchas puertas al éxito.

A mi suegra Alba Ramos mi ángel aquí en la tierra, mi fuente de admiración y ejemplo de ser humano que siempre ha tenido para mí una voz de aliento convirtiéndose en mi gran apoyo y a mi suegro Julio Ramón por enseñarme que el ser humano debe ser humilde en todos sus tiempos y que todo puede acabarse menos el amor y la unión de la familia.

A mis sobrinos y cuñado, Santiago, Mateito, Aaron, Milena, Derex, Josué, y Antonella, por recordarme que la inocencia de un niño también te llena de alegrías las mañanas y te dan fuerza para seguir luchando.

A mis amigos de maestría Ing. Mónica Carrión, Lcda. Lady Cárdenas, Ing. Patricio Ycaza, Ing. Jenniffer Martillo, Ing. Isidro Alcívar, Lcdo. Ángel Freire, y Lcdo. Julio Clemente por permitirme conocer la calidad humana que los caracteriza y el nivel profesional que los llevara muy lejos su amistad es una joya valiosa que guardare en mi corazón.

A mi directora de tesis PhD. Olga Morelba Bravo Acosta por saber guiarme correctamente con sus conocimientos y permitirme concluir de manera correcta este trabajo de investigación.

**CON AMOR  
MONICA AGUILERA CRUZ**

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo general proponer un modelo de gestión estratégico que integre al sector público y privado en el mejoramiento de la calidad de los servicios mediante el diseño de prácticas de turismo innovador en el cantón Quevedo. La metodología propuesta contempla un diseño no experimental que busca analizar las variables a partir de la construcción de un marco teórico, con alcance descriptivo analítico, utilizando los métodos analítico, sintético, inductivo y deductivo y como técnicas de recolección de datos la entrevista y la encuesta, el enfoque de la investigación es mixto debido a que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. El modelo de gestión estratégico propuesto comprende tres fases: la primera establece la identificación del problema de estudio, el Inventario de recursos turísticos, el planteamiento del análisis FODA de la situación actual del municipio del cantón Quevedo y la descripción de la calidad y capacitación de los prestadores de servicios. En la segunda fase plantea la descripción de la gestión turística del cantón Quevedo, establecimiento de visión y misión de la propuesta, el inventario de cuatro empresas de alojamiento y la identificación de los proyectos de planificación con relación al turismo. La tercera y última fase establece la formalización de un plan estratégico donde se determine la identificación de las competencias y funciones de los entes involucrados del sector turístico y el registro de estrategias de innovación.

## **PALABRAS CLAVE**

Modelo de gestión, calidad, servicios, turismo innovador, estrategias.

## **ABSTRACT**

The general objective of this research is to propose a strategic management model that integrates the public and private sectors in the improvement of the quality of services through the design of innovative tourism practices in the Quevedo canton. The proposed methodology contemplates a non-experimental design that seeks to analyze the variables from the construction of a theoretical framework, with descriptive analytical scope, using the analytical, synthetic, inductive and deductive methods and as data collection techniques the interview and the survey the research approach is mixed because it collects, analyzes and links quantitative and qualitative data in the same study. The proposed strategic management model comprises three phases: the first establishes the identification of the study problem, the inventory of tourism resources, the SWOT analysis of the current situation of the municipality of the Quevedo canton and the description of the quality and training of the service providers. In the second phase it presents the description of the tourism management of the Quevedo canton, establishment of vision and mission of the proposal, the inventory of four accommodation companies and the identification of the planning projects related to tourism. The third and final phase establishes the formalization of a strategic plan that determines the identification of the competencies and functions of the entities involved in the tourism sector and the registration of innovation strategies.

## **KEYWORDS**

Management model, quality, services, innovative tourism, strategies.

## ÍNDICE GENERAL

Declaración expresa.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
RESUMEN .....	iv
ABSTRACT .....	v
ÍNDICE GENERAL .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS .....	xii
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....</b>	<b>3</b>
1.2. Planteamiento del problema de investigación .....	4
1.2.1. Formulación del problema.....	6
1.2.2. Sistematización del problema .....	7
1.3. Objetivos de la investigación.....	7
1.3.2. Objetivos específicos .....	7
1.4. Justificación de la investigación .....	8
1.4.1. Justificación teórica.....	8
1.4.2. Justificación práctica.....	8
1.5. Marco de referencia de la investigación .....	9

1.5.1. Modelo de gestión estratégica .....	9
1.5.1.1. Características del modelo de gestión.....	11
1.5.2. El turismo como sistema innovador .....	15
1.5.2.1. El turismo innovador como generador de productos turísticos .....	20
1.5.2.2. Modelos de gestión de destinos turísticos .....	27
1.5.2.2.1. Importancia del modelo de gestión en la consecución del turismo innovador. ....	27
1.5.3.1. Selección del modelo de evaluación .....	30
1.5.3.2. Definición de la variable independiente basado en un modelo de atributos desde las percepciones y actitudes.....	30
<b>CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>32</b>
2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación.....	32
2.2. Métodos de investigación .....	33
2.2.1. Método analítico .....	33
2.2.2. Método sintético.....	33
2.2.3. Método inductivo.....	34
2.3.1. Unidad de análisis.....	34
2.3.2. Población .....	34
2.3.4. Cálculo de la Muestra .....	35
2.4. Variables de la investigación, operacionalización .....	36
2.4.1. Variable dependiente (VD) .....	39
2.4.2. Variables independientes (VI01) .....	39

2.4.3. Variables empíricas de la variable independiente (VEVI) .....	39
2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información...39	
2.5.1.2. Fuentes secundarias .....	40
2.5.2.1. Técnicas para la recolección de datos .....	40
2.6. Tratamiento de la información .....	42
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>43</b>
3.1. Análisis de la situación actual .....	43
3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas .....	45
3.3. Presentación de resultados y discusión .....	46
3.3.1. Determinar los referentes teóricos necesarios para el diseño de una propuesta de modelo de gestión estratégico .....	46
3.3.2. Establecer los factores internos que aquejan al municipio y su relación con las empresas de servicio privado como factores externos que dificultan el diseño de estrategias para prácticas de turismo innovador. ....	49
<b>CAPÍTULO IV. PROPUESTA.....</b>	<b>69</b>
4.1. Justificación .....	69
4.2. Propósito general.....	69
4.3. Desarrollo .....	70
4.3.1. Fase 1.....	70
4.3.1.1. Problema .....	70
4.3.1.2. Inventario de Atractivos Turísticos .....	71
4.3.1.3. Análisis FODA.....	71
4.3.1.4. Calidad, y capacitación de los prestadores de servicios.....	72

4.3.2. Fase 2.....	72
4.3.2.1. Fase 2 Análisis de la gestión turística del cantón Quevedo.....	72
4.3.2.2. Registro de planta turística para empresas de alojamiento del cantón Quevedo.....	73
4.3.3. Fase 3.....	74
4.3.3.1. Identificación de las competencias y funciones de los entes involucrados .....	74
4.3.3.2. Estrategias propuestas .....	74
CONCLUSIONES.....	79
RECOMENDACIONES .....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evolución de los modelos conceptuales y su relación con la gestión turística desde el enfoque de la planificación estratégica.....	29
Tabla 2. Especies forestales representativas .....	44
Tabla 3. Principales especies de fauna.....	45
Tabla 4. Gastronomía representativa del cantón Quevedo .....	45
Tabla 5. Correlaciones de los factores internos y externos que dificultan el diseño de estrategias para prácticas de turismo innovador.....	49
Tabla 6. Factores internos y externos que dificultan el desarrollo de prácticas de turismo innovador en el cantón Quevedo .....	65
Tabla 7. Inventario de atractivos turísticos .....	71
Tabla 8. Análisis FODA para el municipio del cantón Quevedo .....	71
Tabla 9. Registro de planta turística del cantón Quevedo .....	73
Tabla 10. Competencias y funciones de los entes involucrados en la investigación .....	74
Tabla 11. Catastro De Establecimientos Turístico Registrados Del Cantón Quevedo.....	87
Tabla 12. Ficha 1. Ruta del río.....	106
Tabla 13. Ficha 2. Malecón de Quevedo.....	109
Tabla 14. Ficha 3. Complejo municipal " AGRILSA".....	112
Tabla 15. Ficha 4. Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria INIAP ...	115
Tabla 16. Ficha 5. Palacio de cristal .....	118
Tabla 17. Ficha 6. Iglesia San José .....	121
Tabla 18. Monumento héroes del Cenepa .....	124
Tabla 19. Ficha de alojamiento # 1. Hotel D´Barros .....	127
Tabla 20. Ficha de alojamiento # 2. Hotel San Andrés.....	128
Tabla 21. Ficha de alojamiento # 3. Hotel Palmar del Sol .....	129
Tabla 22. Ficha de alojamiento # 4. Hostal Aroma de Cacao.....	130

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico. 1. Resultado de la encuesta pregunta 1 .....	50
Gráfico. 2. Resultado de la encuesta pregunta 2.....	50
Gráfico. 3. Resultado de la encuesta pregunta 3 .....	51
Gráfico. 4. Resultado de la encuesta pregunta 5 .....	52
Gráfico. 5. Resultado de la encuesta pregunta 6 .....	52
Gráfico. 6. Resultado de la encuesta pregunta 7 .....	53
Gráfico. 7. Resultado de la encuesta pregunta 8 .....	54
Gráfico. 8. Resultado de la encuesta pregunta 9 .....	55
Gráfico. 9. Resultado de la encuesta pregunta 10 .....	56
Gráfico. 10. Resultado de la encuesta pregunta 11 .....	56
Gráfico. 11. Resultado de la encuesta pregunta 12 .....	57
Gráfico. 12. Resultado de la encuesta pregunta 13 .....	58
Gráfico. 13. Resultado de la encuesta pregunta 14 .....	58
Gráfico. 14. Resultado de la encuesta pregunta 15 .....	59
Gráfico. 15. Resultado de la encuesta pregunta 16 .....	60
Gráfico. 16. Resultado de la encuesta pregunta 17 .....	60
Gráfico. 17. Gráfico. 17. Resultado de la encuesta pregunta 18 .....	61
Gráfico. 18. Resultado de la encuesta pregunta 19 .....	62
Gráfico. 19. Resultado de la encuesta pregunta 20 .....	63
Gráfico. 20. Resultado de la encuesta pregunta 21 .....	63
Gráfico. 21. Diagrama de flujo para chatfuel .....	76
Gráfico. 22. Diseño de bot .....	77
Gráfico. 23. Diseño de sitio Web para el municipio del Cantón Quevedo.....	78

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Relación variable dependiente y variable independiente .....	30
Anexo 5. Cuadro 2. Modelos de gestión turística sus fases o etapas .....	105

## INTRODUCCIÓN

Brenes (2010) refiere en la actualidad las empresas turísticas se enfrentan constantemente a cambios sociales, económicos y culturales, que afectan de cierta manera sus actividades y su desenvolvimiento en el mercado, por tanto, las empresas del sector turístico están sometidas a un constante proceso de innovación que debe estar acompañado de la organización directa del órgano regulador llamado municipio, debido a que los servicios y productos turísticos tienen que proporcionar emociones nuevas a los turistas, si no innovan las actividades se convierten en rutinarias y dejan de proporcionar emociones; la innovación permite a las empresas turísticas crear ventajas competitivas que les permita diferenciarse de su competencia y posicionarse en el mercado, así como aumentar su rentabilidad y adaptarse a los constantes cambios que ejerce el sector público .

El municipio del cantón Quevedo carece de una propuesta de modelo de gestión estratégica motivo por el cual la investigación se orienta al diseño de una propuesta enfocada en la revisión metódica de modelos establecidos con el objetivo de desarrollar la metodología que se ajuste a las necesidades de las empresas turísticas, de igual manera la investigación contempla el levantamiento de información para el registro de atractivos turísticos la identificación de los aspectos internos y externos que han dificultado el desarrollo del turismo local, y el diseño de las estrategias de prácticas de turismo innovador.

El trabajo de investigación está estructurado en cuatro capítulos: El Capítulo I, Marco teórico Conceptual, abarca estudios previos como los antecedentes de la investigación seguido del planteamiento del problema, en esta sección se aborda la problemática desde su visión general hasta la formulación del problema de estudio, definiéndose así mismo el objetivo general y los específicos de la investigación exponiendo finalmente la justificación y el marco de referencia de la investigación en este apartado se citan, analizan e interpretan los principios y postulados referentes al tema por diversos investigadores.

Capítulo II, Marco Metodológico, son especificados los diversos métodos implementados en la fase práctica de la investigación: tipos y diseño del objeto de estudio, así como el cálculo estadístico de la población y la muestra aplicada al estudio, de igual manera se resaltan los instrumentos de recolección de la información y las técnicas de análisis de la información.

Capítulo III, El análisis de los resultados, en este capítulo se describe la situación actual del cantón Quevedo, seguido del estudio de análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas de la investigación, se establecen los referentes teóricos necesarios para el diseño de un modelo de gestión estratégico, se identifica los factores internos y externos que aquejan al municipio del cantón Quevedo mediante la aplicación de la entrevista y la encuesta.

En el Capítulo IV Se presenta la propuesta de diseño del modelo de gestión estratégica para el municipio del cantón Quevedo en este apartado se muestran la justificación, los objetivos, el propósito general y desarrollo de la propuesta de estudio. Por último, se presentan las conclusiones, recomendaciones y referencias consultadas seguidos de los anexos generados.

# **CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

## **1.1. Antecedentes de la investigación**

El sector turístico ha ido evolucionando a lo largo de los últimos años tomando un rol fundamental en la economía de los países. Según la Organización Mundial del Turismo las expectativas de crecimiento económico a medio y largo plazo son realmente espectaculares. En este contexto favorable para la actividad turística, los municipios pasan a ser actores principales por ser en el ámbito local donde se producen los impactos y principales estrategias de dicha actividad.

Un primer trabajo de análisis corresponde a Terán & Romero (2017), Quienes desarrollaron el artículo académico denominado: “Gestión e innovación del turismo en el caribe colombiano”. La investigación propuesta por los autores maneja teorías sobre la diversificación territorial de los flujos turísticos, planeamiento estratégico, y cooperación pública – privado. La investigación de los autores plantea como objetivo general establecer estrategias de promoción que permitan fortalecer la gestión innovadora dentro de un proyecto factible, es una investigación de tipo exploratorio, con un enfoque cualitativo, la variable dependiente gestión y la variable independiente innovación tienen como finalidad implementar un modelo estratégico basado en las tecnologías.

La muestra estudiada se encuentra caracterizada por jóvenes, la técnica utilizada fue la encuesta y se diseñó un instrumento de tipo cuestionario semiestructurado. El estudio confirmó que la aplicación de estrategias creativas son procesos mediadores que promueven la diversificación de la demanda; con este estudio se logró el diseño de un sitio web que integre los servicios turísticos con los atractivos al alcance del visitante.

Un segundo trabajo expuesto en artículo académico por Rodríguez (2015) Denominado: “Gestión local del turismo: El municipio y su rol en el desarrollo turístico en Chile.”, detalla como objetivo analizar el rol que tienen los municipios en la gestión local del turismo en Chile la

investigación se genera a partir de un diseño de tipo cualitativo, enmarcado en un tipo de estudio descriptivo, que contempla fuentes primarias y secundarias, utilizando como técnica la revisión documental y la etnografía. Este estudio determinó que el municipio es un actor clave para la gestión local del turismo en los diversos territorios debido a que se convierten en actores relevantes en los ámbitos vinculados a la gestión, planificación y desarrollo de esta actividad a nivel local, ya que conocen la oferta, atributos y potencialidades que tienen para su desarrollo desde una perspectiva territorial.

Un tercer trabajo expuesto en artículo académico por: Menoya, Gómez, & Pérez (2017) Denominado: Modelo basado en enfoque de cadena de valor para gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística. Determina un proyecto especial, dirigido a la administración pública, apoyado por una investigación documental basado en la utilización de fuentes primarias y secundarias como libros y registros estadísticos del municipio. El objetivo general del trabajo fue establecer el diagnóstico de recursos para dotar a la población de un material didáctico e innovador. La metodología empleada se orienta al trabajo de campo, el investigador hace énfasis en la importancia de visitar los municipios lo relaciona con el proceso constructivo del aprendizaje, siendo pertinente con la investigación aquí planteada, ya que aborda la implementación de un material organizado y didáctico que promuevan la creación de prácticas de turismo mediante el uso de herramientas tecnológicas.

## **1.2. Planteamiento del problema de investigación**

Quevedo es una ciudad turística de Ecuador se encuentra ubicado en la costa ecuatoriana de la Provincia de Los Ríos. La ciudad de Quevedo se constituye como uno de los puertos fluviales más importantes del país posee varios sitios de interés turístico, representados en sitios naturales y culturales, como el parque central, el malecón, el criadero del Paiche, el complejo municipal, el redondel Héroes del Cenepa, la iglesia San José, el Palacio de Cristal, el Museo municipal, la estación Experimental Pichilingue, la Finca Experimental La Represa propiedad de la

Universidad Técnica Estatal de Quevedo y la Ruta del Río entre sus fiestas más importantes destacan la fiesta de la virgen de la Merced y la fiesta de cantonización como representaciones culturales.

Considerando estos recursos como parte prioritaria del turismo conjugadas con las actividades lúdicas, se pueden generar expectativas en la demanda desarrollando el potencial de los atractivos y convirtiéndolos en verdaderos espacios donde el visitante, sienta y disfrute con plena libertad su estancia en una forma motivadora y placentera. En el contexto bibliográfico existe una concepción esencialmente teórica entre la relación turismo y desarrollo claramente evidente, tema que ha sido tratado en artículos, libros y publicaciones desde muchas perspectivas, muchos, sin embargo, en el contexto de la simple reflexión académica.

El turismo como actividad implica la interacción de los conceptos sociales ambientales y tecnológicos con el objetivo de resolver conflictos a nivel público y comunitario. Frente a ello, la tendencia actual en el turismo es dar mayor énfasis a la actividad tecnológica por considerarla como parte fundamental de la dimensión humana; siendo una tendencia los sitios web en los usuarios, frente a la cotidianidad; permitiendo la relación de la sociedad con los espacios cotidianos en que se produce el disfrute y goce; acompañado de la distensión que producen actividades simbólicas e imaginarias como el ocio.

En ese contexto, se percibe que el gobierno autónomo descentralizado municipal (GAD) del cantón Quevedo ha sufrido grandes transformaciones, durante los últimos años, en los períodos de 2010 a 2018 el turismo no había sido considerado como parte prioritaria en la planificación de acuerdo con información obtenida por el Ing. Carlos López, promotor de cultura del municipio del cantón Quevedo. Actualmente, el modelo de gestión estratégico ha sido considerado como parte prioritaria en la planificación administrativa, las técnicas y las estrategias que involucran resaltan las competencias del municipio.

Martínez (2018) refiere el año 2018 fue un periodo en el cual el municipio

apostó al crecimiento económico del cantón buscando implementar nuevos mecanismos que promuevan las visitas turísticas a Quevedo, además, la población y visitantes necesitan de espacios adecuados que les permitan construir su propia identidad y subjetividad. En este mismo orden de ideas, se considera que un turismo organizado es el primer nivel de forma colectiva de participación o de actividad asociativa donde hay una verdadera división de roles en las relaciones sociales; cada miembro público y comunitario actúa de acuerdo con sus atribuciones, sin subordinar intereses o acciones que minimicen el impacto.

Asimismo, se puede percibir en la Dirección de Turismo, Educación, Cultura y Deporte del municipio de Quevedo, que cada vez tiene más relevancia e importancia la actividad turística en el proceso de desarrollo local, por comprenderse esenciales los espacios en donde el visitante viva, sienta y disfrute con libertad y seguridad su pernoctación. La alcaldía del cantón Quevedo carece de una propuesta de modelo de gestión estratégico orientado a la creación de estrategias de prácticas de turismo innovador que permitan impulsar los atractivos turísticos existentes y a la vez la participación de los prestadores de servicios en nuevos proyectos, de igual manera se desconocen los factores internos y externos que aquejan el desarrollo del turismo local. La investigación se orienta a proponer un modelo de gestión estratégico que integre al sector público y privado en el mejoramiento de la calidad de los servicios mediante el diseño de estrategias de prácticas de turismo innovador en el cantón Quevedo.

### **1.2.1. Formulación del problema**

- ¿Servirá como instrumento de fortalecimiento en la creación de prácticas de turismo innovador la propuesta de un modelo de gestión estratégico para el GAD del cantón Quevedo?

## **1.2.2. Sistematización del problema**

- ¿Qué consideraciones deben tomarse en cuenta para el diseño de una propuesta de modelo de gestión estratégico para el cantón Quevedo?
- ¿Cuáles son las características de los factores internos y externos del entorno actual en la administración pública - privada que dificultan el diseño de nuevas prácticas de turismo innovador?
- ¿Cuáles son las estrategias de turismo innovador que deben diseñarse en el cantón Quevedo?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

- Determinar la incidencia de un diseño de modelo de gestión estratégica para el GAD del cantón Quevedo como instrumento de fortalecimiento en la creación de prácticas de turismo innovador.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar los referentes teóricos necesarios para el diseño de una propuesta de modelo de gestión estratégico.
- Establecer los factores internos que aquejan al municipio y su relación con las empresas de servicio privado como factores externos que dificultan el diseño de estrategias para prácticas de turismo innovador.
- Diseñar las estrategias de turismo innovador para el cantón Quevedo.

## **1.4. Justificación de la investigación**

### **1.4.1. Justificación teórica**

Esta investigación se realiza con el propósito de evaluar los aspectos a considerar en la implementación de un modelo de gestión estratégico basado en la búsqueda de modelos científicos orientados al sector estratégico las mismas que permitirán responder a las interrogantes, innovación turística, modelo de gestión, oferta turística a partir de estos resultados se lograra identificar que variables de investigación son las adecuadas para establecer una relación científica con las preguntas planteadas. Finalmente se establece el marco teórico que aporta a la investigación científica el mismo que permite identificar las variables críticas a partir de modelos teóricos establecidos.

### **1.4.2. Justificación práctica**

El turismo en la actualidad es considerado una parte esencial para el desarrollo de un país convirtiéndose en una gran fuente de economía su crecimiento implica que la demanda turística aumente de gran manera motivo por el cual es necesario incorporar nuevos espacios para su desarrollo, otro aspecto importante de esta actividad es la participación de entes públicos y privados para que establezcan de manera organizada una planificación estratégica que garantice el aprovechamiento de los atractivos.

El municipio del cantón Quevedo presenta un gran interés por promover el turismo como actividad económica aprovechando de esta manera todos los recursos existentes dejados en abandonado por falta de presupuesto, como institución pública pretende crear vínculos con el sector privado para garantizar un trabajo organizado en favor del visitante brindando un buen servicio y promoviendo los recursos motivo por el cual resulta importante que el municipio del cantón cuente con un instrumento que le permita gestionar de manera organizada los recursos de esta manera la presente investigación está orientada al diseño de una propuesta de

modelo de Gestión Estratégica como Instrumento de Fortalecimiento en la Creación de Prácticas de Turismo Innovador como mecanismo para la adecuada gestión de los atractivos y a la vez para la adecuada participación del sector privado mediante estrategias innovadoras.

## **1.5. Marco de referencia de la investigación**

### **1.5.1. Modelo de gestión estratégica**

El término modelo proviene del concepto italiano de modelo:

La palabra puede utilizarse en distintos ámbitos y con diversos significados. Aplicado al campo de las ciencias sociales, un modelo hace referencia al arquetipo que, por sus características idóneas, es susceptible de imitación o reproducción. También al esquema teórico de un sistema o de una realidad compleja. El concepto de gestión, por su parte, proviene del latín *gesio* y hace referencia a la acción y al efecto de gestionar o de administrar, se trata, por lo tanto, de la concreción de diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera. (Pailiacho, 2013, p.27)

Los modelos de gestión buscan establecer estrategias que les permitan, mantener una gobernanza adecuada. La planificación en cuanto a modelos representa un conjunto de elementos que desarrollan mecanismos para garantizar la permanencia de la empresa a nivel público y privado toda administración debe establecer sus estrategias en función del bienestar de su comunidad y de los recursos. Considerando que un buen modelo estratégico garantizara el desarrollo no solo de la comunidad sino del destino cabe destacar que el modelo de gestión no es más que un instrumento diseñado para la gobernabilidad de un territorio que ejemplifique de manera sustancial los beneficios en favor de una sustentabilidad equitativa (Villacís & Cortina, 2009).

Ricaurte (2013) refiere los modelos de gestión para dar continuidad a la innovación deben estar orientados a una buena planificación los mismo deben ser diseñados bajo la misión y visión del negocio a emprender tomando en consideración que todo empresario buscar asociar el diseño a sus necesidades. Innovar es una forma de desarrollar criterios organizados que permitan un ahorro de recurso considerando la dirección del establecimiento a nivel publico la gestión estratégica no es más que una oportunidad para desarrollar mecanismos de inversión que satisfagan las necesidades del usuario a través de un vínculo de confianza y sofisticación operativa. Innovar es promover el desarrollo intelectual asociado al manejo organizado del recurso mediante la prestación del servicio y la atención directa al cliente.

Pailiacho (2013) afirma que un modelo de gestión aplicado a la administración pública contiene elementos distintos al modelo aplicado al sector privado. El orientado a la empresa privada busca tener beneficios económicos propios que no satisfagan el mejoramiento de vida de la población local poniendo en riesgo sus derechos a una vida digna. En tal sentido se enmarca el argumento de Jiménez (2015), Quien hace referencia a los estudios prescriptivos centrados en lo que el gobierno debería hacer, en vez de qué sucede y por qué al respecto, es de resaltar la importancia del contexto dado por las instituciones, concebidas como las reglas del juego formales e informales que aportan un referente a las relaciones entre los actores que se mueven en cierto campo de política, en este caso de la correspondiente al turismo.

Tales reglas inhiben o alientan su participación y por tanto dan forma a la interacción humana. El modelo de gestión estratégico es un esquema teórico de un sistema o de una realidad compleja, como la evolución económica de un país, que se elabora para facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento es el conjunto de decisiones y acciones que determinan el rendimiento de una corporación incluye el análisis ambiental (tanto externo como interno), la formulación de la estrategia (planificación estratégica o a largo plazo), implementación de la estrategia, así como la

evaluación y el control (Bustamante, 2018). Reginato, Pereira, & Guerreiro (2009) reconocen que en el modelo de gestión los individuos, de manera formal o simbólica, establecen padrones para su existencia, sea de éxito profesional o de reconocimiento social, deportivo, o de padrones estéticos. Intentan resolver su problema de absorber los diversos espectros del ambiente trabajando con abstracciones, idealizando o pensando en modelos. Así los modelos son en la realidad las imágenes intelectuales sobre las cuales se desenvuelve el conocimiento obtenido de un trabajo explícito o no, de selección de los elementos relevantes de la porción de la realidad en análisis.

Por su parte, De Asís menciona que:

Hablar de la gestión es hacer referencia a las acciones ligadas a administrar, coordinar, dirigir una organización, lo cual exige que: hay que emplear debidamente - optimizar – los recursos disponibles para garantizar el logro social que nos hayamos propuesto. Además, hablar de gestión implica una acción ligada a un grupo de personas (que forman parte de una organización) a las que les une un objetivo común. Por ello, y como punto de partida, es interesante recoger que la gestión no es una acción vinculada a la dirección o la gerencia, como comúnmente se piensa, sino que hablar de gestión implica hacer referencia a la participación, al trabajo en equipo, a personas con adhesión a objetivos, motivación, capacidades, y, sobre todo, que implica un buen aprovechamiento de todos los recursos, incluidos los humanos. (Asís, 2003, p.3)

#### **1.5.1.1. Características del modelo de gestión**

De acuerdo a los modelos de gestión es necesario comprender su desarrollo y la función en la empresa de tal manera las características de un modelo deben orientarse a:

Responder a la Visión y la Misión de la organización y deben ser desarrolladas en forma democrática y participativa. Hay también algo nuevo cuando se habla de estrategias anticipativas y adaptativas. Las estrategias adaptativas sirven para responder a los cambios que se están dando actualmente en el entorno y que son parte de nuestra realidad, pero las estrategias anticipativas sirven para ser promotores del cambio y hacer que la competencia tenga que cambiar al ritmo que impongan nosotros. Este es un cambio que introduce el concepto de Gestión Estratégica y lo llamaremos la Empresa Proactiva. Las estrategias adaptativas nos permiten sobrevivir, pero las estrategias anticipativas nos permiten ser competitivos. (Betancourt, 2006, p.25)

En el mismo contexto Silva (2010) afirma: que el modelo de gestión no considera al análisis y las decisiones como parte de la formulación de la estrategia, pero tienen poco valor para la organización sin la implementación. En la gestión estratégica y en la generación de cambios reales es necesario invocar de manera participativa los ejes principales de la actividad en los cuales incluye planificar la distribución de los recursos, adecuar la estructura organizativa y gestionar correctamente el proceso de cambio estratégico. Villacruz (2010) refiere el modelo de gestión debe enfocarse en tres pilares fundamentales de las organizaciones los procesos, las personas y la tecnología.

Estos pilares deberán estar alineados con los procesos visión, misión y valores. Solo con su conjunción e integración las organizaciones podrán alcanzar los objetivos. Su transformación es lo que permite asegurar resultados óptimos, minimizando los principales factores de riesgo para el logro de los objetivos. Por otro lado, Muñoz (2000) citado por Navarro, Velasco, & Esparza (2015) hacen referencia:

A que un modelo de gestión tiene las siguientes características: 1) reducción, ya que simplifica la realidad al eliminar determinados rasgos, factores, elementos, funciones o regularidades; 2)

acentuación, poniendo de relieve determinados rasgos, factores, elementos, funciones o regularidades; 3) transparencia, al reducir y acentuar se facilita que determinadas realidades complejas y desconocidas resulten transparentes al ser analizadas; 4) perspectiva, al simplificar se le da un mayor sentido al modelo enmarcándolo en una perspectiva concreta; 5) productividad, cada modelo establece sus propios límites, facilitando una nueva investigación para mejorarlo; 6) abstracción, debe implicar una abstracción de la visión científica e indicar los principales elementos teóricos relacionados en el mismo; 7) provisionalidad, el modelo es mejorable al avanzar la ciencia y la investigación y por la contraposición con otros modelos; y por último, 8) aplicabilidad, trata de ser aplicable a una realidad concreta. (Navarro, Velasco, & Esparza, 2015, p.13)

#### **1.5.1.2. Concepción del modelo de gestión estratégica para la toma de decisiones en entidades públicas.**

Fonseca (2014) refiere las organizaciones públicas requieren introducir una mayor flexibilidad en la planificación estratégica, a través de hacer énfasis en su misión; clarificar la definición de propósitos y medidas operacionales; orientarse mayormente a los resultados, a la gestión de la descentralización y a las necesidades de sus clientes; hacer mayor uso de estándares de calidad y desarrollar una cultura orientada al cambio y a la innovación. El autor también define existe un gran interés en que estas instituciones abandonen su tradición de ineficacia y lentitud, falta de reflejos para atender las nuevas demandas sociales, incapacidad de contener el gasto público, y relaciones de naturaleza burocrática con los ciudadanos para buscar mayor productividad, imaginación e innovación.

En el mismo orden de ideas Rodríguez & Pinto (2018) aportan:

Son muchos los estudiosos que han descrito la toma de decisiones como una actividad esencial y central en las organizaciones, de

ahí que la misma se asume como una actividad organizacional primordial. El basamento teórico conceptual del tema, consolidado a partir de la denominada escuela o teoría de las decisiones, cuyo padre fundador fue Herbert Simón, ha venido acompañado de un conjunto de investigaciones y aportes desde diversas áreas de conocimiento. Es así que, desde la denominada teoría de la racionalidad limitada de la toma de decisiones y su modelo racional, propuesto por este autor en la década del '50 del siglo XX, comienzan a aparecer en la literatura especializada aportes teóricos y prácticos que han estado acompañados de un conjunto de modelos que reflejan componentes particulares de la toma de decisiones como proceso estratégico. (Rodríguez & Pinto, 2018, p.2)

La toma de decisiones constituye un proceso que se lleva a cabo en todos los contextos organizacionales y en la administración pública en sentido general. Su propósito está asociado a disminuir los riesgos organizacionales, solucionar problemas y aprovechar oportunidades en correspondencia, desarrollando acertados procesos de decisión, las organizaciones no solo generarían ventajas competitivas o un mejor posicionamiento en su ambiente de negocios, sino que podrían crear capacidades organizacionales que les permitan orientarse a los cambios, y, por tanto, adaptarse mejor a los mismos. Los modelos estratégicos forman parte de una buena planificación se consolidan por ser partícipes del mejoramiento de la empresa estos buscan desarrollar estrategias que promuevan la participación activa de la sociedad buscando establecer acciones en favor de un mejor futuro (Rodríguez & Aspiazú, 2015).

En el mismo orden Fuentes (2011) menciona la planificación a través de la exploración de los futuros probable, posible y deseable, es el elemento clave en la toma de decisiones y debe estar orientado a los siguientes aspectos:

- Es un modelo participativo construido en conjunto con los decisores de la entidad evaluada como estudio de caso.
- Logra mayor profundidad en el análisis de los procesos dentro del interior de la unidad productiva.
- Permite identificar y evaluar los sistemas productivos, así como visualizar la multifuncionalidad del sistema y optimizar los recursos locales.

### **1.5.2. El turismo como sistema innovador**

El turismo analizado desde el punto de vista de la teoría general de los sistemas lo describe como un sistema abierto de seis elementos. En donde los atractivos turísticos se convierten en el número uno gracias a que son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él (Naranjo, 2015).

Molina (2013) Afirma que el turismo como sistema innovador debe incluir la superestructura las mismas que son organizaciones del orden público y privado que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión. Andreu (2010) refiere la infraestructura es el conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un país, de una ciudad o de una organización cualquiera. En el caso del sector turismo, son las vías de comunicación indispensables para que el viajero pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico los mismos que deben ser considerados en la planificación estratégica como elemento clave de desarrollo.

El autor aporta la importancia de incluir los servicios en las prácticas de turismo innovador los mismo que de acuerdo a la clasificación del sistema turístico se divide en dos tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, aquellos inmuebles que necesitan un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista, pero son necesarios, ejemplo de estos son los bancos, las casas de cambio o las gasolineras.

La innovación en el turismo se encuadra dentro del sector de servicios. El turismo es un sector que está sometido a un constante proceso de innovación, debido a que al ser unos servicios que tienen que proporcionar emociones nuevas a los turistas, si no innovan las actividades se convierten en rutinarias y dejan de proporcionar emociones y de ser visitadas. Cuando el turista visita un lugar ha de sentir emoción en cada uno de los componentes de su viaje, servicios, como en el producto turístico que se le ofrece en su conjunto. Las innovaciones pueden ser de distinto tipo según el parámetro desde el que partamos. En base al grado pueden ser radicales o incrementales y según el factor de innovación pueden ser de producto, de proceso, de mercado u organizacionales (Camacho, 2014).

Para que un territorio busque implementar propuestas de turismo innovador debe conocer el rol de la demanda (turistas) ya que ninguno de los anteriores elementos podría subsistir sin los turistas. Ellos constituyen la contraparte de la ley de oferta y demanda, es decir, son quienes consumen, utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecer; además, es a partir de su experiencia, que dentro del destino se pueden establecer estrategias para satisfacer sus necesidades de una mejor manera, alentando el desarrollo de la comunidad receptora. Dentro del sistema turístico el viajero forma parte relevante debido a su interacción en el medio por tal motivo las empresas orientan sus esfuerzos a satisfacer sus necesidades. De tal manera que si el turista se dedica a ser estático las oportunidades de crecimiento para la empresa decaen

causando en ellas pérdidas irreversibles que denotarían en malestar (Narváez & Fernández, 2010).

El turista constituye uno de los *stakeholders* (partes interesadas) en el inicio del sistema y en el funcionamiento del mismo, tanto en las regiones de origen como en las regiones de destino el resto de los elementos y sus atributos adquieren una importancia secundaria, al menos en las propuestas iniciales. El residente en el destino turístico no juega un papel central en la planificación y gestión del turismo, ni los agentes vinculados a la gestión de las empresas turísticas desde el directivo hasta el recepcionista, ni las instituciones asociadas al turismo agencias, entidades de deportes, ni los gobernantes. (Shaadi, Pulido, & Rodríguez, 2018, p.14)

El turismo como sistema innovador relacionado con la presencia de una serie de factores, ambientales, culturales, sociales y políticos que buscan prestar mayor atención a las denominadas instituciones blandas, las mismas que dentro del desarrollo de un destino se convierten en amenazas. Toda institución debe tener claro su desempeño en una sociedad considerando que la participación activa del individuo es pieza clave en el sistema turístico, todo organismo público que busque impulsar turismo debe comprender que las facilidades que se puedan ofrecer deben estar orientadas a brindar seguridad y disfrute al visitante el mismo que día a día busca nuevos destinos en donde la comunidad pueda ser participe (López, 2013). Las instituciones blandas involucran características socioculturales y de normas difundidas y utilizadas por todo el entramado político y social desde la perspectiva de esta corriente de pensamiento algunos elementos esenciales que determinan la capacidad de desarrollo son el carácter de bien público que tiene el conocimiento o de bien semipúblico que se otorga a la tecnología y la capacidad innovadora.

Estas características de los bienes pueden relacionarse con el adecuado tratamiento de la información económica que genera y dispone el medio local, pero como la función de producción de estos bienes difícilmente

pueda manejarse con criterios de mercado, porque en este caso seguramente la provisión de ellos sería muy inferior a la necesaria para un proceso de desarrollo sostenido; es necesaria la intervención institucional (que puede ser el Estado) para garantizar una adecuada provisión de bienes públicos, de modo que se verifiquen las externalidades positivas en la producción (Zárate & Atensi, 2009).

En este sentido, puede indicarse que la generación de información significativa para la toma de decisiones puede contribuir en gran forma a disminuir la asimetría estructural de información. Aunque no solo será información para los negocios, sino que también puede tratarse de cuestiones relativas a la formación de los recursos humanos, a los usos y las costumbres locales, a las habilidades, saberes y conocimientos de la mayoría de la población, a la propensión de las empresas locales a la innovación tecnológica. No obstante, para los autores el enfoque estratégico permite que los agentes económicos en el momento de la toma de decisiones posean una racionalidad imperfecta aspecto basado en determinadas carencias de información relacionada con el mercado (Zárate & Atensi, 2009).

Bravo (2011) refiere que la base fundamental del turismo innovador está representada por los residentes habituales del lugar, reconocidos como actores locales quienes en su esfuerzo por satisfacer las necesidades del turista buscan crear nuevos productos los mismos se encuentran distribuidos de dos maneras aquellas empresas participes de forma directa y los pequeños microempresarios que se vinculan al turismo sin la necesidad de buscarlo.

Enmarcados en estos aportes Juan Brida, Eugenia Riaño, María Such, Sandra Zapata exponen:

Los estudios sobre percepciones de los residentes tienen en común que todos consideran la naturaleza dinámica y progresiva de los cambios en las percepciones de la comunidad anfitriona a medida que el desarrollo turístico y sus impactos incrementan,

por lo cual es necesario analizar las etapas por las que atraviesan las percepciones y actitudes de los residentes a lo largo del tiempo. Uno de los modelos más conocidos para analizar las actitudes de los residentes ha sido el Modelo Irridex este pretende explicar a través de cuatro etapas, las reacciones de una comunidad residente frente al incremento del número de visitantes y del desarrollo turístico.

De acuerdo con el modelo, hay un primer momento del desarrollo del turismo en el que los residentes aceptan con beneplácito la llegada de visitantes dadas las expectativas de ingresos que se puedan generar para la comunidad. Luego llega la actitud de apatía donde al turista se le ve como la fuente de lucro y se adoptan dinámicas más comerciales en la interacción visitante, el momento de la molestia llega cuando el residente se siente saturado con la presencia de los turistas y finalmente cuando el destino ha alcanzado su apogeo y se convierte en un destino turístico de masas, el antagonismo entre residentes y turistas se pone de manifiesto. (Brida, Riaño, Such, & Zapata, 2011, p.1)

Sánchez, Vargas, & Castillo (2017) Sugieren que las áreas turísticas experimentan diferentes etapas según el grado de desarrollo que se va generando, de ahí que, en su hipótesis de la evolución de los destinos, estos pasen por los siguientes momentos: exploración, implicación o participación, desarrollo, consolidación, estancamiento, declive y/o rejuvenecimiento. Pozos (2011) refiere el turismo como sistema innovador debe estudiar a la oferta turística la misma que integra el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

### **1.5.2.1. El turismo innovador como generador de productos turísticos**

En la actualidad, es cada vez más frecuente hablar de desarrollo local basado en el turismo, y son muchos los territorios que están protagonizando procesos de recuperación y expansión económica, gracias a la evolución que está experimentando este sector. En este sentido, diversos documentos y declaraciones internacionales establecen que el turismo es una actividad que contribuye al desarrollo local y puede constituirse en un instrumento de inclusión y dinamización social y económica de un territorio.

Estos documentos postulan que el sector promueve la creación de empleo, la generación de nuevas actividades productivas, y en el caso particular de los países en desarrollo, colabora en la atenuación de la pobreza. Especialista en temas de desarrollo innovador plantean que el “innovador” es un proceso controlado por los actores locales, donde es particularmente importante la capacidad de gestionar los propios recursos, sabiendo aprovechar estratégicamente los recursos externos, donde resultan fundamentales las capacidades locales (ej. creación, innovación, emprendimiento, gestión, organización, articulación, diálogo, consenso, confianza), y donde además, en esos procesos predomina tomar el control desde las bases, donde los actores locales asumen el protagonismo de su propio proceso de desarrollo. (Toselli, 2015,p.1)

Los procesos innovadores son productos de una gestión organizada donde los principales involucrados son las empresas y la población local los mismos que buscan impulsar sus recursos mediante la agrupación del trabajo equitativo, el rol fundamental del sector público consiste en gestionar, capacitar y crear confianza en los prestadores de servicios para promover nuevos productos seguros, trabajar en el desarrollo del turismo innovador es particularmente complejo debido al sobre aprovechamiento de un atractivo esto conlleva a realizar un estudio específico que garantice

la estabilidad del inversionista. Los municipios deben orientar sus esfuerzos a la promoción de sitios turísticos desconocidos los mismos que crearan una nueva propuesta de innovación (Andreu, 2010).

Actualmente en cierta forma, todo el desarrollo es local, tanto sea en un país, una región, una provincia, un municipio. Es decir, la palabra “local” no es sinónima de pequeño ni se relaciona necesariamente con aquello que es acotado o reducido. El concepto de local adquiere una connotación que pasa a definirse como un ámbito comprendido por un proceso de desarrollo en curso que está pensado o promovido. Para la autora una comunidad se desarrolla cuando convierte en dinámicas sus potencialidades. Sin embargo, para que eso ocurra es preciso reunir varios factores. Es decir, que la población posea un cierto nivel educativo, que existan personas en condiciones de tomar iniciativas, asumir responsabilidades y emprender nuevos negocios, que exista la decisión de un gobierno, en sus respectivos niveles, de apostar por un camino de cambios, y la participación de una sociedad que acompañe (Toselli, 2015).

Para atraer inversionistas es imprescindible mejorar las condiciones locales de un destino, los municipios deben proponer espacios naturales que permitan el disfrute de las familias, el turismo es una actividad organizada que promueve la participación directa de la población sin embargo cuando esta no crea mecanismos activos de capacitación se termina creando una mala experiencia, trabajar en el sector turístico no es solo atender una mesa, limpiar una habitación es compartir con el usuario, de tal manera es necesario saber el nivel de atención del prestador de servicio, el lugar en donde se pretende desarrollar una actividad turística debe contar con seguridad es ahí donde la labor del municipio debe orientar sus esfuerzos a impulsar un lugar seguro el mismo promueve economía, crea confianza y desarrolla conservación. Si la participación política no muestra un interés en crear nuevas propuestas lastimosamente este sector quedara en el olvido (Altimira, 2013).

El turismo como una actividad económica que propone toda una serie de beneficios sociales, económicos, ambientales y culturales, no obstante, si es deficientemente planificado puede traer ciertos riesgos y, en consecuencia, derivarse efectos negativos para el desarrollo territorial. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que un destino, sitio o localidad si desea orientar el desarrollo local hacia el turismo precisa de un método que haga que los esfuerzos invertidos y los recursos utilizados, tanto propios como externos, sean optimizados al máximo y uno de esos métodos o instrumentos es la planificación estratégica (Toselli, 2015).

La planificación turística implica un diagnóstico del presente y de las perspectivas de futuro y, consecuentemente, una toma de decisiones. Así pues, es un paso indispensable en la elaboración de la estrategia de innovación el turismo debe ser un elemento integrado en la riqueza cultural y económica del lugar debe estar abierto en su territorio e incluir su amplio abanico de recursos en la oferta turística. La planificación turística debe contener: Por un lado, el punto de partida o la situación en la que la organización se encuentra. Debe estudiar la definición de los tres componentes claves de un plan: La misión institucional, la visión y los valores. Estos elementos definen la situación en la sociedad y el horizonte hacia el que apunta la empresa. Debe establecer la elaboración de las líneas estratégicas y sus objetivos, que son los que orientarán la actuación de la organización en búsqueda de su meta institucional (misión) y en búsqueda de la mejora interna (visión) (Torres, 2010).

Solano (2010) refiere generar productos turísticos en el territorio se debe comprender que están conformados por tres elementos básicos, como son: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura turística, razón por lo que se debe analizar y evaluar el estado de estos elementos en la zona con el propósito de determinar el grado de potencialidad que tendrían en la actualidad es por ello que se debe comprender las particularidades de cada uno.

El factor innovador ha pasado a constituir un vector estratégico que permite a la empresa mejorar su posición competitiva, pues su ausencia produce una grave insuficiencia para generar nuevos productos y procesos. En este sentido, las organizaciones deben incorporar dentro de su estrategia acciones tendientes a gestionar los denominados procesos de innovación, a fin de que adquieran mayor capacidad de adaptación y, sobre todo, la posibilidad de anticipar e incluso de provocar rupturas que las faculten para renovar sus ventajas competitivas en el momento oportuno (Hidalgo, 2011).

La Innovación de procesos se da en las organizaciones debido al impulso de los clientes, los competidores, las finanzas, la gestión, la introducción de nuevas tecnologías, entre otros elementos y que, durante la implementación de dicha innovación de procesos, al igual que los procesos, ésta se dará en diferentes departamentos a lo largo de la organización e inclusive fuera de los límites de ella, generando beneficios; pero estos se verán en el mediano y largo plazo. Asimismo, señaló que la adopción de una visión de negocio por procesos con la aplicación de innovaciones en los procesos clave, ayuda a la organización a conseguir una importante reducción en costos, en tiempo de procesos, mejoras en calidad, flexibilidad, nivel de servicio, entre otros aspectos (Álvarez, Rego, Leira, & Gomis, 2011).

Acuña (2010) refiere la innovación de procesos va encaminada a elevar el rendimiento de las operaciones existentes por medio de la tecnología ya sea nueva o mejorada, o por el rediseño de la línea de producción resultante del proceso de reingeniería. Como ejemplos de innovación en los procesos en el sector turismo se tienen: gestión y supervisión virtual, diseño de sitios web, diseño de rutas ecoturísticas, manual de fotografías.

Manual de Oslo (2010) refiere que la innovación de procesos es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción, de distribución y/o métodos de creación y de prestación de servicios. Puede implicar la introducción de cambios significativos en los equipos y los programas informáticos utilizados por las empresas

prestadoras de servicios o en los procedimientos o técnicas empleadas para prestar dichos servicios. El progreso económico se ve impulsado por la aplicación de la innovación en áreas tecnológicas posibilidad de nuevos productos, servicios y métodos de producción, institucionales incluye el marco legal e institucional de la empresa y cambios en la estructura organizacional, distanciamiento de los principios y los procesos administrativos tradicionales y cambios en el desempeño de las funciones de los administradores. En específico indican que la Innovación de Procesos implica crear una manera nueva de producir, vender y/o distribuir un bien o servicio existente a través del uso de sitios web (Guisan, 2012).

A la hora de crear planes de desarrollo turístico, las administraciones públicas tienen que atender a una gran cantidad de factores de gran relevancia, esenciales para que los planes sean efectivos. A esto se suma el hecho de que el sector turístico es altamente sensible a los cambios, por lo que ser capaz de reaccionar ante ellos es prioritario para que los planes de desarrollo turístico alcancen los objetivos previstos y sean beneficiosos para el conjunto de la población. Por otro lado, la actividad turística exige la cooperación entre diferentes administraciones y actores que intervienen en la misma, por lo que los sistemas de gestión tradicionales no tienen la capacidad para hacer frente a dichas necesidades (Llorca, 2017).

En el mismo orden entorno turístico considera que la innovación es:

Incluir nuevas ideas, productos, servicios y prácticas con la intención de ser más productivos, aprovechando al máximo los recursos disponibles: tiempo, materiales, espacios, las ideas de proyectos turísticos innovadores se van desarrollando cada vez más a partir de la experiencia y la educación de una persona que está en la industria; Considerando también el talento, las habilidades naturales, y las satisfacciones de la vida, la innovación en los proyectos turísticos se consigue de diferentes maneras prestando mucha atención a la investigación y desarrollo y

pensando en satisfacer necesidades y gustos de los clientes potenciales. (Hurtado, 2016, p.15)

En la actualidad el turista es muy exigente y por tal motivo es necesario estar predispuesto a satisfacer estas necesidades, innovar permite tener una mejor relación con el cliente, aumentar el número de ventas, consolidarse como un destino nuevo y confiable, y a la vez permite la preservación del recurso. De acuerdo con las definiciones expuestas es necesario abordar algunos ejemplos de turismo innovador desarrollados en diversos lugares dedicados a la prestación de servicios turísticos cuando se hace referencia a turismo innovador como generador de productos se piensa en México como uno de los países con mayor propuesta innovadora; es así que nace el proyecto denominado destinos mexicanos innovadores para turistas exigentes en donde priman la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad, haciéndose corresponder con las nuevas características de un turista más informado, constantemente conectado, con deseos de servicios personalizados y de experiencias auténticas; es decir, más exigente (Paladines, 2015).

Castro, González, & Maldonado (2017) exponen:

Un destino turístico inteligente es aquel que facilita la interacción del visitante con el entorno natural, cultural y social, al igual que su integración, además de incrementar la calidad de la experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes a través de la creación de valores innovadores. La isla mexicana de Cozumel, en el estado de Quintana Roo, es el primer destino calificado como inteligente en el país iberoamericano. Sus 647 kilómetros cuadrados permiten al turista explorar los arrecifes y la vida marina de su bahía; La creciente estrategia de promoción del destino turístico a través de las redes sociales y sitios web, se une al proyecto por establecer mejores medidas de accesibilidad y a su participación en un plan para fomentar la innovación tecnológica en el desarrollo de la ciudad, como Smart City. La puesta en marcha de proyectos encaminados a la innovación y

la accesibilidad buscan atraer turistas, generar empleo y fomentar una mayor innovación. (Castro, González, & Maldonado, 2017, p.18)

En el mismo orden de innovación nace *awake (despierto)* un proyecto desarrollado por un grupo de jóvenes mochileros los mismos que durante uno de sus viajes lograron entender la importancia de un buen servicio este proyecto consiste en ofrecer viajes poco convencionales, rodeados de naturaleza y seguridad. Este formato incluye el trabajo directo con guías, pescadores y familias que hospedan turistas con todo el calor humano posible. Conecta con sus viajeros con anfitriones locales, quienes se especializan en todo tipo de actividades, a través de una plataforma tecnológica en la cual los viajeros pueden escoger el modo de transporte, destino y tipo de aventura. Es una manera de personalizar las necesidades de cada cliente y lo mejor, el pago se hace a través de la propia plataforma (Buenaventura, 2011).

En la actualidad los clientes necesitan ser atendidos de manera especial estos buscan un servicio personalizado que les represente una buena experiencia de tal manera que su principal mecanismo de búsqueda son las redes sociales y los sitios web estos brindan información específica de una empresa las iniciativas de turismo innovador deben estar alineadas a las necesidades del turista promover experiencia y seguridad garantizando el uso adecuado de las redes, paginas virtuales como *TripAdvisor o Trivago.com* promueven el trato personalizado del usuario lo que les ha permitido consolidarse como herramientas tecnológicas para el desarrollo del turismo gracias a que son sitios Web donde el visitante intercambia experiencias y solicita servicios de un destino (Jiménez & Macrini, 2011).

## **1.5.2.2. Modelos de gestión de destinos turísticos**

### **1.5.2.2.1. Importancia del modelo de gestión en la consecución del turismo innovador.**

Marín (2014) refiere que uno de los objetivos de la política turística es proporcionar una experiencia turística de calidad a los visitantes, maximizando los beneficios para las partes interesadas en el destino, sin poner en peligro la integridad social, cultural y medioambiental del territorio, integrando las diferentes expectativas de las distintas partes interesadas. El modelo de gestión analiza la complejidad de la actividad turística, justificada, por un lado, por su transversalidad y fraccionamiento, ya que la cadena de valor del producto turístico está conformada por numerosos agentes independientes y de distinta naturaleza y por su territorialidad la gestión de un destino turístico implica que los actores públicos, privados y del tercer sector, relacionados con cualquiera de los subsectores básicos, alojamiento y manutención, intermediación, transporte o actividades complementarias, trabajen de modo coordinado para la construcción de diferentes productos turísticos. En este proceso todos los actores implicados utilizan bienes materiales e inmateriales de naturaleza tanto pública, como privada, tales preceptos adquieren mayor connotación a nivel local (Comisión mundial de medio ambiente, 2015).

Un modelo conceptual provee un marco de referencia para la práctica; estos modelos están fundamentados en principios filosóficos, éticos y científicos que reflejan el pensamiento, los valores, las creencias y la filosofía que tienen sobre la práctica de turismo son conceptos abstractos y generales que no pueden apreciarse directamente en la realidad; representan el fenómeno de interés de la disciplina, las proposiciones que describen estos conceptos y las proposiciones que establecen una relación entre ellos (Moreno, 2005).

Navajas (2019) refiere que el factor innovador ha pasado a constituir un vector estratégico que permite que la empresa mejore su posición competitiva, pues su ausencia produce una grave insuficiencia para

generar nuevos productos y procesos. En este sentido, las organizaciones deben incorporar dentro de su estrategia acciones tendientes a gestionar los denominados procesos de innovación, a fin de que adquieran mayor capacidad de adaptación y, sobre todo, la posibilidad de anticipar e, incluso, de provocar rupturas que las faculten para renovar sus ventajas competitivas en el momento oportuno.

De acuerdo con el modelo de Molina (1982) citado por Blanco (2010) trata de un modelo integral, porque establece que el análisis debe considerar una serie de variables que condicionan el modo y el nivel de vida del grupo humano, tales como: culturales, sociales, psicológicas, políticas, legales, ecológicas y económicas. Contempla al turismo como manifestación del ocio y el tiempo libre y no como una actividad económica, adicionalmente establece como elementos del sistema a la comunidad receptora y a la superestructura.

De acuerdo con Getz (1987) citado por Osorio (2010) se pueden identificar cuatro enfoques con relación a la planificación turística: desarrollista, económico, físico y comunitario. El desarrollista, refiere la tradición dominante de la planificación turística y se caracteriza por tener una posición favorable y acrítica del turismo; ofrece previsiones de demanda turística con fines fundamentalmente promocionales. El económico, concibe al turismo como actividad exportadora, con potencial contribución para el crecimiento económico, el desarrollo regional y la reestructuración productiva. El físico incorpora la dimensión territorial para alcanzar una adecuada distribución de las actividades turísticas en el espacio y lograr usos racionales del suelo; examina los aspectos ambientales, aunque ha desatendido los sociales y culturales. El comunitario promueve un control local del territorio promoviendo la participación directa de la población.

Sin embargo, Inskeep (1991) citado por Ivars (2003) afirma: “los modelos de planificación física son aplicables al desarrollo de espacios con escasa implantación turística donde se puede llevar a cabo una secuencia de planificación completa que defina las áreas geográficas prioritarias para la inversión, los principales polos de concentración de la oferta y las

Infraestructuras necesarias para su desarrollo. El modelo propuesto por Hall (2001) citado por Pérez (2015) Determina el modelo presenta interrelaciones más detalladas el centro de atención está entre oferta y demanda. Según el modelo, de la interacción resulta el elemento denominado experiencia turística este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos.

Los modelos estratégicos representan una buena planificación así lo afirma: Fred David (2008) citado por Agudelo (2011) quien: describe su modelo como un instrumento objetivo y sistemático que busca formular estrategias para posteriormente evaluarlas partiendo de una investigación interna y externa con el uso de técnicas como (PEEA) matriz de posición estrategia y evaluación de acción, (GE) la matriz de la gran estrategia, la (BCG) del grupo consultor de Boston y la (DOFA) matriz de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, todas para la creación y evaluación de estrategias alternativas.

Los modelos conceptuales representan teorías filosóficas que deben ser analizadas como parte importante de una investigación de tal manera que se puedan comprender los conceptos teóricos de un modelo de gestión y las relaciones que este comparte con las prácticas de turismo innovador tal como se muestra en la tabla 1.

**Tabla 1. Evolución de los modelos conceptuales y su relación con la gestión turística desde el enfoque de la planificación estratégica.**

Año	1982	1987	1991	2001	2008
Autor	Molina	Getz	Inskeep	kim	Fred. David
Consideraciones	Relación entre Variables Contempla al turismo como manifestación	Análisis de territorio Fomento de actividades innovadoras	Modelo estructural por componentes	Integración de elementos Planificación organizada Conceptos	Formulación , ejecución, y evaluación de estrategias.

**Fuente:** (Pulido, 2014)

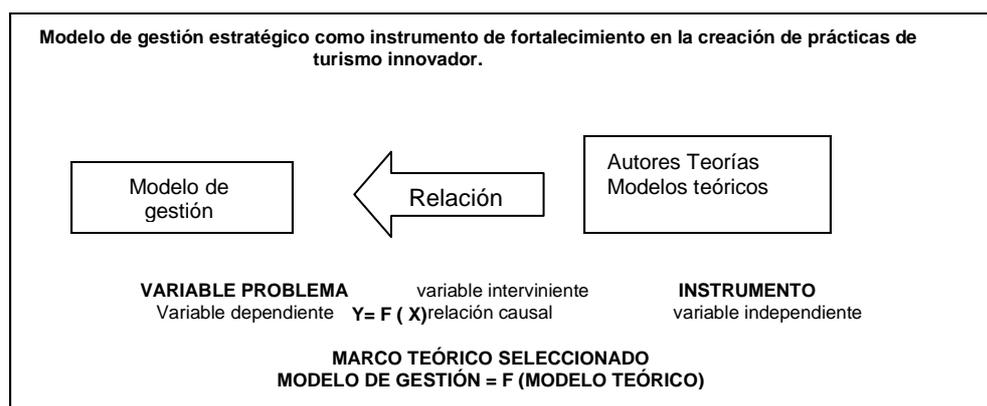
**Elaborado por:** Autora

### 1.5.3.1. Selección del modelo de evaluación

- **Definición de la problemática en la implementación de un modelo de gestión a partir de la utilización de un instrumento.**

Para determinar si existen factores críticos en el diseño de un modelo de gestión es necesario aplicar una evaluación a la población siendo importante identificar un instrumento de estudio de investigación científica. El instrumento de estudio es necesario sustentarlo teóricamente mediante las teorías, modelos, investigaciones relacionadas, o conceptos desarrollados por autores del objetivo y formulación del problema tal como se muestra en el cuadro 1.

**Cuadro 1. Relación variable dependiente y variable independiente**



**Fuente:** Problemática planteada en el trabajo de investigación  
**Elaborado por:** Autora

### 1.5.3.2. Definición de la variable independiente basado en un modelo de atributos desde las percepciones y actitudes.

Se consideró el estudio de Pulido (2014) que contiene un análisis de diferentes autores orientados al modelo de gestión estratégica rescatando la importancia de la planificación al momento de toma de decisiones y se aplicó el modelo propuesto por Gets en el año de 1987 para dar cumplimiento a la desagregación de variables la variable dependiente corresponde a modelo de gestión la mismas que se relacionan en función de la innovación de prácticas de turismo innovador, las variables independientes constituyen a planificación cuya dimensión es la

determinación de los referentes teóricos necesarios para el diseño de una propuesta de modelo de gestión, el establecimiento de diagnóstico Foda a partir de la observación directa y el levantamiento de información para el inventario de atractivos turísticos.

La variable independiente estrategia tiene como declaración de la dimensión Identificación de factores internos del municipio del cantón Quevedo que dificultan el diseño de nuevas prácticas de turismo innovador, identificación de factores externos ajenos al municipio del cantón Quevedo que dificultan la integración entre el sector público y privado para el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos, reconocimiento de los principales interesados en el modelo de gestión estratégico, y la variable turismo innovador cuya declaración de la dimensión se orienta al diseño de estrategias de prácticas de turismo innovador para la propuesta de un modelo de gestión estratégico. Así como también la investigación de la competencia del municipio para el desarrollo de iniciativas turísticas y uso de páginas sociales

## **CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO**

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

El presente estudio contempla un diseño no experimental que busca analizar las variables a partir de la construcción de un marco teórico, su alcance descriptivo analítico consiste en recoger información de manera independiente apoyado en la técnica de la entrevista que utiliza como instrumento un cuestionario estructurado de 14 preguntas con el objetivo de describir los factores internos que afectan al municipio del cantón Quevedo, y a la vez con la aplicación de la encuesta para determinar cuál es la relación e intereses de la empresa privada considerados los factores externos que dificultan el diseño de nuevas prácticas de turismo innovador. El enfoque de la investigación es mixto debido a que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. En esta investigación el enfoque cuantitativo se aplica al determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta y el enfoque cualitativo al explicar, describir y explorar los factores internos y externos que aquejan al municipio del cantón Quevedo y que dificultan el diseño de prácticas de turismo innovador.

En este orden Kerlinger (2005) Reconoce la investigación no experimental como una investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos un estímulo bajo determinadas consecuencias, dado que las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas. En el mismo contexto Hernández, Fernández, & Baptista (2014) identifican al estudio descriptivo como el tipo de estudio que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas, aunque permiten cierta inferencia sobre estas relaciones.

Los mismos autores plantean que el enfoque cuantitativo parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica mientras que el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

## **2.2. Métodos de investigación**

### **2.2.1. Método analítico**

Este método es utilizado con la finalidad de analizar toda la información recolectada para así obtener un resultado que permita dar respuesta a todas las inquietudes planteadas en los objetivos de la investigación. Este proceso cognoscitivo consiste en descomponer el objeto de estudio que en este caso es la gestión estratégica turística del Gobierno autónomo descentralizado del Cantón Quevedo, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.

### **2.2.2. Método sintético**

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una revisión, metódica y breve; la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades (Adame, 2016). En la investigación, la aplicación de este método es utilizado en la sistematización del problema para relacionar hechos que aparentemente eran aislados, pero a través del análisis se llega a la conclusión que se encuentran estrechamente involucrados.

### **2.2.3. Método inductivo**

Según Bernal (2010) el método inductivo utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como fundamentos de una teoría. La inducción fue aplicada al observar la problemática que aqueja al municipio del cantón Quevedo, la misma que se encuentra representada por la carencia de un modelo de gestión estratégico con el objetivo de formular conclusiones en función de los modelos de gestión establecidos.

### **2.2.4. Método deductivo**

Hernández, Fernández, & Baptista (2014) refieren la deducción como el método en el cual los investigadores parten de proposiciones generales o más universales para llegar a una afirmación particular. En la investigación se aplicó para la construcción del marco teórico a partir de la evaluación de modelos establecidos propuestos por varios autores.

## **2.3. Unidad de análisis, población y muestra**

### **2.3.1. Unidad de análisis**

La unidad de análisis objeto de estudio de la investigación corresponde al Gad del cantón Quevedo.

### **2.3.2. Población**

De acuerdo al catastro de actividades turísticas del año 2017 facilitado por el departamento de Turismo, Educación, Cultura y Deporte del Gad del cantón Quevedo (ver anexo 1). La población objeto de estudio se encuentra representada por 186 empresas de servicio turístico registrada en el municipio y reconocidas por el ministerio de turismo.

### 2.3.4. Cálculo de la Muestra

Para efecto del proyecto, se ha seleccionado el tipo de muestreo aleatorio simple porque de acuerdo con el estudio de la unidad de análisis cada elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser elegido. La fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2Z^2}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población 186

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. 1,96

e = Límite aceptable de error muestral 0,5 %

**Reemplazando valores de la fórmula se tiene:**

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2Z^2}$$
$$n = \frac{186 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2(186 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$
$$n = \frac{182,28}{19,11} = 10$$

El resultado de la fórmula da como resultado 10 encuestas que se deberán aplicar a los prestadores de servicios con el objetivo de identificar su relación con el sector público y sus intereses por formar parte del proyecto de investigación.

## 2.4. Variables de la investigación, operacionalización

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	No.	DIMENSIÓN	DECLARACIÓN DE LA DIMENSIÓN	OBJETIVO DE LA DIMENSIÓN	¿QUÉ SE BUSCA?	INDICADOR	ITEMS ¿Cómo se obtiene?	FRECUENCIA	TÉCNICA	INSTRUMENTO	FUENTE
Modelo de gestión estratégica	Planificación	1	Investigación	Determinación de los referentes teóricos necesarios para el diseño de un Modelo de Gestión Estratégica.	Determinar los referentes teóricos necesarios para el diseño de un Modelo de Gestión Estratégica.	Revisar trabajos previos que tengan relación con el estudio propuesto	Revisión de modelos teóricos a partir de literatura científica	Mediante la revisión de artículos científicos, libros de metodología de la investigación libros de turismo, tesis doctorales	Diaria, mientras la investigadora construye el marco teórico a partir de modelos propuestos	Análisis documental	Ficha de análisis, cuadros,	Artículos científicos, libros de metodología de la investigación, libros de turismo, tesis doctorales
		2	Diagnóstico	Elaboración diagnóstica Foda a partir de la observación directa	Elaborar diagnóstico Foda de los factores internos y externos del municipio de Quevedo	Conocer el estado actual Del municipio De Quevedo con relación al turismo local	Identificación de problemas que aquejan al turismo local.	Mediante la recolección de información directa.	Mensual	Observación	Guía estudio FODA	Diálogo con el responsable del Departamento De Turismo, Educación, Cultura y Deporte
		3	Inventario	Registro de catastro turístico	Inventario de cuatro hoteles del cantón Quevedo categoría 4 estrellas.	Dar a conocer los servicios que ofertan los hoteles	Características y servicios que ofrecen las empresas de alojamiento	Ficha de planta turística	Anual	Observación directa	Ficha de planta turística	Diálogo con el gerente de cada empresa

			Inventario de atractivos turísticos	Inventario de principales sitios turísticos del cantón Quevedo	Conocer el estado de los recursos	Valorización jerárquica que obtiene el recurso	Con las visitas a los sitios turísticos	Diaria,	Observación directa	Ficha de inventario turístico	Visita a los atractivos turísticos
Estrategia	4	Identificación de factores internos	Identificación de factores internos del municipio del cantón Quevedo	Conocer cuáles es el aporte del municipio al turismo local que dificultan el diseño de nuevas prácticas de turismo innovador	Conocer las propuestas de trabajo que desarrolla el municipio a favor del turismo local	Interés por invertir en nuevas propuestas de prácticas de turismo innovador	Mediante el diálogo directo	Mensual,	Entrevista	Guion estructurado de 14 preguntas	Responsable del Departamento de Turismo, Educación, Cultura y Deporte
	5	Identificación de factores externos	Identificación de factores externos ajenos al municipio del cantón Quevedo que dificultan la integración entre el sector público y privado para el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos.	Conocer cuál es la relación de los prestadores de servicios con el municipio	Diseñar un modelo de gestión que involucre Al sector Público y privado	Modelo de gestión estratégico	Mediante el diálogo con sus gerentes	Diaria	Encuesta	Cuestionario de 21 preguntas	Representantes
	6	Involucrados	Reconocimiento de los principales interesados en el modelo de gestión estratégico	Reconocer la importancia de vincular al sector público y	Elaborar la matriz de involucrados	La matriz de involucrados	Mediante el diálogo con sus representantes	Diaria,	Encuesta - Entrevista	Cuestionario o aplicado a los actores directos	Representantes de empresas de servicios turísticos Y encargado del

				privado							Departamento de Turismo.
Turismo innovador	7	Marco legal	Investigación de la competencia del municipio para el desarrollo de iniciativas turísticas	Definir la competencia del municipio para el desarrollo de turismo	Conocer cuál es la normativa que rige para municipios	Constitución, Leyes, reglamentos, ordenanzas	Mediante revisión de fuente bibliográfica	Mensual	Análisis documental	Ficha de análisis	Libros de Derecho, Constitución
	8	Diseño de estrategias para prácticas de turismo mediante el uso de sitios web	Diseño de prácticas de turismo innovador	Contribuir al desarrollo tecnológico	Que el usuario obtenga una información verídica y actualizada	Mejorar la calidad del producto turístico	Mediante el servicio de internet	Diaria	Observación directa	Ficha de inventario de atractivos turísticos	Visita a los atractivos turísticos

**Fuente:** Operacionalización de variables  
**Elaborado por:** Autora

#### **2.4.1. Variable dependiente (VD)**

**Modelo de gestión estratégica:** Es la variable del trabajo de investigación que permitirá determinar la incidencia del turismo para el cantón Quevedo.

#### **2.4.2. Variables independientes (VI01)**

- **Turismo innovador (VI01)**

Variable independiente identificada para dar valor a los atractivos turísticos que permitirá desarrollar con efectividad el emprendimiento de nuevas propuestas.

#### **2.4.3. Variables empíricas de la variable independiente (VEVI)**

**(VI01) – (VEVI01) Innovación:** Nuevas propuestas de turismo innovador

**(VI01) – (VEVI02) Problema:** Mal manejo de los recursos por parte de la administración local.

**(VI01) – (VEVI03) Eficiencia:** Cumplimiento de la normativa legal para el manejo adecuado de los recursos de esparcimiento.

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

#### **2.5.1. Fuentes**

##### **2.5.1.1. Fuentes primarias**

- Director encargado del Departamento de Turismo, Educación, Cultura y Deporte brindó información acerca de la base de datos que maneja el municipio del cantón Quevedo para atractivos turísticos, a la vez se obtuvo información que permitió establecer los factores internos de este municipio, que dificultan el diseño de nuevas prácticas de turismo innovador.

- Prestadores de servicios representados por propietarios de empresas de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes y centros de diversión con el fin de conocer los factores externos que dificultan el diseño de estrategias de prácticas de turismo innovador.

#### **2.5.1.2. Fuentes secundarias**

Se identificó como fuente secundaria la información proveniente de:

- Artículos científicos publicados en revistas indexadas
- Libros de metodología de la investigación
- Libros de especialidad en desarrollo turístico en el idioma español
- Tesis doctorales, de maestría y de pregrado
- Libros de derecho
- Constitución de la República
- Ley de Turismo, Reglamento de Alojamiento Turístico, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

#### **2.5.2. Técnicas e instrumentos**

##### **2.5.2.1. Técnicas para la recolección de datos**

- **Investigación documental**

La técnica de investigación documental se aplicó en el trabajo con el objetivo de realizar la compilación y selección de información bibliográfica el instrumento que se utilizó fue la literatura bibliográfica representada por artículos científicos publicados en revistas indexadas, libros de metodología de la investigación, libros de especialidad en desarrollo turístico en el idioma español, tesis doctorales, tesis de maestría, y de pregrado, libros de derecho, artículos de la constitución, artículos de la ley de turismo, reglamento de alojamiento turístico y código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización, con el objetivo de conocer los referentes teóricos necesarios para el diseño de una propuesta de Modelo de Gestión Estratégica

y a la vez para la construcción del marco legal de la propuesta que deberá desarrollarse con el fin de identificar la competencia del municipio en el desarrollo de estrategias de prácticas de turismo innovador.

- **Observación directa**

La observación directa permitió establecer el diagnóstico FODA que necesita el Municipio del cantón Quevedo como parte del diseño de estrategias de prácticas de turismo innovador el instrumento para la obtención de datos se encuentra orientada por el manual de Guía para elaboración de análisis de fortalezas, oportunidades y amenazas propuesto por el gobierno municipal de Puebla de Zaragoza, distrito ubicado al sureste de la Ciudad de México (ver anexo 2); la información permitió identificar los principales problemas que aquejan al turismo local.

A través de la observación directa también se logró evaluar el estado actual de cuatro empresas de alojamiento, durante dos días se visitó el hotel Barros, hotel Palmar del Sol, hotel San Andrés Inn, hostel Aroma de cacao, mediante el diálogo con sus propietarios se obtuvo información como categoría, servicios que ofrece y convenios existentes, el instrumento utilizado está representado por la ficha de inventario de planta turística propuesta por el Ministerio de Turismo. Esta técnica también se aplicó para evaluar la jerarquía y conservación de los atractivos turísticos del cantón Quevedo, se visitaron siete atractivos principales, la ficha de inventario de atractivos turísticos propuesta por el Ministerio de Turismo permitió recabar la información necesaria.

- **Encuesta**

La técnica de la encuesta se aplicó con el objetivo de recopilar información que ayude a conocer cuál es la relación de los prestadores de servicios con el municipio; también permitió reconocer si la población objeto de estudio representada por propietarios de empresas de servicios turísticos se

encuentran interesados en convertirse en involucrados directos en el diseño de prácticas de turismo innovador, el instrumento para la toma de datos está representado por un cuestionario estructurado de 21 preguntas de opción única y múltiple (ver anexo 3).

- **Entrevista**

Para conocer el estado actual de los factores internos del municipio y a la vez conocer cuál es el aporte que este brinda al turismo local fue necesario aplicar una entrevista al representante del Departamento de Turismo, Educación, Cultura y Deporte del municipio del cantón Quevedo, estructurada por un cuestionario que parte de un guion compuesto de 14 preguntas abiertas (ver anexo 4).

## **2.6. Tratamiento de la información**

Los datos obtenidos de la encuesta que se aplicó a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo representados por una muestra de 10 encuestados fueron analizados mediante estadística descriptiva utilizando la herramienta informática SPSS en donde los datos fueron tabulados y procesados para en lo posterior graficar porcentualmente las respuestas; por otra parte, con la observación directa se aplicó la ficha de planta turística a las empresas de servicios mientras que para los atractivos se utilizó la ficha de inventarios propuesta por el Ministerio de turismo del Ecuador, con el objetivo de describir la información relevante de los atractivos y de las empresas de alojamiento en formato Word.

## **CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **3.1. Análisis de la situación actual**

Quevedo pertenece a uno de los 8 cantones de la provincia de los Ríos, su nombre se debe al Sr. Timoteo Quevedo quien en el año de 1938 penetra en las escabrosas y vírgenes montañas con el objeto de realizar unas mediciones y levantar los planos de este sector conocidos con los nombres de Pasaje y Alto Palenque su cantonización se celebra el 7 de octubre de 1943, Quevedo limita al norte con los cantones de Buena Fe y Valencia, al sur con el cantón Mocache, al este con los cantones de Quinsaloma y Ventanas y al oeste con la Provincia del Guayas.

Su división política se encuentra representada por 9 parroquias urbanas como son: 7 de octubre, 24 de mayo, Guayacán, Nicolás Infante Díaz, San Camilo, San Cristóbal, Quevedo (cabecera cantonal), Venus del Río Quevedo, Viva Alfaro y dos parroquias rurales llamadas La Esperanza y San Carlos, la altitud promedio de la superficie del cantón Quevedo es de 80 m.s.n.m. La población del cantón está representada por un total de 173.575 habitantes, compuesta de 86.821 hombres y 86.754 mujeres. Siendo su índice de crecimiento anual de 2,16 %. En el territorio del cantón Quevedo predomina el ecosistema del Bosque Tropical Húmedo uno de los agentes que interviene en su formación es el clima Tropical Monzónico con la temporada de calor y lluvias fuertes que dura desde diciembre a mayo y la época seca en el período desde junio a diciembre. La temperatura promedio es de 25°C y su precipitación varía entre 1750 mm y 2500 mm.

El principal tipo de suelo es derivado de cenizas volcánicas recientes con texturas desde franco arenoso hasta arcillosa lo que explica su fácil erosión. La erosión y pérdida de fertilidad son algunos de los problemas serios para el cantón donde más del 80% de la superficie tiene el uso agrícola. La fertilidad del suelo se ve reducida por la aplicación por parte de pequeños y medianos

agricultores de la limpieza que incluye la quema de residuos orgánicos ocasionándose pérdida de carbono, nitrógeno y azufre, mientras que el fósforo, potasio, magnesio y calcio se quedan en la ceniza. Esta zona de vida en su estado no intervenido se destaca por niveles muy altos de biodiversidad. Pero en el cantón la biodiversidad natural se ve reducida debido a ocupación cada vez más agresiva de las áreas de bosques por las actividades agrícolas con deforestación casi completa de las tierras que pueden utilizarse para la agricultura o ganadería. El bosque Tropical Húmedo se caracteriza por la presencia de los árboles altos, lianas, y relativamente pequeña cantidad de especies de hierbas.

**Tabla 2. Especies forestales representativas**

<b>Arboles</b>		
<b>Nombre común</b>	<b>Nombre científico</b>	<b>Familia</b>
Cedro	Cedrela odorata	Meliaceae
Laurel	Cordia allodorale	Boraginaceae
Balsa	Ochroma pyramidale	Bombacaceae
Beldaco	Seudobombax millei	Bombacaceae
Ficus	Ficus obtusifolia	
Fernan Sanchez	Triplaris cumigniana	Polygonaceae
<b>Lianas</b>		
Maracuyá	Passiflora	
Mate	Crescentia cujete	Bignoniaceae
<b>Palmas</b>		
Chonta	Bactris sp.	Palmae
Tagua	Phytelephas aequatorialis Spruce	Palmae
Palma real	Scheelea byturalcea	Palmae

**Fuente:** (Agudelo, 2011)

**Elaborado por:** Autora

La pérdida de muchas especies de fauna es una de las consecuencias de fragmentación y reducción de los ecosistemas naturales al ser incorporado el suelo a las actividades del hombre. Muchas de las especies que todavía pueden encontrarse en la zona rural del cantón podrían desaparecer muy pronto si no se toman las medidas necesarias.

**Tabla 3. Principales especies de fauna**

Especies de fauna		
Nombre común	Nombre científico	Familia
Guatusa	Dasyprocta punctata	Dasyproctidae
Tigrillo	Leopardus tigrinus	Felidae
Perdiz	Alectoris rufa	Phasianidae
Colibrí	Trochilidae	Trochilidae
Peces		
Bocachico	Prochilodontidae	Prochilodontidae

**Fuente:** (Agudelo, 2011)

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 4. Gastronomía representativa del cantón Quevedo**

Gastronomía	Descripción	Grafico
<b>Chaulafan</b>	El chaulafan es la versión ecuatoriana del arroz frito chino preparado con arroz, pollo, tocino, cebolla, ajo, pimientos, arvejas.	
<b>Bollo de bocachico</b>	Es una envoltura de masa de verde o plátano con pescado bocachico, lleva maní molido y es envuelto con hojas de plátano.	

**Fuente:** (Blanco, 2010)

**Elaborado por:** Autora

### 3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

Según las encuestas aplicadas a los prestadores de servicio del cantón Quevedo se logró identificar que los propietarios de empresas turísticas consideran que el municipio del cantón como institución pública no se preocupa por vincular a la empresa privada en las iniciativas de turismo lo que califican como una mala planificación (ver gráfico 7) sin embargo los empresarios consideran que la empresa privada se podría vincular con el sector público con el objetivo de aumentar la demanda y a la vez mejorar la calidad de los servicios (ver gráfico 9) el conocimiento de que es turismo innovador asociado a los programas de capacitación constantes en temas de innovación implica la importancia que tiene para los prestadores de servicios apostar por proyectos innovadores que en su mayoría promueven el aprovechamiento de los recursos de manera organizada (Ver gráficos 11 y 12).

Los proyectos innovadores de turismo van asociados al uso de la tecnología claro ejemplo son los sitios web consideradas estrategias que facilitan el acceso a la información de manera rápida , Según (Díaz, 2009) nos revela que: una estrategia es un proceso cambiante y evolutivo; y que la misma se debe adaptar para superar los cambios razón por la cual los prestadores de servicios manifiestan que estarían de acuerdo en que el municipio del cantón Quevedo promueva proyectos que vinculen a las empresas a través de sitios web (ver gráfico 14).

Podemos destacar mediante las encuestas realizadas la importancia que tienen las redes sociales para las empresas las mismas que son un nuevo canal de negocios, estas permiten interactuar con los usuarios, seleccionar necesidades, comunicarse con otras personas, darse a conocer y crear una marca, ganando un espacio entre los demás competidores (ver gráfico 18). Por lo tanto, podemos indicar que es necesario diseñar estrategias adecuadas que promuevan la innovación, la comunicación, y la motivación para llevar con éxito el modelo de gestión estratégico estas estrategias se orientan al diseño de un chatbot el mismo que es un programa informático que es capaz de automatizar las tareas y conversar con los usuarios gracias a la inteligencia artificial, a la vez otra iniciativa es el diseño de un sitio web que agrupe toda la información en un solo medio para que el usuario pueda agilizar su proceso de recuperación de datos (ver gráfico 20)

### **3.3. Presentación de resultados y discusión**

#### **3.3.1. Determinar los referentes teóricos necesarios para el diseño de una propuesta de modelo de gestión estratégico**

Con la finalidad de diseñar una propuesta de modelo de gestión estratégico para el desarrollo de estrategias de prácticas de turismo innovador en el cantón Quevedo, sustentado en la planificación integral del sector turístico partiendo de principios y estrategias de sostenibilidad y eficacia. A continuación, se describen algunos modelos, de varios autores, los mismos

se relacionan en el cuadro 3 (ver anexo 5), donde se desglosan sus fases o etapas, cada modelo citado se ordena de manera cronológica, desde los más antiguos hasta los más actuales y posteriormente se realiza un análisis, mediante una matriz de integración de conceptos.

El modelo de gestión de destinos propuesto por Crouch & Ritchie (1999) citado por Diéguez, Gueimonde, & Sinde (2011) es una conceptualización de la competitividad y de la sustentabilidad de los destinos. Se trata de un modelo jerárquico en el que la gestión de destinos constituye un nivel intermediario entre un nivel superior compuesto por la política, la planificación y el desarrollo del destino y un nivel inferior basado en los recursos y atractivos del destino. Según este modelo la gestión de destinos está compuesta por un conjunto de actividades diversas: organización, marketing, calidad del servicio, investigación, desarrollo de los recursos humanos, financiación, manejo de visitantes y gestión de recursos y de crisis.

El Modelo de gestión de destinos de Wang (2011) citado por Baños (2012) Es un sistema abierto, en el cual el destino está vinculado al mercado por los flujos turísticos. Es un modelo sobre concepto y alcance de marketing y la gestión del destino donde los elementos centrales están condicionados por las distintas influencias del entorno: económica, tecnológica, competitiva y otras. El modelo incluye ocho actividades: desarrollo de productos, comercialización de productos, comunicación de la imagen del destino, comportamiento del consumidor, política y planificación, gestión de actores, competitividad y sustentabilidad del destino, y gestión de seguridad y de crisis.

El Modelo de gestión de destinos que propuso Long Jit & Pearce (2013) citado por Galindo (2016) se organiza en función de tres aspectos fundamentales de gestión vinculados verticalmente: los objetivos, las actividades y las estructuras. Este marco diferencia entre los objetivos en común y los objetivos particulares que persiguen varias organizaciones para

sus propios fines. El modelo incorpora actividades tales como la gestión de marketing, de recursos y de visitantes que emprenden varias organizaciones en el destino para lograr estos objetivos.

El modelo de gestión de se organiza en función de la planeación estratégica el mismo que mediante el estudio de los aspectos sociales, ambientales, culturales y tecnológicos promueven alcanzar las estrategias propuestas por la empresa buscando el cumplimiento de objetivos. Las empresas buscan desarrollar sus recursos aprovechando el interés de la población por mejorar sus condiciones de vida es efímero hablar de participación sino se tiene claro los principios y valores de ambos grupos tanto público como privado. El resultado del análisis expuesto en este apartado de los modelos propuestos por los autores determina que para diseñar un modelo de gestión estratégica se necesita un modelo que se adapte a las necesidades de los prestadores de servicios.

Es por ello por lo que se realiza la propuesta de una metodología para el diseño de un modelo de gestión para el turismo innovador que en su primera fase establece la identificación del problema de estudio, el Inventario de recursos turísticos, el planteamiento del análisis FODA de la situación actual del municipio del cantón Quevedo y la descripción de la calidad, y capacitación de los prestadores de servicios. En la segunda fase plantea la descripción de la gestión turística del cantón Quevedo, establecimiento de visión y misión de la propuesta, el Inventario de 4 empresas de alojamiento y la Identificación de los proyectos de planificación con relación al turismo. La tercera y última fase establece la formalización de un plan estratégico donde se determine la identificación de las competencias y funciones de los entes involucrados del sector turístico y el registro de estrategias de innovación.

**3.3.2. Establecer los factores internos que aquejan al municipio y su relación con las empresas de servicio privado como factores externos que dificultan el diseño de estrategias para prácticas de turismo innovador.**

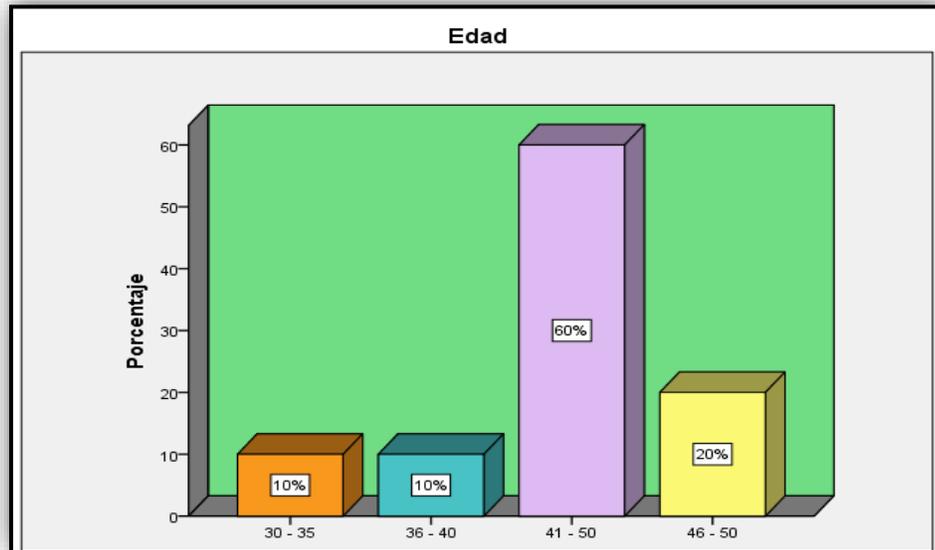
De acuerdo al estudio desarrollado con la aplicación del programa Spss se considera que la correlación entre la empresa pública y privada se considera alta de acuerdo al tamaño de la muestra así lo refleja la tabla 5.

*Tabla 5. Correlaciones de los factores internos y externos que dificultan el diseño de estrategias para prácticas de turismo innovador.*

<b>Correlaciones de los factores internos y externos que dificultan el diseño de estrategias para prácticas de turismo innovador.</b>			
		<b>Factores internos que aquejan al municipio del cantón Quevedo</b>	<b>Factores externos asociados a la empresa privada</b>
<b>Factores internos que aquejan al municipio del cantón Quevedo</b>	Correlación de Pearson	1	,468
	Sig. (bilateral)		,173
	N	10	10
<b>Factores externos asociados a la empresa privada</b>	Correlación de Pearson	,468	1
	Sig. (bilateral)	,173	
	N	10	10

**Fuente:** Resultado correlación Spss  
**Elaborado por:** Autora

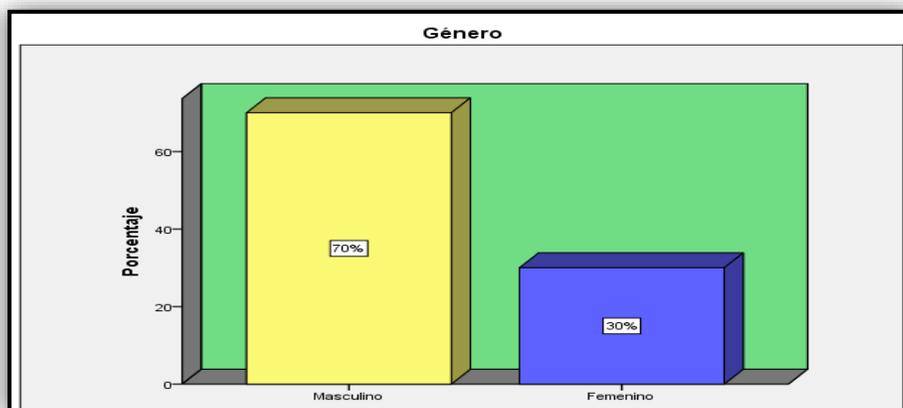
**Gráfico. 1. Resultado de la encuesta pregunta 1**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

De acuerdo con el análisis planteado el 60% de encuestados corresponde a individuos de 41 a 50 años, un 20% representado por un rango de edad de 46 a 50 años, un 10% representado por individuos de 36 a 40 años y otro 10% por jóvenes de 30 a 35 años lo que representa que la población objeto de estudio se encuentra en el índice de edad capaz de aportar información relevante y confiable para la investigación.

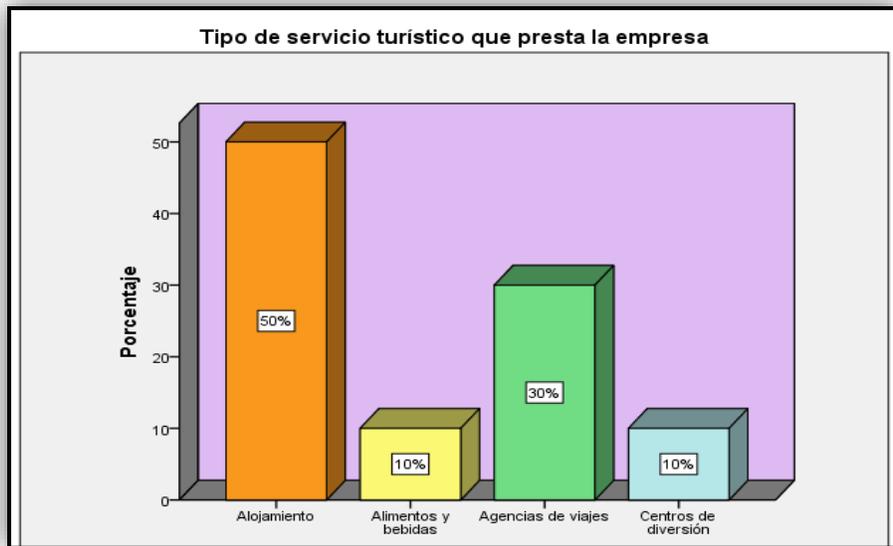
**Gráfico. 2. Resultado de la encuesta pregunta 2**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

De acuerdo con el estudio planteado el 70% de los encuestados se encuentra representado por el género masculino, mientras que un 30% refleja que la información se obtuvo del género femenino.

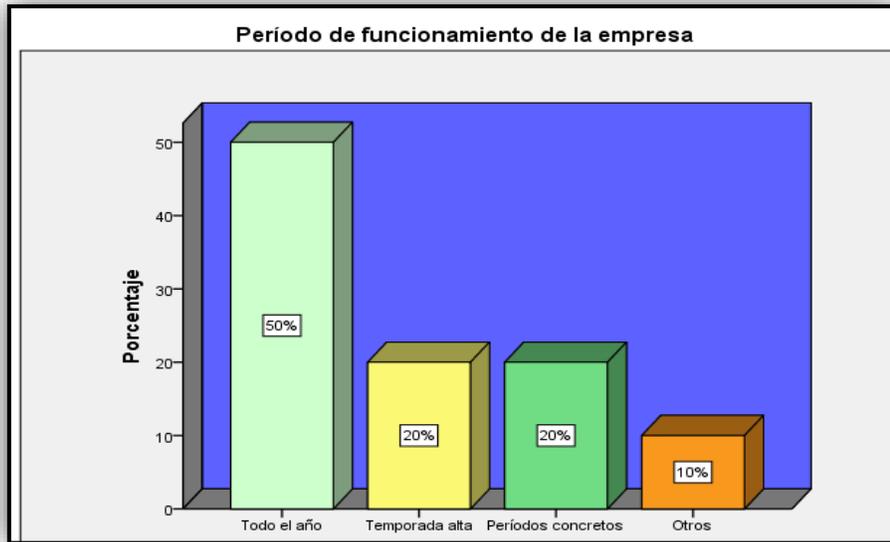
**Gráfico. 3. Resultado de la encuesta pregunta 3**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

De acuerdo a la encuesta aplicada a los prestadores de servicios, el 50% de los encuestados son propietarios de empresas de alojamiento, el 30% agencias de viajes, el 10% centros de diversión y el 10% alimentos y bebidas, de acuerdo a las encuestas los representantes de las empresas de alojamiento y agencias de viajes son los que presentaron mayor predisposición para responder al cuestionario y brindar información que permita dar soluciones al problema de investigación.

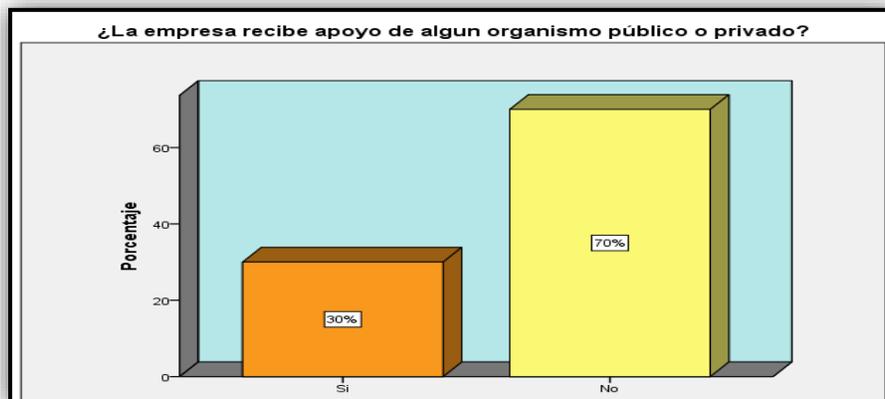
**Gráfico. 4. Resultado de la encuesta pregunta 5**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

Al ser las empresas de servicios turísticos la población objeto de estudio esto representa que sus actividades se desarrollan durante todo el año con el objetivo de mantenerse activas frente a la competencia, así lo refleja el resultado de la pregunta 4 quien determina que el 50% mantiene su actividad durante todo el año, el 20% periodos concretos, el 20% temporada alta y el 10% otros.

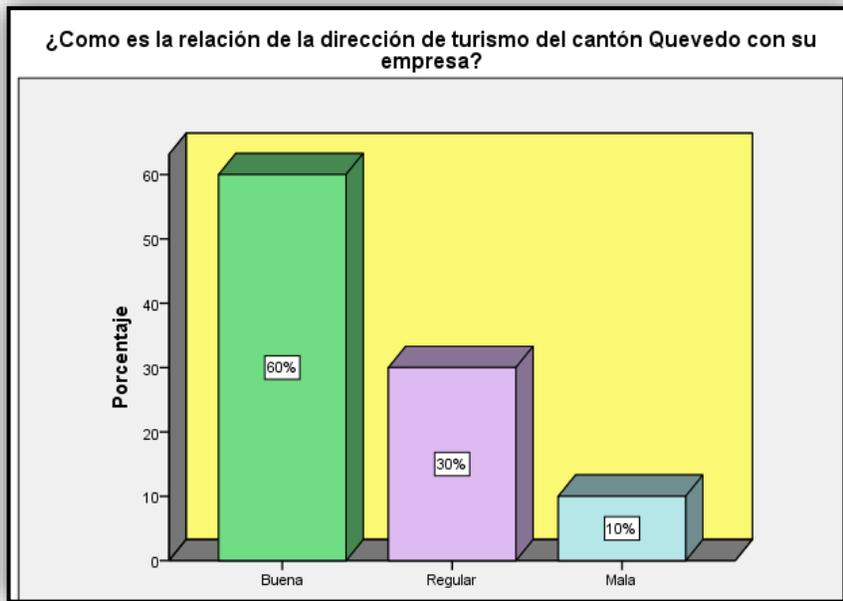
**Gráfico. 5. Resultado de la encuesta pregunta 6**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

De acuerdo a la encuesta aplicada a los prestadores de servicios el 70% manifestó que no reciben apoyo de ningún sector debido a que las empresas son de origen privado y por lo tanto las inversiones económicas son de origen propio, mientras que el 30% manifestaron que han recibido un grado de apoyo económico por parte del municipio para mejorar su trato al cliente este apoyo ha sido representado por capacitaciones a sus empleados.

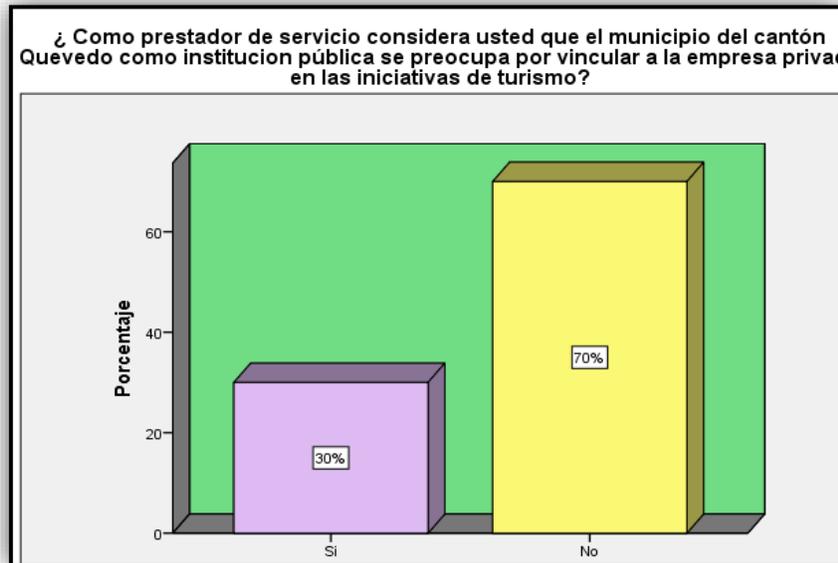
**Gráfico. 6. Resultado de la encuesta pregunta 7**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

La investigación refleja que el 60% de encuestados mantiene una buena relación con el municipio, mientras que el 30% manifestó que la relación es regular y el 10% afirmó tener una mala relación debido a que muchas veces llega a la empresa personal no calificado por parte del municipio el mismo que desconoce la normativa para empresas de servicios turísticos y le emite certificaciones o criterios no apropiados.

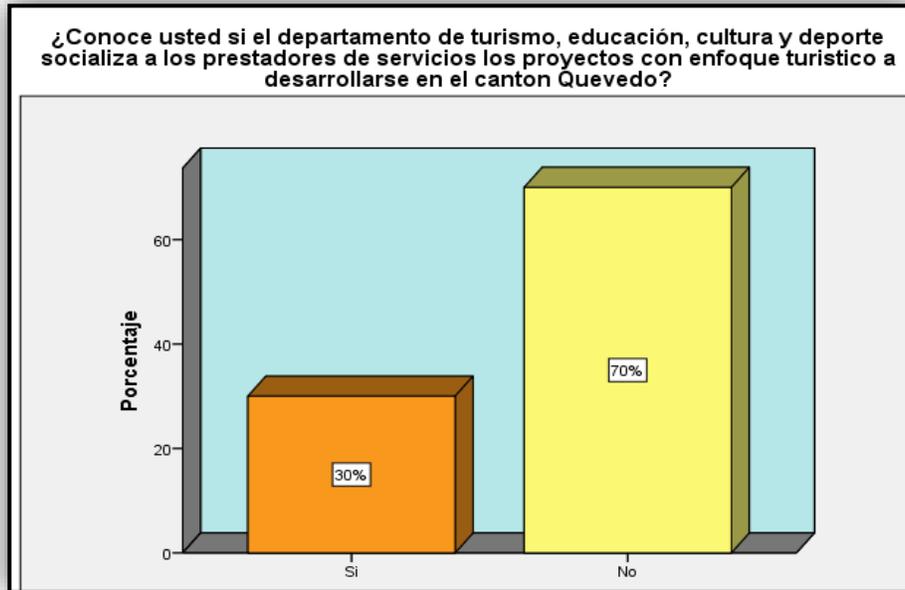
**Gráfico. 7. Resultado de la encuesta pregunta 8**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

El 70% de los encuestados manifestó que el municipio del cantón Quevedo no se preocupa por vincular a la empresa privada en las iniciativas de turismo debido a que en el cantón el turismo para la administración municipal no representa un factor primordial de desarrollo, el 30% manifestó que el municipio si se preocupa por vincular a la empresa privada pero lastimosamente los administradores de las empresas de servicios turísticos no logran llegar a un acuerdo para escuchar propuestas.

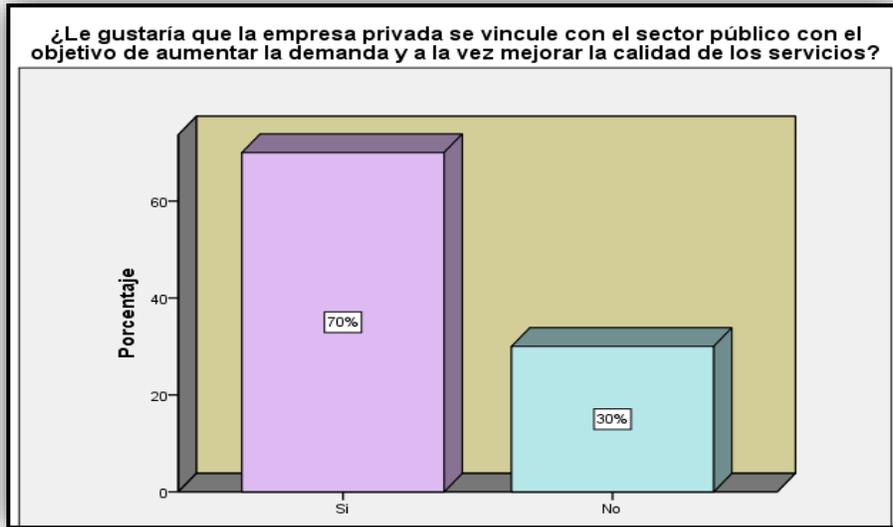
**Gráfico. 8. Resultado de la encuesta pregunta 9**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

El 70% de los encuestados manifestó que el Departamento De Turismo, Educación, Cultura Y Deporte del municipio no socializa a los prestadores de servicios los proyectos con enfoque turístico a desarrollarse en el cantón Quevedo debido a la falta de preocupación de la administración municipal de contratar personal que tenga conocimientos de turismo y por lo tanto no planifican nuevas propuestas, mientras que el 30% manifestó que el municipio si socializa los proyectos de turismo.

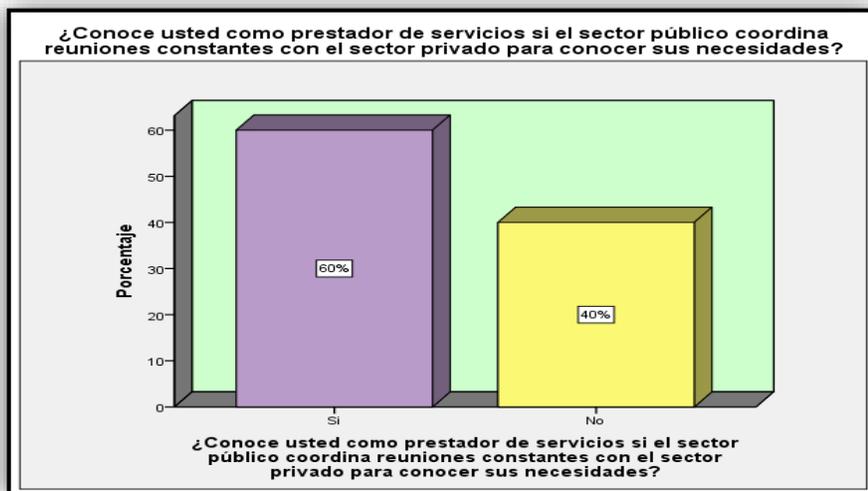
**Gráfico. 9. Resultado de la encuesta pregunta 10**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

El 70% de la población objeto de estudio afirmó que, si le gustaría que la empresa privada se vincule con el sector público con el objetivo de aumentar la demanda y a la vez mejorar la calidad de los servicios, mientras que el 30% respondió que no debido a la falta de coordinación entre el municipio y las empresas de servicios.

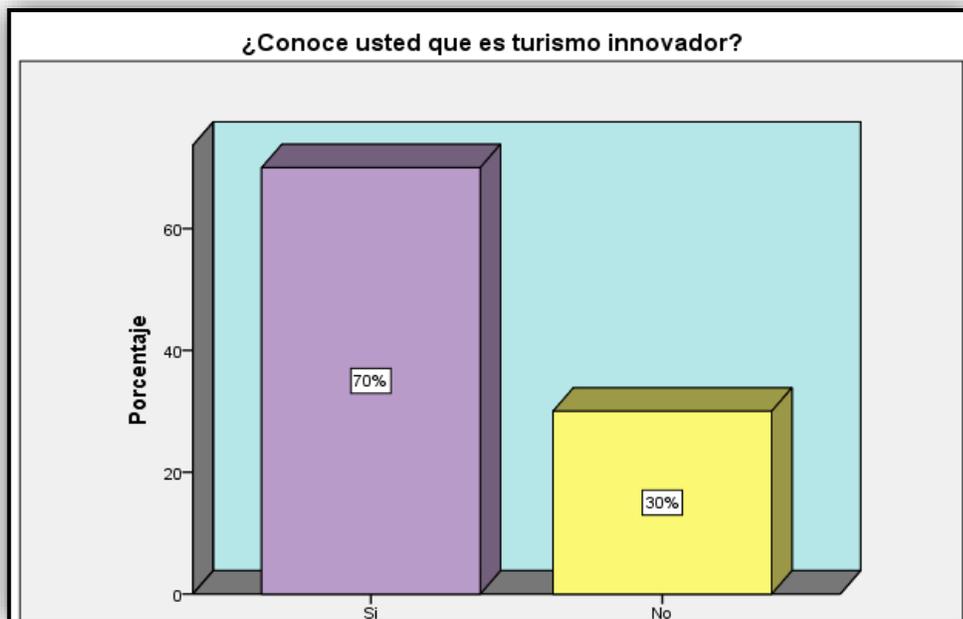
**Gráfico. 10. Resultado de la encuesta pregunta 11**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

El 60% de los encuestados considero que el municipio del cantón Quevedo si coordina reuniones constantes con el sector privado para conocer sus necesidades, pero sin embargo los encuestados coincidieron en manifestar que el municipio conoce sus necesidades pero que hasta el momento no desarrollo ningún proyecto para satisfacerlas, mientras que el 40% desconoce de la coordinación por parte del municipio.

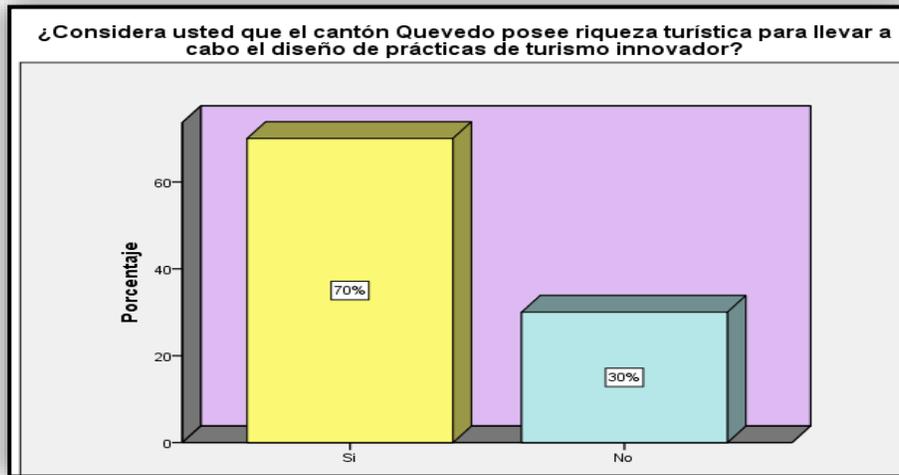
**Gráfico. 11. Resultado de la encuesta pregunta 12**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

De acuerdo con la encuesta aplicada el 70% de la población objeto de estudio si conoce que es turismo innovador el mismo que asocian a tecnología debido a que el municipio del cantón Quevedo en coordinación con el ministerio de turismo han desarrollado un programa de capacitación de las nuevas tendencias de turismo, mientras que el 30% desconoce que es turismo innovador.

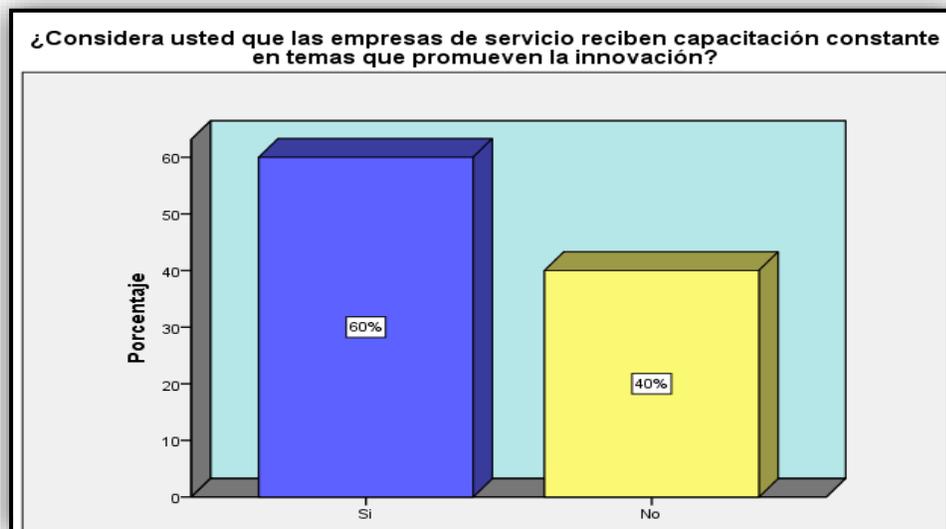
**Gráfico. 12. Resultado de la encuesta pregunta 13**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

De acuerdo con el estudio planteado el 70% de encuestados considera que el cantón Quevedo posee riqueza turística para llevar a cabo el diseño de prácticas de turismo innovador lo que determina que la investigación será una alternativa para aprovechar los recursos existentes, en otro sentido el 30% manifiesta que no.

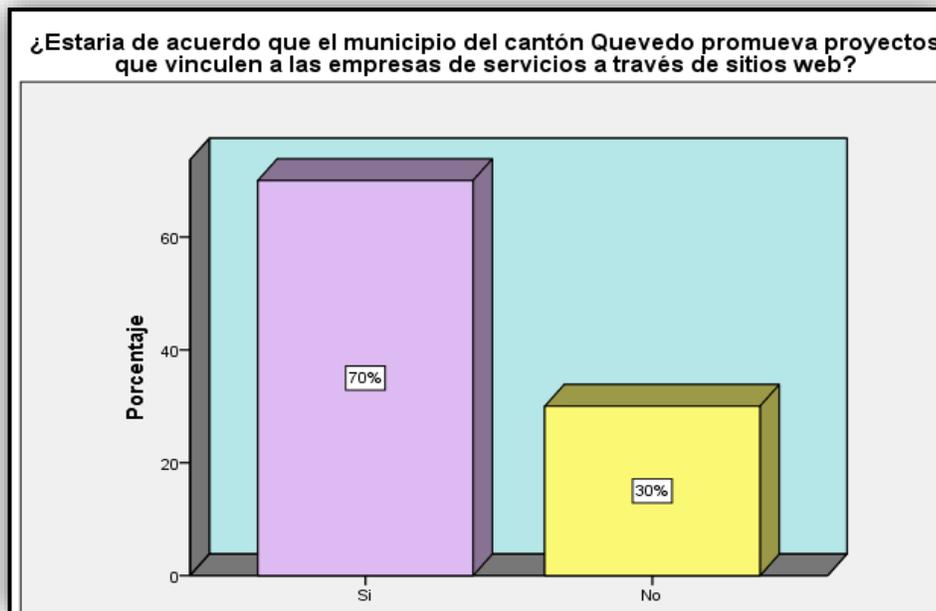
**Gráfico. 13. Resultado de la encuesta pregunta 14**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

La investigación refleja que el 60% de encuestados asegura que las empresas de servicio reciben capacitación constante en temas que promueven la innovación debido a un convenio que maneja el municipio del Cantón Quevedo con el ministerio de turismo, mientras que el 40% afirma que no reciben capacitación.

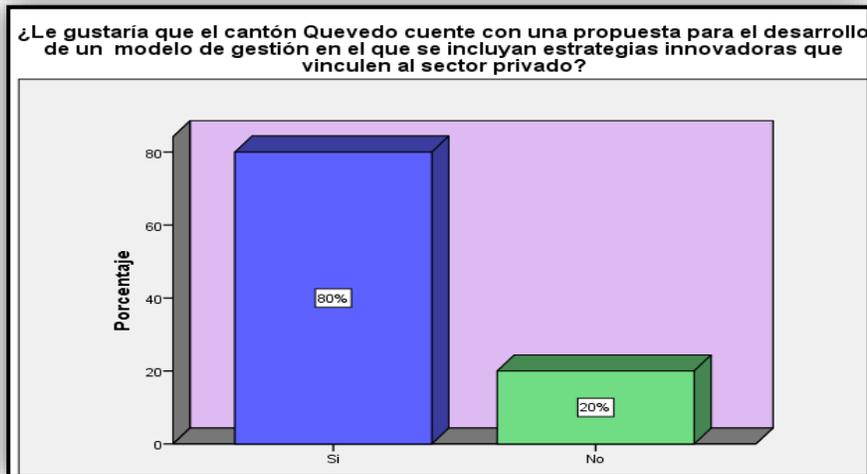
**Gráfico. 14. Resultado de la encuesta pregunta 15**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

Se considera de mayor relevancia que el cantón Quevedo promueva proyectos que vinculen a las empresas de servicios a través de sitios web así lo refleja el 70% de encuestados quienes manifiestan que sería una oportunidad muy buena para posesionarse en el mercado, mientras que el 30% asegura no estar de acuerdo por falta de coordinación y socialización por parte del municipio.

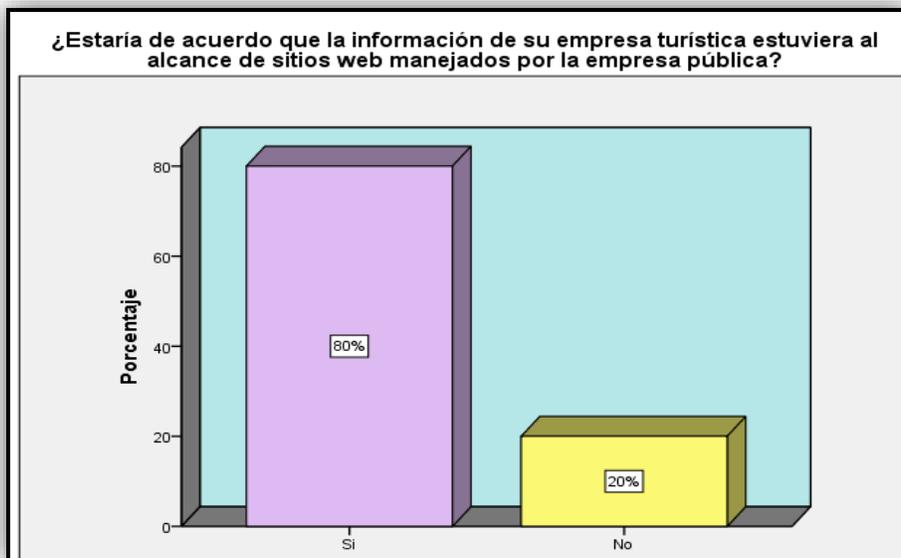
**Gráfico. 15. Resultado de la encuesta pregunta 16**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

El 80% de los encuestados afirma que le gustaría que el cantón Quevedo cuente con una propuesta para el desarrollo de un modelo de gestión en el que se incluyan estrategias innovadoras que vinculen al sector público mientras que un 20% afirma que no.

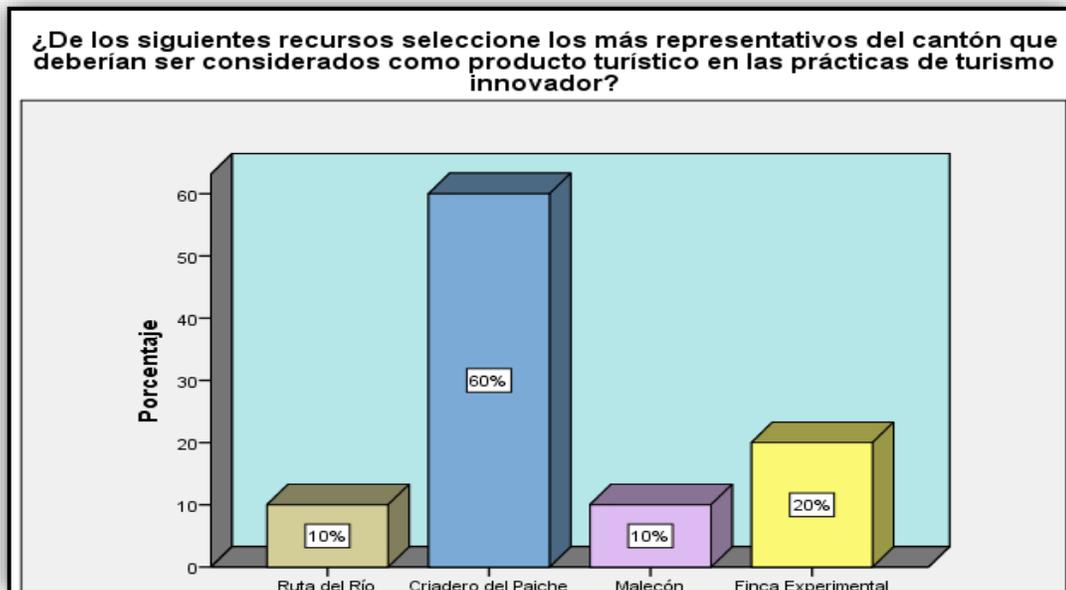
**Gráfico. 16. Resultado de la encuesta pregunta 17**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

Los datos indican una gran aceptación del manejo de información por parte de la empresa pública el mismo que se representa de un 80% debido a que los prestadores de servicios consideran que es necesario que su información sea compartida por la dirección de turismo ya que al visitante le brinda seguridad al momento de adquirir un servicio que una empresa tenga alianzas con el municipio; entre tanto el 20% afirma que no está de acuerdo con la colaboración del municipio.

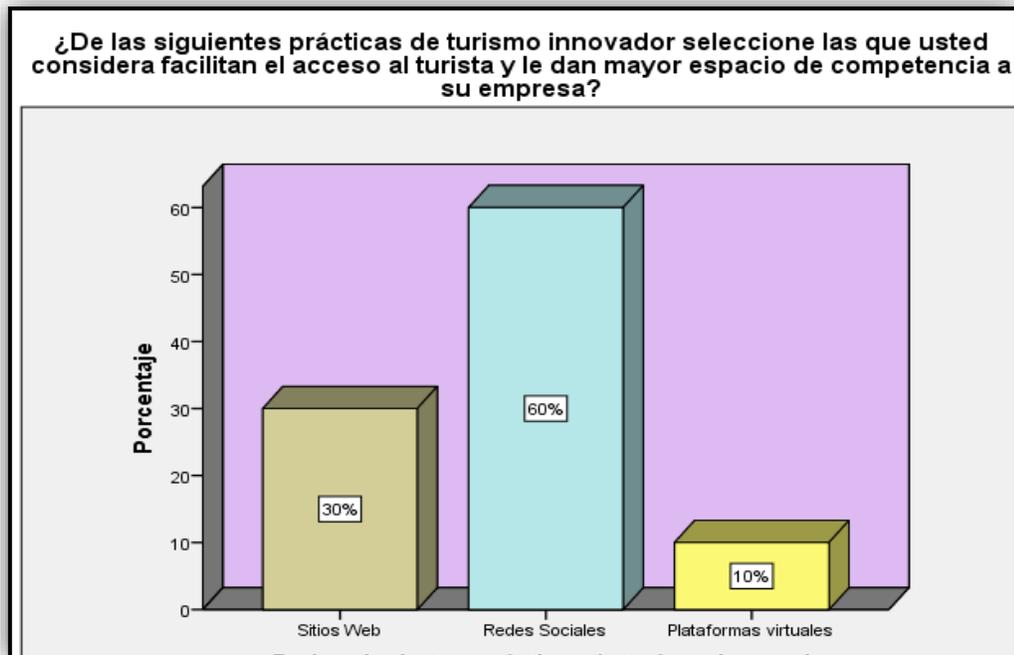
**Gráfico. 17. Gráfico. 17. Resultado de la encuesta pregunta 18**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

La investigación determina que el 60% de encuestados considera al complejo criadero del Paiche un atractivo que debe darse a conocer como innovador debido a que sería una nueva oferta para socializar a los huéspedes quienes muchas veces preguntan dónde pueden pasar su tiempo libre, mientras que el 20% consolida a la Finca Experimental la Represa como una propuesta innovadora gracias a que esta impulsa las prácticas de agroturismo, y con valores igual al 10% se ubican los atractivos Ruta del río y malecón central.

**Gráfico. 18. Resultado de la encuesta pregunta 19**

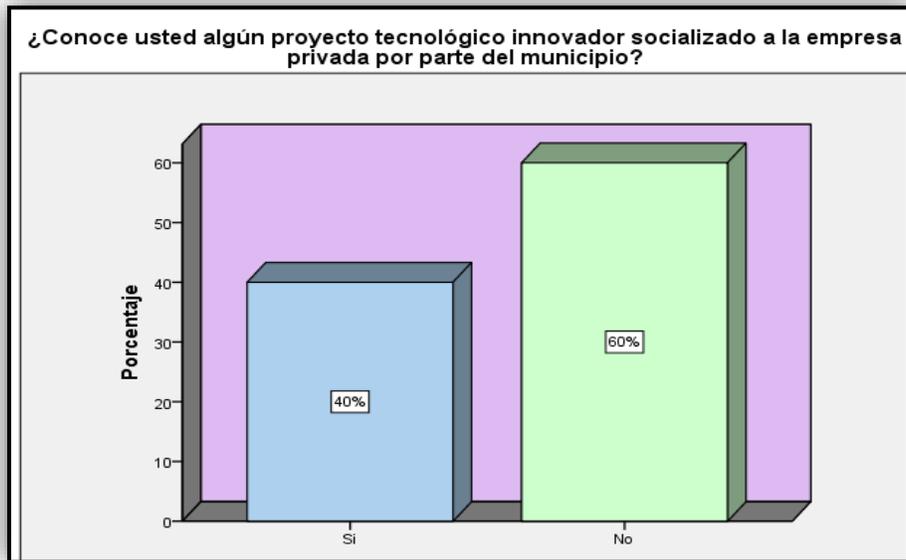


**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo

**Elaborado por:** Autora

De acuerdo a la investigación planteada el 60% de encuestados afirmó que las redes sociales representan una oportunidad para ofrecer sus servicios debido a que en la actualidad estas son consideradas un mecanismo de fácil acceso al alcance de cualquier usuario, mientras que el 30% aseguró que los sitios web facilitan el acceso a la información a los turistas, el 10% representa el uso de plataformas virtuales.

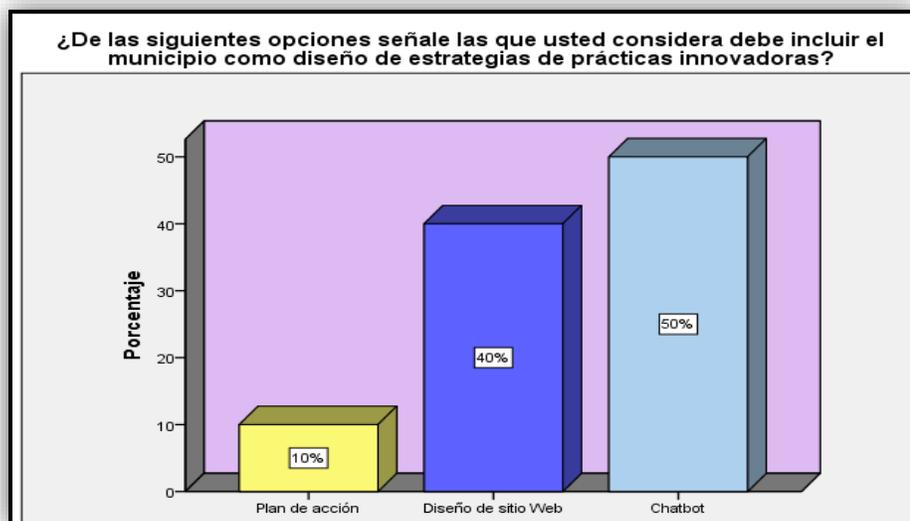
**Gráfico. 19. Resultado de la encuesta pregunta 20**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

Se denota un desconocimiento considerable de los proyectos innovadores socializados a la empresa de servicios turísticos denotando la falta de comunicación que existe entre el municipio del cantón Quevedo y la empresa de servicios.

**Gráfico. 20. Resultado de la encuesta pregunta 21**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo  
**Elaborado por:** Autora

Uno de los factores primordiales es diseñar estrategias innovadoras por lo tanto la investigación se orienta al diseño de un Chatbot para redes sociales así lo refleja el 50% de encuestados quienes consideran que la interacción entre consumidor y empresa pública le brinda seguridad al usuario, un 40% manifestó que se debería diseñar un sitio web, un 10% un plan de acción.

### **3.3.2.1. Factores internos y externos que dificultan el desarrollo de prácticas de turismo innovador en el cantón Quevedo**

De acuerdo con la información obtenida mediante la aplicación de la entrevista al representante del departamento de Turismo, Cultura, Educación Y Deporte del municipio del cantón Quevedo (ver anexo 3. Pregunta 2 ,12) se establece que los factores internos que aquejan al municipio se representan en factores económico, social, ambiental y político, de igual manera mediante la interpretación de datos de acuerdo con las opciones de respuestas de la pregunta 8 y 9 (ver gráfico. 8, 10) de la encuesta aplicada a los prestadores de servicio turístico se logró identificar los factores externos que dificultan el desarrollo de prácticas de turismo innovador representados en tecnológico, social y político, la siguiente tabla es una representación sintetizada de la información obtenida en el periodo de investigación Los factores se encuentran analizados en función de las siguientes variables:

**Tabla 6. Factores internos y externos que dificultan el desarrollo de prácticas de turismo innovador en el cantón Quevedo**

CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
<b>Factores internos que aquejan al Municipio del cantón Quevedo</b>		
<b>Económico</b>	Competitividad	Falta de presupuesto para actividades turísticas.
<b>Social</b>	Planificación	Escases de programas de actividades turísticas.
	Administración	Recursos humanos contratado sin conocimiento en temas turísticos.
<b>Ambiental</b>	Manejo de recursos	Falta de cuidado de los atractivos turísticos
<b>Política</b>	Normatividad	Falta de creación de competencia para la implementación de la dirección de turismo.
		Desconocimiento sobre leyes relacionadas al turismo.

**Fuente:** Entrevista al representante del departamento de Turismo, Educación, Cultura y Deporte.

**Elaborado por:** Autora

<b>Factores externos asociados a la empresa privada</b>		
<b>Tecnológico</b>	Mercado	Falta de innovación en medios de promoción y difusión.
<b>Social</b>	Seguridad	Escases de un programa de seguridad para la ciudad.
		Falta de la ordenanza municipal para comerciantes informales en espacios turísticos.
<b>Político</b>	Soporte institucional	Los prestadores de servicio manifiestan las entidades gubernamentales no establecen compromisos reales con los empresarios en la promoción de la actividad turística se limitan a Cursos de capacitación y contratación de personal poco calificado para dar continuidad al diseño de nuevos proyectos que los benefician.

**Fuente:** Entrevista al representante del departamento de Turismo, Educación, Cultura y Deporte.

**Elaborado por:** Autora

### **3.3.2.2. Discusión**

Román, Patiño, & Arbeláez (2013) refieren para diseñar un modelo teórico de gestión se necesita una metodología que se adapte a las necesidades de los prestadores de servicios, el mismo se organiza en función de la planeación estratégica debido a que “parte de un proceso administrativo que procura, a través de un análisis de los objetivos, metas y el entorno interno y externo de la organización. Oviedo (2014) refiere que para poder diseñar una propuesta de modelo de gestión se requiere identificar los problemas, sus objetivos y la dirección, todo esto antes de iniciar el proceso de Planeación Estratégica el cual inicia con una auditoría externa para identificar las amenazas y las oportunidades. Después propone realizar una auditoría interna para identificar debilidades y fortalezas, con esta información. Fijar la nueva misión de la compañía. Para elaborar las matrices del modelo estratégico.

Guanotuña (2013) sostiene que para diseñar un modelo de gestión es necesario conocer cuáles son las estrategias que busca desarrollar el negocio, así como también el planteamiento de objetivos, un modelo de gestión se debe adaptar a las necesidades del usuario ya que parten de la identificación de un problema hasta llegar a la creación de estrategias. De acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estudio del objetivo específico numero dos que hace relación a la identificación de los factores internos y externos que dificultan el desarrollo de prácticas de turismo innovador se identificó que los mismos se encuentran representados por factores internos asociados al ámbito económico, social, ambiental y político, de igual manera mediante la interpretación de datos se logró identificar los factores externos representados en tecnológico, social y político. Introducción al estudio de los factores del turismo.

Los factores del turismo se caracterizan porque constituyen la base económica, cultural e institucional de una comunidad nacional, regional o local, su desarrollo es condición indispensable, necesaria y previa para el proceso del turismo. Los factores del turismo se relacionan en forma indirecta con el fenómeno turístico, porque procuran fundamentalmente la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades materiales y culturales de la población (Baños, 2012). Altimira (2013) Aborda el crecimiento del sector turístico se ve frenado y retraído debido a las causas de desinterés que presentan las instituciones por analizar los factores internos y externos que aquejan a una institución el autor reconoce cuatro factores que configuraron como ejes fundamentales en la caracterización de nuevas propuestas 1) Políticos: Estabilidad política a nivel global alcanzado con un período de paz relativamente garantizado. 2) Económicos: Recuperación de la economía en crecimiento, aumento de los niveles de ingreso y calidad de vida, surgimiento de grandes empresas de intermediación turística, surgimiento del marketing.3) Sociales: consolidación de los derechos laborales y remuneración justa, reconocimiento de los servicios turísticos. 4) Tecnológicos: consolidación de las propuestas de turismo innovador asociados al uso contantes de sistemas de comunicación web y redes sociales.

Para llevar a cabo el diseño de prácticas de turismo innovador se tomó en consideración las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios y la entrevista aplicada al representante del departamento de turismo educación, cultura y deporte ambas unidades de análisis coincidieron en que las practicas innovadoras deben estar orientadas al diseño de un sitio web y al diseño de un chatbot asociado a redes sociales las mismas que para los prestadores de servicios son el principal canal de comercialización. Alzuna (2011) Aporta a la investigación manifestando la innovación en el campo del turismo tiene unas características específicas derivadas de las peculiaridades del sector.

En primer lugar, la intangibilidad y creciente contenido en información y, en segundo lugar, la interdependencia entre las empresas turísticas y los recursos gestionados en el destino en el cual se sustentan el desarrollo de servicios innovadores es otras de las nuevas vías para los prestadores de servicio los mismos que buscan nuevas formas de ofertar y comercializar servicios, apoyándose en las nuevas tecnologías. Cipriani (2018) Sostiene para muchas personas, el hecho de que una empresa turística no esté presente en la red crea desconfianza o falta de seriedad por parte de la empresa. Para todo el sector del turismo la página web se ha convertido en el centro del Mix de comunicación.

Considerando que las empresas públicas deben aportar seguridad a un destino y a la vez innovación (Bernal, 2010) refiere:

Los asistentes virtuales y chatbot mejoran la experiencia del turista en todo el ciclo del viaje, el papel que están adquiriendo los chatbot en el sector turístico en todos sus ámbitos, desde la reserva o la búsqueda de información hasta la atención al cliente en hoteles o las opciones de qué hacer en los destinos. Estas interfaces se convierten en unas herramientas que al igual que ha ocurrido con las webs o algunas apps se acabarán convirtiendo en un compañero de viaje imprescindible. La industria turística se encuentra inmersa en un proceso de transformación digital imparable, convirtiéndose en el ejemplo perfecto de cómo la digitalización ha transformado por completo un modelo de negocio establecido. Las nuevas tecnologías se han convertido en un elemento clave para dar respuesta a las necesidades del nuevo turista digital, a la vez que han contribuido a crear un sector más competitivo, sostenible y responsable. (Bernal, 2010, p.1,2)

## **CAPÍTULO IV. PROPUESTA**

### **4.1. Justificación**

En las últimas décadas la innovación se considera vital para afrontar el reto de la competitividad de las economías y de las empresas a nivel global, así como también, constituye uno de los instrumentos de las administraciones públicas, las empresas y la sociedad para favorecer el desarrollo humano, social y económico de un territorio. En este contexto, la innovación es considerada por responsables políticos y líderes empresariales como la única manera de resolver los problemas sociales y la competitividad de las empresas principalmente de los establecimientos independientes.

Enmarcados en el Art. 54 del COOTAD (código orgánico de ordenamiento territorial) el mismo que manifiesta son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes actividades: CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, COOTAD (2015) “g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizado” (p37). Se establece la propuesta de un diseño de modelo de gestión estratégica para el Gad del cantón Quevedo el mismo que busca establecer las estrategias de turismo innovador el buen funcionamiento de las empresas y los recursos existentes.

### **4.2. Propósito general**

Impulsar mediante una propuesta de modelo de gestión estratégica las prácticas de turismo innovador en el cantón Quevedo.

### **4.3. Desarrollo**

#### **4.3.1. Fase 1**

##### **4.3.1.1. Problema**

Las empresas del sector turístico, así como las entidades públicas o privadas, deben ejercer acciones para implementar servicios que permitan el acceso a esta actividad a un importante segmento de la población. De acuerdo con los diferentes aportes teóricos sobre innovación, la mayor parte de ellos coinciden que hace referencia a todo cambio basado en el conocimiento de la tecnología. Por lo tanto, las empresas turísticas realizan actividades de innovación por múltiples razones, entre ellas, mejorar su eficiencia y productividad incrementando su competitividad y rentabilidad, así como, mejorar la prestación de los servicios para aumentar la satisfacción de los clientes y mejorar la imagen de la empresa para mantenerse en el mercado.

Entre los problemas que aquejan al municipio del cantón Quevedo se observa la falta de una planificación estratégica definida el mismo que enfrenta al municipio a una mala toma de decisiones, ya que no se tiene el adecuado campo de visión de los problemas que aquejan a los prestadores de servicios con la ausencia de la planificación estratégica no se tiene claro el futuro de los recursos y tampoco de nuevos proyectos innovadores, pues no se está planteando metas que oriente a los prestadores de servicios a ofrecer sus productos mediante sistemas innovadores lo cual puede significar para el municipio un problema administrativo. El municipio del cantón Quevedo no cuenta con un modelo de gestión, que proporcione la información necesaria de los atractivos y servicios existentes el nivel de ineficiencia en la planificación de metas ocasiona la desmotivación de los prestadores de servicios para establecer convenios con la institución pública.

### 4.3.1.2. Inventario de Atractivos Turísticos

Los recursos turísticos que posee el cantón Quevedo son una muestra de que la ciudad puede llegar a convertirse en un destino innovador si se lleva a cabo una debida planificación la siguiente tabla detalla los aspectos relevantes de los atractivos visitados (ver anexo 6 registro de inventarios).

**Tabla 7. Inventario de atractivos turísticos**

Nombre del atractivo	Categoría	Ubicación	Jerarquía
Ruta del Río	Manifestaciones culturales	A 8 km de la ciudad de Quevedo, pasando por la cooperativa el pantano	II
Malecón de Quevedo	Manifestaciones culturales	1 km de la ciudad de Quevedo, pasando por el puente Dr. Humberto Alvarado.	II
Complejo municipal "AGRILSA"	Manifestaciones culturales	A 2 km de la parroquia Eloy Alfaro, pasando por el puente Velazco Ibarra.	II
Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIAP) Estación Pichilingue	Manifestaciones culturales	Km 5 vía Quevedo - El Empalme	II
Palacio de cristal	Manifestaciones culturales	Calle Eloy Alfaro y Quinta	II
Iglesia San José	Manifestaciones culturales	Calle siete de octubre y la 5ta	II
Monumento Héroes del Cenepa	Manifestaciones culturales	Km 1 vía Buena Fe Quevedo	I

**Fuente:** Inventario de atractivos turísticos

**Elaborado por:** Autora

### 4.3.1.3. Análisis FODA

**Tabla 8. Análisis FODA para el municipio del cantón Quevedo**

Institución	Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Quevedo	
	<b>Interno</b>	
<b>Departamento de turismo, cultura educación y deporte</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	Buena relación con los prestadores de servicio	Falta de recurso humano capacitado
	Conocimiento de proyectos innovadores	Personal no domina el idioma ingles
	Compromiso del municipio con recursos financieros	Limitaciones presupuestarias
	Comunicación permanente y seguimiento a tareas y proceso. El personal tiene claros sus funciones y las tareas que ejecuta.	Faltan manuales de funciones. Falta de la creación de la dirección de turismo
	Se da importancia a los programas de capacitación para los prestadores de servicios.	Castrato turístico no se actualiza anualmente
<b>Reporte de conclusiones</b>		
Mediante el análisis interno se determina que el municipio del cantón Quevedo necesita mejorar sus objetivos de planificación para no caer en conflictos con los prestadores de servicios.		
<b>Institución</b>	<b>Empresas de servicio turístico</b>	
	<b>Externo</b>	

<b>Empresas de servicio turístico</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	Tecnología internet, redes sociales, aplicaciones móviles, interés por impulsar proyectos innovadores	Gobierno con capacidad de tomar malas decisiones
	Buena relación con el municipio	Inseguridad – delincuencia
	Objetivo del municipio por incentivar proyectos innovadores	Falta de normativa turística
	Posibilidad de incrementar los ingresos presupuestarios a través de alianzas estratégicas	Desastres naturales
<b>Reporte de conclusiones</b>		
El análisis externo refleja el interés de los prestadores de servicios en ser partícipes de proyectos innovadores asociados a la tecnología para mejorar los servicios ofertados.		

**Fuente:** Entrevista

**Elaborado por:** Autora

#### **4.3.1.4. Calidad, y capacitación de los prestadores de servicios.**

De acuerdo con la entrevista aplicada al responsable de la dirección de cultura, turismo, educación y deporte se identificó los programas de capacitación que coordina el municipio en busca de mejorar los servicios turísticos.

- Innovación
- Atención al cliente
- Manejo de redes sociales
- Manejo de alimentos

#### **4.3.2. Fase 2**

##### **4.3.2.1. Fase 2 Análisis de la gestión turística del cantón Quevedo**

###### **➤ Misión Propuesta**

Ser una municipalidad líder que promueve el desarrollo integral de la comunidad, con una gestión eficiente, transparente y participativa, posicionando a Quevedo como un cantón innovador, sostenible, ordenado y participativo donde se promuevan los intereses de la población en beneficio de los visitantes.

### ➤ **Visión Propuesta**

Para el año 2025 el cantón Quevedo se convertirá en un destino innovador, con propuestas de turismo orientadas a satisfacer las necesidades de turistas y visitantes mediante el uso de alternativas tecnológicas que les permita conocer los atractivos de manera segura y organizada.

### ➤ **Valores propuestos**

- Respeto hacia cada uno de los turistas sin distinción de raza, religión o sexo.
- Honestidad en cada una de las interrogantes que los turistas planteen
- Innovación trabajar con creatividad y con visión para anticiparnos al cambio
- Conocimiento profundo de los servicios ofertados
- Capacitación de los prestadores de servicios turísticos.
- Promover la innovación constante en los prestadores de servicio turístico

#### **4.3.2.2. Registro de planta turística para empresas de alojamiento del cantón Quevedo.**

Con el objetivo de identificar el estado actual de las empresas de servicios se visitó 4 empresas de alojamiento la siguiente tabla muestra información relevante de las empresas: (ver anexo 7 inventario de planta turística)

**Tabla 9. Registro de planta turística del cantón Quevedo**

<b>Nombre del Establecimiento</b>	<b>Categoría</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Propietario</b>
Hotel D´ Barros	4 estrellas	Av 7 de Octubre y decima segunda esquina	Sr. Orlando Barros
Hotel San Andrés	4 estrellas	Av 7 de Octubre y decima primera Centro de Quevedo	Ing. Fabricio Toala Luna
Hotel Palmar del Sol	4 estrellas	Km 5 de la vía Quevedo el Empalme	S/N
Hostal Aroma de Cacao	4 estrellas	Quevedo, av. Bolivar entre 10ma. y 11va	Ing. MsC. Marco Cortez

**Elaborado por:** Autora

### 4.3.2.3. Identificación de los proyectos de planificación con relación al turismo.

Los proyectos con enfoque turístico que impulsa el municipio del cantón Quevedo se orientan a la regeneración de las dos áreas del malecón la primera que corresponde a la parroquia de San Camilo y la segunda a la zona centro de Quevedo la regeneración del malecón tiene enfoque turístico debido a que se pretende aprovechar el Rio de Quevedo.

### 4.3.3. Fase 3

#### 4.3.3.1. Identificación de las competencias y funciones de los entes involucrados

*Tabla 10. Competencias y funciones de los entes involucrados en la investigación*

Competencias y funciones de los entes involucrados en la investigación			
Entidad	Establecimientos	Servicios	Responsable
Gad del cantón Quevedo	Departamento de turismo, educación, cultura y deporte	Información Planificación	Lcdo. Carlos Garzón Meza
Prestadores de servicios	Hotel D´Barros	Alojamiento Alimentación	Sr. Orlando Barroz
	Hotel San Andrés Inn	Alojamiento Seguridad Alimentación	Ing. Fabricio Tóala Luna
	Hotel Palmar del Sol	Alimentación Alojamiento Buffet	Privado
	Hostal Aroma de Cacao	Alojamiento Alimentación	Ing. Marco Cortez
	Agencia de viajes Polimundo	Viajes Planificación	Ing. Susana Camacho

*Elaborado por: Autora*

#### 4.3.3.2. Estrategias propuestas

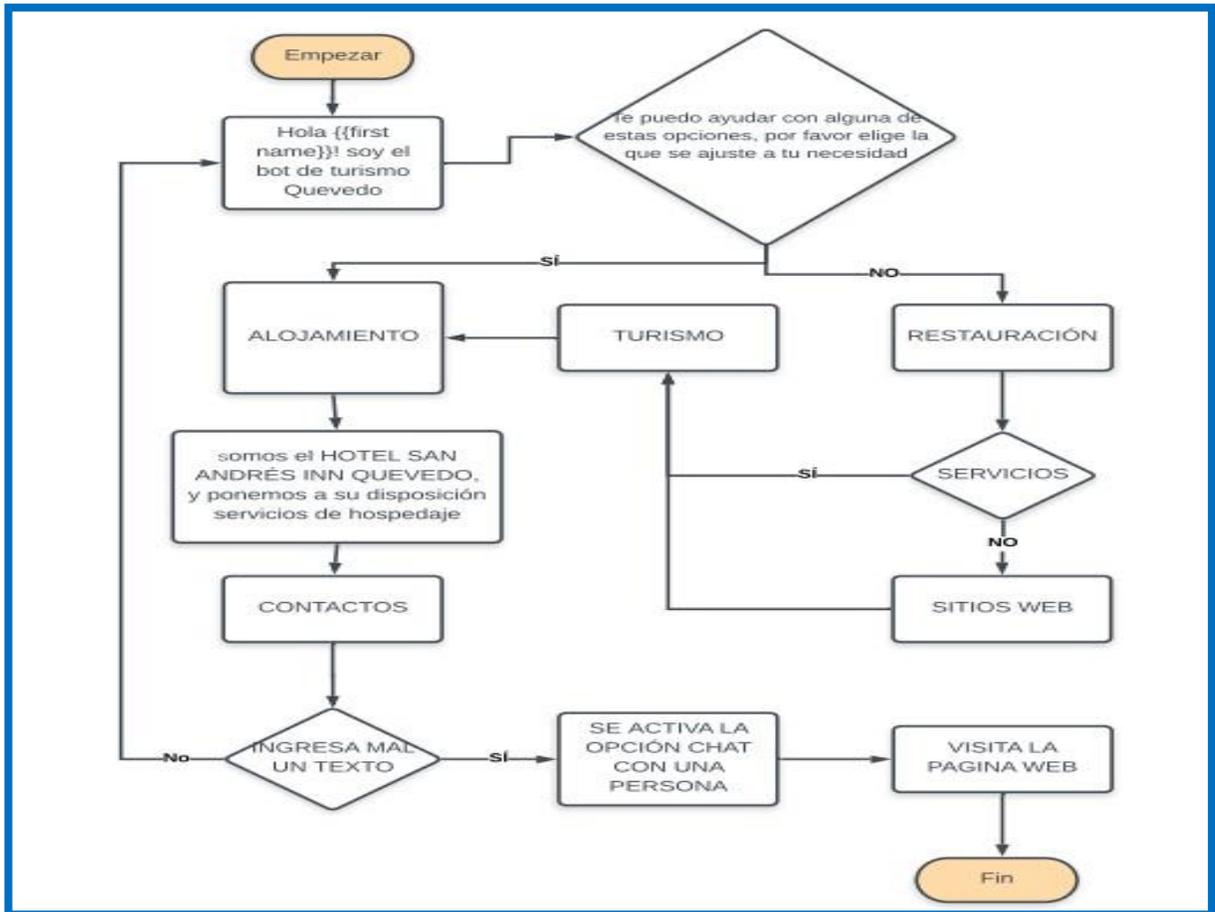
##### ➤ Estrategia N0 1 Diseño de un chatbot

Los chatbot de Facebook son una aplicación innovadora que tienen el soporte para el registro de información representados a manera de input y output que permiten el ingreso y salida de texto desde una forma organizada partiendo del diseño de un flujograma ( ver gráfico de diagrama de flujo) los chatbot

permiten mantener una conversación directa con los usuarios que al hacer clic en un anuncio podrán acceder a los servicios de las empresas turísticas los mismos que se encuentran segmentados en función de cada uno de los servicios, el chatbot de Facebook para el municipio del cantón Quevedo se encuentra enlazado a la aplicación Chatfuel, en la aplicación se diseñó una base de datos de los principales servicios con los que cuenta el cantón, como es alimentación, turismo, restaurantes ( ver gráfico diseño de bot ) esta estrategia es el resultado de la necesidad del municipio del cantón Quevedo basado en la respuesta de la pregunta número 10 de la entrevista aplicada al representante de la dirección de turismo, educación, cultura y deporte (ver anexo 3 pregunta 10):

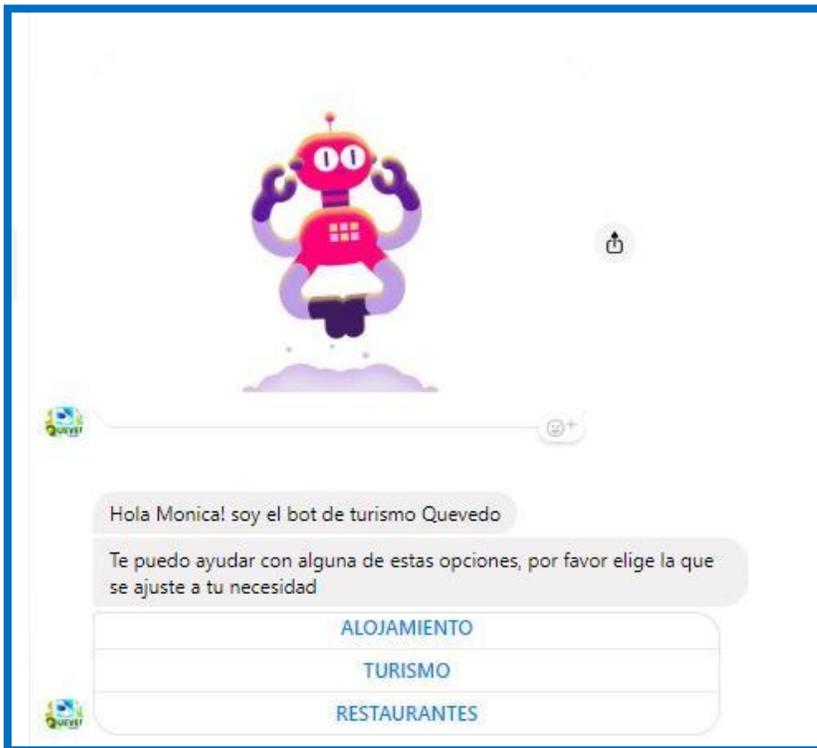
- Como primer paso se abrió el link [www.chatfuel.com](http://www.chatfuel.com)
- Segundo se enlazo la cuenta a la fan page de Facebook turismo Quevedo
- Tercero se diseñó el diagrama en base a lo que se quiere mostrar en la página oficial, el diagrama funciona como un sistema de input y output que permite el ingreso y salida de texto desde una forma organizada.
- Link del chatbot:  
<https://dashboard.chatfuel.com/#/bot/5d1450de0329fd000114aab3/structure/5d1450de0329fd000114aad4>

Gráfico. 21. Diagrama de flujo para chatfuei



Elaborado por: Autora

**Gráfico. 22. Diseño de bot**



**Elaborado por:** Autora

➤ **Estrategia N0 1 Diseño de un sitio Web**

**Descripción de la estrategia:** La página web del municipio del cantón Quevedo es un sitio electrónico que guarda información relevante de los principales atractivos del cantón Quevedo su diseño fue necesario desarrollarlo de acuerdo con las necesidades de los prestadores de servicios quienes manifestaron la importancia de un sitio web para dar a conocer los recursos. (ver gráfico 20 de resultado de encuesta).

- Como primer paso se creó una cuenta en hotmail:  
quevedoesturismo@outlook.com

- Segundo paso se creó una cuenta en <https://www.webnode.es/>
- Tercero se ingresó la información referente a historia, turismo, servicios, alimentación, y ubicación del cantón Quevedo dando como resultado el siguiente:  
Diseño link de la página web:  
<https://quevedoesturismo.webnode.es/contacto/>

**Gráfico. 23. Diseño de sitio Web para el municipio del Cantón Quevedo**



**Elaborado por: Autora**

## CONCLUSIONES

- Se determinó los referentes teóricos necesarios que permitieron establecer la propuesta de diseño para un modelo de gestión estratégica mediante la revisión de estudios previos expuestos por varios autores quedando establecido la metodología del diseño de la siguiente manera: identificación del problema de estudio, el Inventario de recursos turísticos, el planteamiento del análisis FODA de la situación actual del municipio del cantón Quevedo, la descripción de la calidad, y capacitación de los prestadores de servicios, establecimiento de visión y misión de la propuesta, el Inventario de 4 empresas de alojamiento, Identificación de los proyectos de planificación con relación al turismo y la formalización de un plan estratégico donde se determine la identificación de las competencias y funciones de los entes involucrados del sector turístico y el registro de estrategias de innovación.
- Se identificó que los factores internos que aquejan al municipio del cantón Quevedo se representan en factores económico, social, ambiental y político, de igual manera mediante la interpretación de datos de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios se logró identificar los factores externos que dificultan el desarrollo de prácticas de turismo innovador representados en tecnológico, social y político.
- Como parte de las propuestas de estrategias de turismo innovador se diseñó un Chatbot asociado a la red social Facebook, así como el diseño de un sitio web para el municipio del cantón Quevedo ambos instrumentos fueron considerados debido a la necesidad del municipio, así como de los prestadores de servicio de contar con medios electrónicos que se ajusten a la tecnología actual.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el municipio del cantón Quevedo emplee la propuesta de modelo de gestión estratégico para la toma de decisiones en proyectos que aporte al desarrollo del turismo local.
- Se recomienda que el que el municipio del cantón Quevedo organice mesas de trabajo con el sector privado a fin de conocer sus necesidades a través del diálogo que permitan resaltar los atractivos del cantón y las facilidades turísticas que ofrece.
- Se recomienda socializar a los prestadores de servicios turísticos los proyectos innovadores que garanticen la participación activa del municipio del cantón Quevedo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña, P. (2010). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *La innovación el Sevier*, 7(3), 13 – 14. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X>
- Adame, V. (2016). Secretaria de educación pública. Obtenido de <https://es.slideshare.net/Adhervi98/mtodo-sinttico-66930826>
- Agudelo, G. (2011). Conceptos básicos de la gerencia estratégica. Obtenido de <https://gustavo-agudelo-velez.webnode.es/blog/gerencia/gerencia-estrategica/conceptos-basicos-gerencia/modelos-de-gerencia-estrategica/>
- Altimira, R. (2013). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario jurídico y económico Escorialense*, 9(13),14,15. Obtenido de <https://www.revistacomercioexterior.com/articulo.php?id=113&t=el-turismo-cómo-motor-de-crecimiento-económico>
- Álvarez, A., Rego, G., Leira, J., & Gomis. (2011). Innovación turística: Perspectivas Teóricas y objetos de estudio. *ROTUR/ Revista de ocio y turismo*, 16 (3),18-24. Obtenido de [file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-InnovacionTuristica-2701283%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-InnovacionTuristica-2701283%20(2).pdf)
- Alzuna, A. (2011). Innovación en el sector turístico Vasco. *Comercio y turismo del gobierno Vasco*, 2(8),11 – 12. Obtenido de <http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur29/29alzua/29alzua.htm>
- Andreu, M. (2010). Evaluación de la infraestructura y servicios turísticos en áreas protegidas. *Estudios y perspectivas del turismo*, 5(6),20 -21. Obtenido de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n3-4a10.pdf>
- Baños, P. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas del turismo*, 7(11),13 – 14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056010.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Colombia: Person Educación.
- Betancourt, J. (2006). Gestión estratégica: Navegando Hacia el cuarto paradigma. *Paradigma del conocimiento*,5(13),1-2. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/220/index.htm>
- Blanco, G. (2010). Modelo de formación de políticas y programas sociales. *gestión académica*,13(10),20-21. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-04/BLOQUE-ACADEMICO/Semana-1/lecturas/obligatorias/1.pdf>
- Bravo, E. (2011). *Análisis de la gestión estratégica*. Obtenido de <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/desarrollo%20local%20y%20redes.pdf>

- Brenes, R. (2010). *Circulo de Cartago*. Obtenido de <http://www.circulodecartago.org/wp-content/uploads/2012/08/El-Turismo-en-la-Globalizaci%C3%B3n.pdf>
- Brida, J., Riaño, E., Such, M., & Zapata, S. (2011). Valoración del turismo de cruceros por parte de la comunidad local: Cartagena de Indias. *Revista de geografía y ciencias sociales*, 16(389), 6-7. Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-389.htm>
- Buenaventura, M. (2011). *La innovación en el turismo desde la percepción del visitante*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/emprendedores/articulo/las-empresas-de-turismo-y-transporte-más-innovadoras-de-Colombia/240055>
- Bustamante, P. (2018). *Buenos trabajos de innovación*. Obtenido de [https://www.academia.edu/11170258/1\\_4\\_comparaci%C3%B3n\\_de\\_modelos\\_de\\_gestion\\_estrategica](https://www.academia.edu/11170258/1_4_comparaci%C3%B3n_de_modelos_de_gestion_estrategica)
- Camacho, M. (2014). *El turismo un factor innovador*. Obtenido de <https://www.hosteltur.com/innovacion/tendencias>
- Castro, U., González, J., & Maldonado, L. (2017). Destinos turísticos inteligentes: Estrategia para el desarrollo local en países pobres. *Turydes: Turismo y Desarrollo*, 18(241), 12-16. Obtenido de [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/3\\_baldomero\\_leon\\_navarro\\_informe\\_final\\_dti\\_marbella.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/3_baldomero_leon_navarro_informe_final_dti_marbella.pdf)
- Cipriani, M. (2018). *Estudio de los sistemas innovadores del turismo*. Obtenido de <https://planetachatbot.com/asistentes-virtuales-y-chatbots-en-turismo-310d4021f667>
- Código orgánico de organización territorial, (2015). *Análisis de competencias del turismo*. Obtenido de [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15\\_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf)
- Comisión mundial de medio ambiente. (2015). *El medio ambiente del turismo una visión a la sostenibilidad*. Obtenido de <https://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>
- Díaz, T. (2009). Capital intelectual: el intangible generador de valor en las empresas del tercer milenio. *Investigaciones en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas*, 2 (3), 17-19. Obtenido de [https://fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuarta/Maglioglio,Carazay,Suardi\\_capital%20intelectual.pdf](https://fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuarta/Maglioglio,Carazay,Suardi_capital%20intelectual.pdf)
- Diéguez, I., Gueimonde, A., & Sinde, A. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de cultura e turismo*, 8(11). Obtenido de <file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Dialnet-AnalisisDeLosPrincipalesModelosExplicativosDeLaCom-3743052.pdf>

- Fonseca, J. (2014). Análisis de la cadena de valor. *Strategic planning as a tool for managing organizational change*, 4 (87), 22-24. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- Fuentes, T. (2011). Análisis de tres modelos de planificación estratégica bajo cinco principios del pensamiento complejo. *Redip.Unexpo. Vrp. Venezuela*, 1, (2), 3 -5. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3895231>
- Galindo, D. (2016). Modelos de gestión de destinos síntesis y evaluación. *Estudios y perspectivas en turismo*, 10(33), 23-26. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180743275001>
- Guisan, C. (2012). La economía en cuanto ciencia : Enfoque desde la complejidad. *Revista Galega de economía*, 21(1), 21 - 23. Obtenido de [file:///C:/Users/PC/Downloads/art%C3%ADculo\\_redalyc\\_39123194011.pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_39123194011.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8917/Capitulo\\_III\\_Marco\\_Metodologico.pdf](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8917/Capitulo_III_Marco_Metodologico.pdf)
- Hidalgo, A. (2011). *Los valores del turismo innovador*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X>
- Hurtado, M. (2016). *La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/innovacion-sector-turistico/>
- Ivars, J. (2003). *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Obtenido de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-05/semana5/Ivars\\_Josep.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-05/semana5/Ivars_Josep.pdf)
- Jiménez, C. (2015). *Los aspectos conceptuales de la innovación*. Obtenido de [file:///C:/Users/PC/Downloads/PS0615\\_15.pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/PS0615_15.pdf)
- Jimenez, C., & Macrini, D. (2011). Calidad e innovación una visión estratégica empresarial. *Calidad e innovación*, 14(13), 11-12. Obtenido de <https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc>
- Kerlinger, F. (2005). *Investigación del comportamiento métodos de investigación en ciencias sociales*. Obtenido de <https://psicologiaexperimental.files.wordpress.com/2011/03/kerlinger-y-lee-cap-1.pdf>
- Llorca, J. (2017). *El visitante un análisis a sus intereses*. Obtenido de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/gobernanza-turistica/>

- López, M. (2013). *La calidad del destino desde el enfoque de la planificación*. Obtenido de <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/30644/7/TESIS.pdf>
- Manual de Oslo. (2010). *Manual de oslo procesos de innovacion*. Obtenido de <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>
- Marín, P. (2014). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284407149>
- Martínez, P. (2018). *Análisis del crecimiento económico del turismo en el Cantón Quevedo*. Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/223/1/IAEN-005-2003.pdf>
- Menoya, S., Gómez, G., & Pérez, I. (2017). Modelo basado en enfoque de cadena de valor para gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística. *Retos del turismo en el siglo XXI*, 13(19), 16-17. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552017000100011](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552017000100011)
- Molina, P. (2013). *Comportamiento del consumidor en un destino*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Moreno, M. E. (2005). Importancia de los modelos conceptuales y teorías de enfermería: experiencia de la Facultad de Enfermería de la Universidad de La Sabana. *Aquichan*, 2(11), 21-22. Obtenido de <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/58/12>
- Naranjo, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, 23(113), 13-14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Narváez, M., & Fernández, G. (2010). *Actualidad y divulgación científica en el turismo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v13n2/v13n2a20.pdf>
- Navajas, G. (23 de Julio de 2019). *La innovación y su desarrollo*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X>
- Navarro, E., Velasco, R., & Esparza, I. (2015). *Metodología para diseñar un modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una organización de la sociedad civil de ciudad Obregón, Sonora*. Obtenido de [http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/METODOLOGIA\\_PARA\\_DISENAR\\_UN\\_MODELO\\_DE\\_GESTION\\_PARA\\_MEJORAR\\_EL\\_DESEMPEÑO\\_INDIVIDUAL\\_EN\\_UNA\\_OSC\\_DE](http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/METODOLOGIA_PARA_DISENAR_UN_MODELO_DE_GESTION_PARA_MEJORAR_EL_DESEMPEÑO_INDIVIDUAL_EN_UNA_OSC_DE)

- Osorio, M. (2010). La planificación turística enfoques y modelos. *Quivera*, 8(1), 13- 14. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- Oviedo, C. (2014). *El turismo un enfoque al desarrollo*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2206/1/TUTAD M006- 2014.pdf>
- Pailiacho, C. (2013). *Los modelos conceptuales de la planificación*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2764/1/23T0359.pdf>
- Paladines, M. (2015). *Viajeros en ruta un análisis a sus intereses*. Obtenido de <https://www.viajerosenruta.com/proyectos-turisticos-innovadores-mexico/>
- Pozos, J. (2011). *Las estrategias innovadoras desde la conceptualización*. Obtenido de <http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>
- Pulido, M. d. (2014). *La planificación y su incidencia en el territorio*. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Desktop/Tesis%20doctoral.pdf>
- Reginato, L., Pereira, C., & Guerreiro, R. (2009). Una investigación sobre las características del modelo de gestión: Un estudio de caso. *Iberoamerican journal of industrial engineering*, 2(1), 6 - 7. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/4-4194-1-PB.pdf>
- Ricaurte, Á. (2013). *Los factores que dificultan la innovación*. Obtenido de [https://www.aec.es/c/document\\_library/get\\_file?uuid=9760bbb8-93ac-4de4-a201-d5470864b3b3&groupId=10128](https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=9760bbb8-93ac-4de4-a201-d5470864b3b3&groupId=10128)
- Rodríguez, C., & Aspiazú, M. (2015). Gestión de información y del conocimiento para la toma de decisiones organizacionales. *Dialnet*, 20(150) 15- 16. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-GestionDeInformacionYDelConocimientoParaLaTomaDeDe-5704545.pdf>
- Rodríguez, J. (2015). Gestión local del turismo: El municipio y su rol en el desarrollo turístico en Chile. *Gestión turística*, 11(28),13-14. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2233/223353235003.pdf>
- Rodríguez, Y., & Pinto, M. (2018). Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información. *Transinformacao - Campinas*, 30, (2),11-13. Obtenido de <http://www.scielo.br/pdf/tinf/v30n1/2318-0889-tinf-30-1-0051.pdf>
- Román, O., Patiño, C., & Arbeláez, G. (2013). Identificación de elementos para el diseño de un modelo de planeación estratégica que coadyude a una gerencia integral. *Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de contaduría y administración*, 2(15),11-12. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/1.15.pdf>
- Sanchez, A., Vargas, E., & Castillo, M. (2017). *Origen, concepcion y*

- tratamiento del ciclo de vida de los destinos turísticos: Una reflexión entorno al modelo de Butler.* Otenido de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88051773005/html/index.html>
- Shaadi, L., Pulido, J., & Rodríguez, I. (2018). Análisis de las Partes Interesadas en la Gestión del Turismo de Reuniones en la ciudad de Aguascalientes (México) a partir de los elementos básicos del análisis de redes. . *Revista de turismo y patrimonio cultural* , 14(35),11-16. Obtenido de <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-neil-leiper>
- Silva, R. (2010). Enfoque conceptual de la dirección. *Perspectivas del turismo*, 13(22),13-14. Obtenido de <https://sites.google.com/site/gech1itslp/1-2>
- Solano, R. (2010). *Información del turismo.* Obtenido de [http://www.academia.edu/34844003/DESTINOS\\_EMERGENTES\\_Y\\_NUEVAS\\_MODALIDADES\\_DE\\_TURISMO](http://www.academia.edu/34844003/DESTINOS_EMERGENTES_Y_NUEVAS_MODALIDADES_DE_TURISMO)
- Terán, & Romero. (2017). *El turismo un enfoque a la realidad de la planificación.* Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/5175/6324>
- Torres, A. (2010). Certificaciones ambientales, productos innovadores y redes de cooperación: iniciativas de turismo sostenible en nuevos destinos de Cataluña. *Análisis turístico*, 23(13),14-15. Obtenido de <https://www.cear.es/wp-content/uploads/2013/11/Gestion-estrategica-y-participativa.pdf>
- Toselli, C. (2015). *Iniciativas de la innovación en el aspecto social.* Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/desarrollo-local.html>
- Villacís, H., & Cortina, A. (2009). Planeación estratégica de largo plazo: una necesidad de corto plazo. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 2(25),13-14. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/877/4949>
- Villacruz, M. (2010). *Excelencia academica en el turismo desde el enfoque de valor.* Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/modelo-de-gestion-planeacion-estrategica-y-cambio-empresarial/>
- Zárate, R., & Atensi, L. (2009). *Conocimiento, periferia y desarrollo los nuevos escenarios en la Patagonia Austral.* Obtenido de <http://www.unp.edu.ar/index.php/22-universidad/12-historia>

Tabla 11. Catastro De Establecimientos Turístico Registrados Del Cantón Quevedo

# Anexos

## Anexo 1. Catastro turístico del cantón Quevedo

### Catastro De Establecimientos Turístico Registrados Del Cantón Quevedo AÑO: 2017

Nº	ESTABLECI MIENTO	NOMBRE DELPROPIETARIO	DIRECCION	REPRESENTANTE LEGAL	CATEGORIA	HB	PL	ME	PL	VALOR NORMAL LUAF	MULTA 25%	TOTAL
<b>AGENCIA DE VIAJE</b>												
1	MULTICARIB E	ANDRADE VERA VIRNA DANIELA	CALLE DECIMA SEPTIMA # 108 Y JAIME ROLDOS	MULTICARIBE S. A.	INTERNACIONAL	0	0	0	0	120.00	30	150.00
2	XPLORA	AREVALO GIRALDO JORGE ENRIQUE	AV- 7 DE OCTUBRE S/N Y DECIMA CUARTA (CC VICTORIA VENTURA PLAZA )	XPLORA VIAJES Y TURISMO XPLOVIATU S.A. AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	0	0	0	0	120.00	30	150.00
3	DELGADO TRAVEL	MENDOZA ALVARADO VICENTE CESAREO	AV. 7 DE OCTUBRE S/N Y DECIMA TERCERA (C.C. VICTORIA VENTURAPLAZA OF-06)	DELGADO TRAVEL DELGATRAVEL CIA. LTDA	INTERNACIONAL	0	0	0	0	120.00	30	150.00
4	QUEVETRAV EL	TOVAR CHONG JORGE ENRIQUE	CALLE OCTAVA # 305 Y 7 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES S.A. QUEVETRAVEL	OPERADORA	0	0	0	0	60.00	15	75.00
<b>HOSTAL</b>												
5	JADE	SHEN XIA FENGJIAO	CALLE PRINCIPAL S/N CARRETERO VIA A SAN CARLOS KM.1	SHEN XIA FENGJIAO	PRIMERA	28	44	25	100	70.00	17.5	87.50
6	AROMA DE CACAO	FRANCO CORTEZ MARCO ORLANDO	CALLE BOLIVAR # 1030 ENTRE DECIMA Y DECMA PRIMERA	AROMA DE CACAO QUEVEDO S.A. QUEVEAROMA	PRIMERA	16	54	50	200	40.00	10	50.00
7	"D" RAFA	TOVAR CHONG ORLANDO RAFAEL	DECIMA PRIMERA # 405 Y AV. 7 DE OCTUBRE	TOVAR CHONG ORLANDO RAFAEL	SEGUNDA	17	34	0	0	32.33	8.0825	40.41
8	RANCHO GALAXI	DUQUE GRANJA SEGUNDO ALEJANDRO	PRINCIPAL S/N KM. 3 VIA VALENCIA	DUQUE GRANJA SEGUNDO ALEJANDRO	SEGUNDA	18	36	0	0	75.00	18.75	93.75
9	ALMAQUINT	ALMACHE GOMEZ GUILLERMO ABSALON	CDLA. LOTIZACION LAS MERCEDES, AVE. GUAYAQUIL Km. 1.5 VIA VALENCIA	ALMACHE GOMEZ GUILLERMO ABSALON	SEGUNDA	17	34	0	0	75.00	18.75	93.75
10	LOS HELECHOS	QUINCHE ALVAREZ RAMON CAYETANO	VIGESIMA CUARTA S/N VIVA ALFARO	QUINCHE ALVAREZ RAMON CAYETANO	SEGUNDA	22	47	0	0	41.80	10.45	52.25

11	STATUS	AGUAYO RIERA FRANCISCO NICOLAS	CAMILO AREVALO S/N Y L	INVERVAP S.A.	SEGUNDA	20	40	0	0	38.00	9.5	47.50
12	HILTON	SEVILLA RIVADENEIRA LUIS	CALLE NOVENA Y AV. JUNE GUZMAN (ESQUINA)	SEVILLA RIVADENEIRA LUIS	SEGUNDA	30	60	0	0	57.00	14.25	71.25
13	DIVINO CAPRICORNIO	MACIAS RIVERA ROSA DEL CARMEN	CDLA. NUEVA PATRICIA CALLE F, SOLAR 10	MACIAS RIVERA ROSA DEL CARMEN	TERCERA	15	30	0	0	22.50	5.625	28.13
14	D' PAULITA	MERA VELEZ PABLA NARCISA	BARRIO SAN RAFAEL CALLE PRINCIPAL # 308	MERA VELEZ PABLA NARCISA	TERCERA	15	22	0	0	28.50	7.125	35.63
15	RELAXIS SAN CAMILO	OCAMPO AGUILAR ENRIQUE MARCELO	CALLE MANABI SOLAR 45, Y AV. GUYAQUIL	OCAMPO AGUILAR ENRIQUE MARCELO	TERCERA	13	26	0	0	19.50	4.875	24.38
16	MI CASA BLANCA	PARRA PAREDES MARIA ELENA	DECIMA # 412 Y AV. 7 DE OCTUBRE	PARRA PAREDES MARIA ELENA	TERCERA	19	38	0	0	28.50	7.125	35.63
17	KADAFI	LOPEZ LLAMUCA JUAN RAMON	CDLA SAN RAFAEL, CALLE PRINCIPAL S/N SECTOR EL TERMINAL	LOPEZ LLAMUCA JUAN RAMON	TERCERA	20	40	0	0	30.00	7.5	37.50
18	FLOR DE LIBANO	HANNA GUERRA AMALIA MARTHA	BOLIVAR # 928 E/ NOVENA Y DECIMA	HANNA GUERRA AMALIA MARTHA	TERCERA	16	34	0	0	24.00	6	30.00
<b>HOSTERIA</b>												
19	RANCHO DALLAS	MENA FIGUEROA OSCAR FAUSTO	KM. 3.5 VIA A SAN CARLOS	MENA FIGUEROA OSCAR FAUSTO	TERCERA	21	42	0	0	48.30	12.075	60.38
<b>HOSTAL RESIDENCIA</b>												
20	CRESPOTEL	CRESPO FONSECA GABRIEL	CDLA. SAN JOSE, 19° S/N Y AV. JAIME ROLDOS AGUILERA	CRESPO FONSECA GABRIEL	PRIMERA	19	58	0	0	47.50	11.875	59.38
21	TAMPA BAY	LASCANO ALMEIDA HERNAN RODRIGO	AV. 7 DE OCTUBRE # 825 E/ OCTAVCA Y NOVENA	LASCANO ALMEIDA HERNAN RODRIGO	TERCERA	23	48	0	0	34.50	8.625	27.00
22	D' ANGEL	VERA MANZO ANGEL EUSTICLIO	CDLA. SAN JOSE CALLE DECIMA OCTAVA # 210	VERA MANZO ANGEL EUSTICLIO	TERCERA	14	36	0	0	21.00	5.25	26.25
23	JHONATAN Nº 2	GALLO MONTERO GISSELA JOSETH	VIA EL EMPALME S/N KM. 1.5	GALLO MONTERO GISSELA JOSETH	TERCERA	12	32	0	0	18.00	4.5	22.50
24	LUXURY MAJESTIC	QUEZADA GARCIA ALEXANDRA JACQUELINE	AV.WALTER ANDRADE FAJARDO S/N Y TERCERA	QUEZADA GARCIA ALEXANDRA JACQUELINE	TERCERA	13	26	0	0	19.50	4.875	24.38
25	BRAVO'S	BRAVOS JIMENEZ SEGUNDO MEDARDO	CALLE CUARTA Y 7 DE OCTUBRE	BRAVOS JIMENEZ SEGUNDO MEDARDO	TERCERA	18	51	0	0	27.00	6.75	33.75
26	IMPERIAL	TAPIA DEFAZ HUGO HERNAN	MALECON S/N Y SEPTIMA	TAPIA DEFAZ HUGO HERNAN	TERCERA	20	34	0	0	30.00	7.5	37.50
27	NAGIL	NAVARRO GILCES LUIS ARTURO	AV. JUNE GUZMAN # 308 Y DECIMA TERCERA	NAVARRO GILCES LUIS ARTURO	TERCERA	31	62	0	0	46.50	11.625	58.13
28	EUROPA	CASTRO BASURTO CARLOS ERNESTO	CALLE. NOVENA # 615 Y AV. 7 DE OCTUBRE	CASTRO BASURTO CARLOS ERNESTO	TERCERA	12	32	0	0	18.00	4.5	22.50
<b>HOTEL</b>												
29	PALMAR DEL SOL	MARTINETTY ITURRALDE BETTY JACQUELINE	VIA A EL EMPALME KM.5	PALMAR DEL SOL S.A. PALMASOLSA	LUJO	35	100	10	40	227.50	56.875	284.38
30	OLIMPICO	CRESPO RAMIREZ NICOLAS	CDLA. SAN JOSE	CRESPO RAMIREZ NICOLAS	PRIMERA	69	102	25	100	379.50	94.875	474.38
31	SAN ANDRES. INN	TOALA DIOCLES RAMOS	7 DE OCTUBRE #926 Y DECIMA	TOALA DIOCLES RAMOS	PRIMERA	30	81	0	0	165.00	41.25	206.25
32	INGLES	ESPINOZA YUQUIS NELLY MERCEDES	AV. 7 DE OCTUBRE, SOLAR # 2 Y CALLE DECIMA SEGUNDA	ESPINOZA YUQUIS NELLY MERCEDES	PRIMERA	25	66	6	24	137.50	34.375	171.88
33	DEL RIO	JACOME CASTRO WALTER SEBERIANO	CDLA. SAN JOSE CALLE MALECON # 1123 Y 23 AVA.	PUERTO RIO S.A	SEGUNDA	47	120	15	60	202.10	50.525	252.63
34	COSTA DEL SOL	GIRALDO CERCADO ARACELI JUANA	MIRAFLORES SOLAR 02 MZ.01 VIA EL EMPALME KM.1	GIRALDO CERCADO ARACELI JUANA	SEGUNDA	40	175	10	40	172.00	43	215.00

37	COSTA DEL SOL	GIRALDO CERCADO JUANA ARACELI	AV. WALTER ANDRADE FAJARDO		SEGUNDA	40	175	10	40	215.00	53.75	268.75
35	PRESIDENT E	CHENG AJON LEI YEN VIRGINIA	CDLA. JARDINES DEL ESTE CALLE PRINC S/N ( DIAGONAL A UNIANDES)	CHENG AJON LEI YEN VIRGINIA	SEGUNDA	20	47	0	0	86.00	21.5	107.50
36	JHONATAN Nº 1	ANDRADE NARANJO ALEJANDRO MAURICIO	AV. JUNE GUZMAN DE CORTES # 705 Y DECIMA SEGUNDA	ANDRADE NARANJO ALEJANDRO MAURICIO	TERCERA	31	59	0	0	74.40	18.6	93.00
<b>HOTEL RESIDENCIA</b>												
37	D' BARROS	BARROS RIVERA ORLANDO WILFRIDO	AV. 7 DE OCTUBRE S/N Y 12VA.	BARROS RIVERA ORLANDO WILFRIDO	SEGUNDA	59	253	0	0	200.60	50.15	250.75
38	PARIS	VELIZ VELIZ MYRIAM PATRICIA	CALLE SEPTIMA Y JUNE GUZMAN	VELIZ VELIZ MYRIAM PATRICIA	SEGUNDA	61	120	0	0	207.40	51.85	259.25
39	EJECUTIVO	IBARRA HIDALGO WELLINGTON OSWALDO	CALLE 7 DE OCTUBRE Y CUARTA # 214	HOTEL TURISTICO EJECUTIVO S.A. HOTUJESA	SEGUNDA	30	45	0	0	102.00	25.5	127.50
<b>MOTEL</b>												
40	ECLIPSE OF LOVE	RIVADENEIRA ANDRADE FERNANDO ESTENIO	CDLA. RECINTO FAITA, CALLE PRINCIPAL S/N CARRETERO VIA QUEVEDO KM. 4.5	RIVADENEIRA ANDRADE FERNANDO ESTENIO	SEGUNDA	15	30	0	0	45.00	11.25	56.25
41	CALIFORNIA	BURGOS MAYORGA BUNNER LINGLEY	CDLA. TUNGURAHUENSE CALLE CUARTA S/N Y. F	BURGOS MAYORGA BUNNER LINGLEY	SEGUNDA	20	40	0	0	60.00	15	75.00
42	EL NUEVO ROMANCE TROPICAL	ZEAS ALVAREZ JUAN RUBEN	KM. 2.5 VIA AL EMPALME, CALLE PRINCIPAL S/N	ZEAS ALVAREZ JUAN RUBEN	TERCERA	20	40	0	0	46.00	11.5	57.50
43	EL PALACIO DEL AMOR	MORA CUENCA RICHAH ANDERSON	CDLA. RECINTO FAITA CALLE PANAMERICANA S/N CARRETERO VIA SAN CARLOS KM. 4.5	MORA CUENCA RICHAH ANDERSON	TERCERA	25	50	0	0	57.50	14.375	71.88
44	LUXOR AFFAIR	CARRILLO BORRERO TERESA MARISOL	CDLA. EL PITAL # 1 CALLE PRINCIPAL SOLAR 09 MZ 57 KM.2.5	CARRILLO BORRERO TERESA MARISOL	TERCERA	12	24	0	0	27.60	6.9	34.50
45	SELVA ALEGRE	ZEVALLS MOLINA MANUEL MARIA	CDLA. LA CAROLINA, CALLE PRINCIPAL VIA EL EMPALME KM.2.5	ZEVALLS MOLINA MANUEL MARIA	TERCERA	18	36	0	0	41.40	10.35	51.75
46	GUI-UZ ATLANT' S	GUILLEN UZHCA LAURO RAUL	CDLA. LA FLORESTA, CALLE PRINCIPAL S/N VIA A VALENCIA KM. 5	GUILLEN UZHCA LAURO RAUL	TERCERA	12	24	0	0	27.00	6.75	33.75
47	MI CASITA	MURILLO NAVARRO GARY GUSTAVO	CDLA. EL PARAISO AV. WALTER ANDRADE FAJARDO FRENTE AL CAEMENTERIO	MURILLO NAVARRO GARY GUSTAVO	TERCERA	12	24	0	0	27.00	6.75	33.75
48	CHOCOLATE CALIENTE	OCAMPO URRUTIA MAYRA ELIZABETH	CALLE PRINCIPAL S/N CARRETERO VIA A VENTANA KM 2.5	OCAMPO URRUTIA MAYRA ELIZABETH	TERCERA	8	16	0	0	18.40	4.6	23.00
49	SECRET'S	RIVERA QUINTANA GONZALO LAUTARO	CALLE PRINCIPAL S/N Y PANAMERICANA KM. 5 1/2. VIA BUENA FE	RIVERA QUINTANA GONZALO LAUTARO	TERCERA	8	12	0	0	18.40	4.6	23.00
<b>PENSION</b>												
50	DONDE CARMITA	MORA DIAZ EDUARDO VICENTE	DECIMA TERCERA Y 12 DE OCTUBRE	MORA DIAZ EDUARDO VICENTE	SEGUNDA	10	14	0	0	16.00	4	20.00
51	GOLDEN	DUARTE GUERRERO NARCISA IVONNE	SAN RAFAEL, CALLE GUSTAVO CHONQUI# 202	DUARTE GUERRERO NARCISA IVONNE	SEGUNDA	9	15	0	0	14.40	3.6	18.00
52	APARTAHOT EL CLIGUA	CLINICA GUYAQUIL DE QUEVEDO S.A CLIGUA (REP. LEGAL BENITES ABAD CARLOS MARIO)	CALLE BOLIVAR # 1115 Y DECIMA SEGUNDA	CLINICA GUYAQUIL DE QUEVEDO S.A CLIGUA	SEGUNDA	10	14	0	0	16.00	4	20.00

53	KATARABU	CEDEÑO SALTOS SANDRA KENEDY	CDLA. SAN JOSE, CALLE ATAHUALPA S/N	CEDEÑO SALTOS SANDRA KENEDY	SEGUNDA	8	20	0	0	12.80	3.2	16.00
54	GRAN SAN VALENTIN	VERA MOREIRA BRIGIDO BENITO	SECTOR AGRILSA CALLE PRINCIPAL S/N (FRENTE AL RECINTO FERIAL)	VERA MOREIRA BRIGIDO BENITO	TERCERA	8	20	0	0	12.80	3.2	16.00
55	SUITE EJECUTIVA QUEVEDO	ZAPATIER ARIAS JULIO ALBERTO	BOLIVAR # 800 Y CALLE OCTAVA	ZAPATIER ARIAS JULIO ALBERTO	TERCERA	8	16	0	0	12.80	3.2	16.00
56	J.M	MORENO MALDONADO MARIA ELISA	CALLE BOLIVAR Y DECIMA (ESQUINA)	MORENO MALDONADO MARIA ELISA	TERCERA	10	20	0	0	16.00	4	20.00
57	NOELIA	VELEZ REYES JENIT MARY	SAN RAFAEL , NUEVA PATRICIA S/N FRENTE AL TERMINAL TERRESTRE	VELEZ REYES JENIT MARY	TERCERA	10	20	0	0	16.00	4	20.00
58	EL ORO	GILCES DELGADO LENI GLANDA	BOLIVAR # 1041 Y DECIMA PRIMERA	GILCES DELGADO LENI GLANDA	TERCERA	15	52	15	60	25.50	6.375	31.88
<b>BAR</b>												
59	VENTURA PLANET	VALDIVIEZO PARDO JUAN EDDY	PLAZA VENTURA, 7 DE OCTUBRE SOLAR 1 Y DECIMA CUARTA	VALDIVIEZO PARDO JUAN EDDY	SEGUNDA	0	0	28	112	50.40	12.6	63.00
60	NOU BY OSHO	QUIROGA TAPIA MARCO ANTONIO	CDLA. SAN JOSE, CALLE DECIMA NOVENA Y S/N	QUIROGA TAPIA MARCO ANTONIO	SEGUNDA	0	0	17	68	30.60	7.65	38.25
61	ZAMBA K' RAMBA	GUERRERO FIGUEROA MARITZA ALEXANDRA	CDLA. SALVADOR ALLENDE CALLE PRINCIPAL S/N	GUERRERO FIGUEROA MARITZA ALEXANDRA	SEGUNDA	0	0	17	68	30.60	7.65	38.25
62	PUNTO BLAK	BASTIDAS ORAMAS STEVEN AMABLE	GUATEMALA 708 E/ CHILE Y PANAMA	BASTIDAS ORAMAS STEVEN AMABLE	TERCERA	0	0	11	44	14.30	3.575	17.88
63	WING 89	BRAVO TUTIVEN JULIO CESAR	CALLE DECIMA OCTAVA S/N Y ABDON CALDERON	BRAVO TUTIVEN JULIO CESAR	TERCERA	0	0	16	64	20.80	5.2	26.00
64	D' XIOMY	MONTIEL FAJARDO ELIAS ROLANDO	CALLE EE.UU # 210 Y COLOMBIA	MONTIEL FAJARDO ELIAS ROLANDO	TERCERA	0	0	15	60	19.50	4.875	24.38
65	VOLTER' SENA BAR	VALENCIA PERIRA YICENIA JANET	CALLE BOLIVAR # 1302, INTERSECCION DECIMA TERCERA	VALENCIA PERIRA YICENIA JANET	TERCERA	0	0	15	60	19.50	4.875	24.38
66	MADERO RED	NARANJO VERA WILLIAM RODRIGO	BOLIVAR # 1302 Y DECIMA TERCERA	NARANJO VERA WILLIAM RODRIGO	TERCERA	0	0	10	40	13.00	3.25	16.25
67	LA VOZ QUEVEDO	ONA VILLALVA BILLY JAIME	JOSE JOAQUIN DE OLMEDO S/N Y CHILE	ONA VILLALVA BILLY JAIME	TERCERA	0	0	9	36	11.70	2.925	14.63
68	BAZZ SPORT	BAZURTO TUMBACO CRISTIAN FRANK	JUAN MONTALVO SOLAR 8 Y COLOMBIA	BAZURTO TUMBACO CRISTIAN FRANK	TERCERA	0	0	22	88	28.60	7.15	35.75
69	NEW FIVER LASER	MEDINA BARROS EDISON RENE	CALLE EUGENIO ESPEJO S/N Y CALLEJON "A"	MEDINA BARROS EDISON RENE	TERCERA	0	0	10	40	13.00	3.25	16.25
70	ZONA VIP	TORREZ VARGAS DINO PATRICIO	CDLA. SAN JOSE, CALLE JAIME ROLDOS S/N Y DECIMA SEXTA	TORREZ VARGAS DINO PATRICIO	TERCERA	0	0	15	60	19.50	4.875	24.38
71	KARAOKE EL RINCON D' BRYAN	VERA NOBOA BELLA ELIZABETH	CALLE OCTAVA # 456 INTERSECCION MARCOS QUINTANA	VERA NOBOA BELLA ELIZABETH	TERCERA	0	0	18	72	23.40	5.85	29.25
72	NAVARRA PUB	SEGOVIA VINZA ROBERTO JOSE	AV. 7 DE OCTUBRE # 1452	SEGOVIA VINZA ROBERTO JOSE	TERCERA	0	0	12	48	15.60	3.9	19.50
73	HORUS	LASCANO PISCO MARIO PATRICIO	CDLA. SAN JOSE, AV. JAIME ROLDOS # 1705 E/ 16 Y 17	LASCANO PISCO MARIO PATRICIO	TERCERA	0	0	15	60	19.50	4.875	24.38
74	NEW LEVEL	BARDI LITARDO KATHERINE ADRIANA	AV. JAIME ROLDOS S7N Y DECIMA OCTAVA	BARDI LITARDO KATHERINE ADRIANA	TERCERA	0	0	11	44	14.30	3.575	17.88
75	COCO - RON	MACIAS PINCAY EDER ALBERTO	AV. JAIME ROLDOS S7N Y DECIMA OCTAVA	MACIAS PINCAY EDER ALBERTO	TERCERA	0	0	10	40	13.00	3.25	16.25
76	KARAOKE RE - ISA	ORTIZ RIVERA ROSARIO CARMELINA	AV JUNE GUZMAN S7N Y DECIMA PRIMERA	ORTIZ RIVERA ROSARIO CARMELINA	TERCERA	0	0	7	28	9.10	2.275	11.38

77	D' EMBRUJOS	GALLARDO MEZA LILIANA JANETH	CDLA. SAN JOSE, DÉCIMA SEXTA S/N	GALLARDO MEZA LILIANA JANETH	TERCERA	0	0	12	48	15.60	3.9	19.50
78	KARAOKE BEN 10	ORTIZ RIVERA FREDDY JAVIER	DECIMA CUARTA # 419 Y AVE. JUNE GUZMAN	ORTIZ RIVERA FREDDY JAVIER	TERCERA	0	0	10	40	13.00	3.25	16.25
79	ICE "LA VIE EST BELLE"	BUSTAMANTE MORENO MARCO ANTONIO	AV. JUNE GUZMAN S/N Y DECIMA PRIMERA	BUSTAMANTE MORENO MARCO ANTONIO	TERCERA	0	0	17	68	22.10	5.525	27.63
80	NUUESTRO BAR	RIVERO CORREA LUIS ALBERTO	CDLA. SAN JOSE CALLE, DECIMA NOVENA # 104 Y AV. JAIME ROLDOS AGUILERA	RIVERO CORREA LUIS ALBERTO	TERCERA	0	0	12	48	15.60	3.9	19.50
81	KARAOKE RUNRY	ZAMBRANO SALAZAR EDILMA DORILA	PARROQ. 7 DE OCTUBRE Y SEXTA S/N Y LA "E"	ZAMBRANO SALAZAR EDILMA DORILA	TERCERA	0	0	15	60	19.50	4.875	24.38
82	LA QUINTA AVENIDA	CAMPUZANO MURILLO BETTY VANESSA	CALLE QUINTA # 1200 Y LA B	CAMPUZANO MURILLO BETTY VANESSA	TERCERA	0	0	8	32	10.40	2.6	13.00
83	NEW SKYLONGE	LOZANO CORONEL KLEBER PATRICIO	CDLA. NUEVO QUEVEDO, AV. QUITO, SOLAR 2	LOZANO CORONEL KLEBER PATRICIO	TERCERA	0	0	15	60	19.50	4.875	24.38
84	MOZART	CASTILLO HERRERA JUAN ALFREDO	AV. JUNE GUZMAN DE CORTES # 463 Y DECIMA	CASTILLO HERRERA JUAN ALFREDO	TERCERA	0	0	14	56	18.20	4.55	22.75
85	LA ISLA TIME	ESPINOZA MANTILLA MILTON ROBERTO	JOS E LABORDE S/N INTERS. DECIMA Y DECIMA PRIMERA	ESPINOZA MANTILLA MILTON ROBERTO	TERCERA	0	0	12	48	15.60	3.9	19.50
86	ANTOJITOS BURGUER	VERDUGA LEON YACO BORIS	BOLIVAR Y DECIMA CUARTA	VERDUGA LEON YACO BORIS	TERCERA	0	0	8	32	10.40	2.6	13.00
87	SALSOTECA EL PORTAL DE HARRITO	FERNANDEZ CAICEDO JORGE HARRY	CALLE JUAN MONTALVO S/N Y JOSE JOAQUIN DE OLMEDO	FERNANDEZ CAICEDO JORGE HARRY	TERCERA	0	0	9	48	11.70	2.925	14.63
88	KARAOKE FAY	CASTILLO HERRERA CRISTOBAL COLON	AV. JUNE GUZMAN DE CORTES S/N E/ DECIMA Y DECIMA PRIMERA	CASTILLO HERRERA CRISTOBAL COLON	TERCERA	0	0	14	56	18.20	4.55	22.75
89	VAQUEROS	LOOR ALCIVAR ARACELY MAYRA	CDLA. SAN JOSE AV. JAIME ROLDOS AGUILERA S/N Y DECIMA QUINTA	LOOR ALCIVAR ARACELY MAYRA	TERCERA	0	0	24	96	31.20	7.8	39.00
<b>FUENTE DE SODA</b>												
90	CARL'S J.R. QUEVEDO	CSARNINSKI SHEFI GAD	CDLA. VENUS DEL RIO, CALLE 24 DE MAYO S/N C.C PASEO SHOPPING QUEVEDO	COMDERE S.A.	SEGUNDA	0	0	10	40	12.00	3	15.00
91	SUBWAY	SALCEDO SALTOS ROSANNA LORENA	C. C. VICTORIA VENTURA PLAZA, PLANTA BAJA	QUEVECOP S.A.	SEGUNDA	0	0	6	24	7.20	1.8	9.00
92	MIEL Y FRUTAS	COSTALES FRANCO PAULA SALOME	BOLIVAR Y DECIMA PRIMERA	COSTALES FRANCO PAULA SALOME	SEGUNDA	0	0	9	36	10.80	2.7	13.50
93	FAISAL BURGUER	VALDIVIESO VELEZ VICKA VIVIANA	DECIMA OCTAVA SL. 02 Y ATAHUALPA	VALDIVIESO VELEZ VICKA VIVIANA	SEGUNDA	0	0	10	40	12.00	3	15.00
94	FRUTILANDIA	MOLANO PARRA RUBIO	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO LOCAL C-2	MOLANO PARRA RUBIO	SEGUNDA	0	0	10	40	12.00	3	15.00
95	SORBETTO ARTESANAL	FAIDUTTI HIDALGO DOMENICA MARIA	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO LOCAL 10-A	DUMILESA S. A.	SEGUNDA	0	0	10	40	12.00	3	15.00
96	NATURISSIMO	DALMAU YEPEZ JAIME ROBERTO	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO LC. 10	DEGEREMCIA S. A.	SEGUNDA	0	0	10	40	12.00	3	15.00
97	JARY	ROMERO LOOR RAQUEL JACQUELINE	AV. 7 DE OCTUBRE S/N Y SEXTA	ROMERO LOOR RAQUEL JACQUELINE	SEGUNDA	0	0	9	36	10.80	2.7	13.50
98	GREENT FROST	ZURITA CAMPOS MARIA JOSE	AV. WALTER ANDRADE S/N CALLE PRIMERA	ZURITA CAMPOS MARIA JOSE	TERCERA	0	0	6	24	4.80	1.2	6.00
99	COCO EXPRESS	LUCIO CAMACHO JENNY ROASLIA	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO	LUCIO CAMACHO JENNY ROASLIA	TERCERA	0	0	10	40	8.00	2	10.00
100	YOGURT PERSA	MANSOURI VICUÑA SEABASTIAN BADI	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO	YOGURT PERSA FRANCHISING CORPORATION S. A.	TERCERA	0	0	10	40	8.00	2	10.00

101	PINGÜINO	ALVARADO NAVARRO CESAR OSWALDO	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO ISLA	CELAMAX S.A.	TERCERA	0	0	10	40	8.00	2	10.00
102	JUGOS NATURALES EL CHINO	ZAMBRANO SOLORIZANO JOSE LUIS	CALLE 7 DE OCTUBRE SL. # 21 ENTRE OCTAVA Y NOVENA MZ. 1	ZAMBRANO SOLORIZANO JOSE LUIS	TERCERA	0	0	4	16	3.20	0.8	4.00
103	HELADOTEC A	CAMACHO CORDOVA ROSA ESMERALDA	CALLE DECIMA TERCERA # 111 E/ 7 DE OCTUBRE Y BOLIVAR	CAMACHO CORDOVA ROSA ESMERALDA	TERCERA	0	0	10	40	8.00	2	10.00
104	FRUTIFRESH Y PANADERIA SU DELICIAS	SANCHEZ LONDONO WALTER LEONITH	CALLE BOLIVAR # 416 Y LA QUINTA	SANCHEZ LONDONO WALTER LEONITH	TERCERA	0	0	10	40	8.00	2	10.00
	<b>CAFETERIA</b>											
105	PANADERIA CALIFORNIA	RAMIREZ TAMAYO ALFREDO CARLOS	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO C-1	PANADERIA CALIFORNIA PANCALI S.A.	SEGUNDA	0	0	13	52	48.10	12.025	60.13
106	TORO CAFÉ	LEON KWANG WILLIY CHICKIANG	DECIMA TERCERA S/N Y BOLIVAR	LEON KWANG WILLIY CHICKIANG	SEGUNDA	0	0	9	36	33.30	8.325	41.63
107	SWEET LAND	MALDONADO SOLANO MYRIAM NATHALIA	AV. 7 DE OCTUBRE S/N Y DECIMA CUARTA	MALDONADO SOLANO MYRIAM NATHALIA	TERCERA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
<b>RESTAURANT</b>												
109	CATALUÑA LA ESPAÑOLA	MAYDUA RODRIGUEZ BERTHA ROCIO	AV. QUITO # 305 Y LAS ACACIAS	MAYDUA RODRIGUEZ BERTHA ROCIO	PRIMERA	0	0	18	72	82.80	20.7	103.50
110	LAS DELICIA DEL OLIMPO	CEDENO BARRERA SERGIO ANTONIO	AV. WALTER ANDRADE # 106	CEDENO BARRERA SERGIO ANTONIO	PRIMERA	0	0	20	80	92.00	23	115.00
108	KFC	TELLO NUÑEZ FRANKLIN ALBERTO	AV. 7 DE OCTUBRE S/N Y DECIMA TERCERA (C.C. VICTORIA VENTURA PLAZA, OF. PB	INT FOOD SERVICES CORP.	SEGUNDA	0	0	30	120	111.00	27.75	138.75
111	THE STONES 93	MONGRAGON ORTEGA CLEOPATRA	DECIMA TERCERA # 1306 Y BOLIVAR	MONGRAGON ORTEGA CLEOPATRA	SEGUNDA	0	0	19	76	70.30	17.575	87.88
112	CH FARINA	CUEVA SONO CLEMENCIA ELIZABETH)	VENUS DEL RIO QUEVEDO, VIA QUEVEDO BUENA FE S/N Y VIA SANTO DOMINGO	CITYMAXIS S.A.	SEGUNDA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
113	TORO SANGRIA	MUNOZ LOOR SANDRA CAROLINA	CDLA. SAN JOSE , CALLE DECIMA OCTAVA S/N AV. JAIME ROLDOS	MUNOZ LOOR SANDRA CAROLINA	SEGUNDA	0	0	20	80	74.00	18.5	92.50
114	GUS	TELLO NUÑEZ FRANKLIN ALBERTO	VIA QUEVEDO BUENA FE S/N C.C. PASEO SHOPPING LOCAL C- 3	INTO FOOD SERVICES CORP,	SEGUNDA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
115	KFC	TELLO NUÑEZ FRANKLIN ALBERTO	VIA QUEVEDO BUENA FE S/N C.C. PASEO SHOPPING LOCAL C- 5	INTO FOOD SERVICES CORP,	SEGUNDA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
116	COMIDAS DE VICTOR	ESPIONZA PALADINES BETTY DEL CISNE	C.C.PASEO SHOPPING QUEVEDO LOCAL C- 8	XENEIZE	SEGUNDA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
117	MENESTRAS DEL NEGRO	SHEMLON S. A.	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO LOCAL C-9, VIA QUEVEDO-BUENA FE	REP. LEGAL. ENNOVA GROUP S.A.	SEGUNDA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
118	PIQUEOS Y MORITOS	CHUM CANDEL FLOR CRISTINA	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO LOCAL 04	AGROKAVIT S.A.	SEGUNDA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
119	LA TABLITA DE TARTARO	HARO FIALLOS JENNY ARACELY	C.C. PASEO SHOPPING QUEVEDO	LA TABLITA GROUP CIA. LTDA.	SEGUNDA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
120	D' MARCO PARRILLADAS	SALCEDO ALVAREZ TANYA IVON	CALLE CARLOS JULIO AROSEMENA SOLAR 15 INTERSECCION AV. WALTER ANDRADE	SALCEDO ALVAREZ TANYA IVON	SEGUNDA	0	0	40	160	148.00	37	185.00
121	PARRILLADA S Y MARISQUERIAS STANCIA ARGENTINA	AJON MAWYIN INES MARIA	MALECON # 506 Y QUINTA	AJON MAWYIN INES MARIA	SEGUNDA	0	0	13	52	48.10	12.025	60.13

122	SR. CAMARON	VALDIVIEZO PARDO JUAN EDDY	AV. 7 DE OCTUBRE # 1428 INTERSECCION DECIMA CUARTA Y DECIMA QUINTA	VALDIVIEZO PARDO JUAN EDDY	SEGUNDA	0	0	20	80	74.00	18.5	92.50
123	LOKOS D' ASAR	VASQUEZ CEDEÑO CAROLINA MARICELA	COOP. CARLOS JULIO ARROSEMENA Y AV. CARLOS JULIO	VASQUEZ CEDEÑO CAROLINA MARICELA	SEGUNDA	0	0	10	40	37.00	9.25	46.25
124	PARRILLADAS PARAGUAYA D' PATRO	AMARILLA RUIZ DIAZ PATROCINIO	DECIMA NOVENA Y ROCAFUERTE	AMARILLA RUIZ DIAZ PATROCINIO	SEGUNDA	0	0	30	120	111.00	27.75	138.75
125	CEVICHERIA PICUDO BLANCO	CORTEZ FERAN MARCO ANTONIO	CALLE 12 DE OCTUBRE SOLAR 20 INTERSECCION DECIMA SEGUNDA	CORTEZ FERAN MARCO ANTONIO	SEGUNDA	0	0	20	80	74.00	18.5	92.50
126	CHIFA CHINESSE FOOD XIANG LONG	ZENG WENKE	CALLE TERCERA S/N Y AVE. WALTER ANDRADE	ZENG WENKE	SEGUNDA	0	0	20	80	74.00	18.5	92.50
127	CHIFA CHINA CAO	CAO LIFEN	AV. 7 DE OCTUBRE S/N Y DECIMA PRIMERA	CAO LIFEN	SEGUNDA	0	0	15	60	55.50	13.875	69.38
128	CHIFA HONG KONG	GARCIA GUERRERO ANA ZORAIDA	CALLE 4TA # 209 ENTRE 7 DE OCTUBRE Y BOLIVAR	GARCIA GUERRERO ANA ZORAIDA	SEGUNDA	0	0	15	60	55.50	13.875	69.38
129	CHIFA MIRAFLORES	CAO ZHUPING	AV. 7 DE OCTUBRE # 1452 Y DECIMA SEXTA	CAO ZHUPING	TERCERA	0	0	25	100	62.50	15.625	78.13
130	CHIFA DRAGON ORIENTAL # 2	WU ZHIMIN	SIETE DE OCTUBRE S/N Y DECIMA SEXTA	WU ZHIMIN	TERCERA	0	0	15	60	37.50	9.375	46.88
131	CHIFA CASA HONG KONG	LUO LIU LIE PING	AV. GUAYAQUIL Y VENEZUELA SOLAR 09 MZ 01	LUO LIU LIE PING	TERCERA	0	0	18	72	45.00	11.25	56.25
132	CHIFA CARREFOUR	LI JIANRONG	CDLA. GUAYACAN PRIMERA ETAPA MZ. A-14, # 1 Y CALLE PRINCIPAL	LI JIANRONG	TERCERA	0	0	13	52	32.50	8.125	40.63
133	CHIFA FU HO	OCHOA SALTOS JESSICA CAROLINA	CALLE 18 AVA. S/N Y ABDON CALDERON SECTOR SAN JOSE	OCHOA SALTOS JESSICA CAROLINA	TERCERA	0	0	50	200	125.00	31.25	156.25
134	CHIFA XING FU	CAO ZHICHENG	AV. JAIME ROLDOS AGUILERA S/N Y DECIMA QUINTA	CAO ZHICHENG	TERCERA	0	0	17	68	42.50	10.625	53.13
135	ASADERO DE POLLO DORADO CHINA	WU YANHUA	BOLIVAR # 1267 Y DECIMA TERCERA	WU YANHUA	TERCERA	0	0	12	48	30.00	7.5	37.50
136	CHIFA XIANG LONG CAO	CAO ZHITAO	7 DE OCTUBRE S/N INTERSECCION DECIMA Y DECIMA PRIMERA	CAO ZHITAO	CUARTA	0	0	12	48	30.00	7.5	37.50
137	CHIFA VICTORIA LI	BRIONES CRUZ JONATHAN ALEXANDRE	AV. WALTER ANDRADE # 1020 SEPTIMA	BRIONES CRUZ JONATHAN ALEXANDRE	CUARTA	0	0	12	48	30.00	7.5	37.50
138	CHIFA AMISTOSO CAO	CAO NENGJIL	AV. GUAYAQUIL # 337 Y MEXICO	CAO NENGJIL	CUARTA	0	0	13	52	32.50	8.125	40.63
139	CHIFA JI LI	ZHANG WOCONG	AV. JOSE JOAQUIN DE OLMEDO, SOLAR 4 Y PANAMA	ZHANG WOCONG	CUARTA	0	0	10	40	25.00	6.25	31.25
140	GUACAMOLE GRILL&LOUNGE	AREVALO ALVAREZ OMAR GUILLERMO	BOLIVAR S/N INTERSECCION DECIMA SEGUNDA	AREVALO ALVAREZ OMAR GUILLERMO	TERCERA	0	0	13	52	32.50	8.125	40.63
141	GUACAMOLE GRILL&LOUNGE # 2	AREVALO ALVAREZ OMAR GUILLERMO	AV. CARLOS JULIO Y WALTER ANDRADE	AREVALO ALVAREZ OMAR GUILLERMO	TERCERA	0	0	13	52	32.50	8.125	40.63
142	LUIS Y DIANA	REMACHE ALMACHE WELLINGTON SALVADOR	AV. 7 DE OCTUBRE # 1478 Y JUNE GUZMAN	REMACHE ALMACHE WELLINGTON SALVADOR	TERCERA	0	0	16	64	40.00	10	50.00

143	BUON GUSTO	VILLACIS FERNANDEZ JORGE VLADIMIR	AV. CARLOS JULIO ARROSEMENA S/N CALLEJON 34	VILLACIS FERNANDEZ JORGE VLADIMIR	TERCERA	0	0	5	20	15.00	3.75	18.75
144	SOLO RICURAS	QUINTANA MACIAS HERLINDA DONATA	PRINCIPAL S/N VIA A VALENCIA KM 0,5	QUINTANA MACIAS HERLINDA DONATA	TERCERA	0	0	10	40	25.00	6.25	31.25
145	ZELAI	COLUMBUS MURILLO FERNANDO XAVIER	AV. GUAYAQUIL #526	COLUMBUS MURILLO FERNANDO XAVIER	TERCERA	0	0	7	28	17.50	4.375	21.88
146	STA RICO	CALDERÓN RUIZ GLORIA LUCILA ISABEL	BOLIVAR # 635 Y CALLE SÉPTIMA	CALDERÓN RUIZ GLORIA LUCILA ISABEL	TERCERA	0	0	12	48	30.00	7.5	37.50
147	MARISQUERI A DEL MAR	VILLAROEEL BOZA KERLYN LILIANA	CALLE JOSE MEJIA 222 Y COLOMBIA	VILLAROEEL BOZA KERLYN LILIANA	TERCERA	0	0	12	48	30.00	7.5	37.50
148	PIMIENTA DULCE	FRANCO GERRERO MIRTHA MARELY	BOLIVAR S/N Y DECIMA SEGUNDA	FRANCO GERRERO MIRTHA MARELY	TERCERA	0	0	10	40	25.00	6.25	31.25
149	D' CARLOS	OLVERA LASCANO CARLOS ALEJANDRO	CALLE DECIMA TERCERA. Y AV. 7 DE OCTUBRE ( ESQUIN	OLVERA LASCANO CARLOS ALEJANDRO	TERCERA	0	0	25	100	62.50	15.625	78.13
150	D' NINO	ARGUELLO NÚNEZ LEON BENIGNO	AV. JUNE GUZMAN # 414 E/ NOVENA Y DECIMA	ARGUELLO NÚNEZ LEON BENIGNO	TERCERA	0	0	20	80	50.00	12.5	62.50
151	DON HUGO	ALVAREZ BODERO HUGO BENARDINO	7 DE OCTUBRE # 405 E/ LA CUARTA Y LA QUI	ALVAREZ BODERO HUGO BENARDINO	TERCERA	0	0	12	48	30.00	7.5	37.50
152	JHONNY	MOLINA NOGUERA JHONNY PATRICIO	AV. GUAYQUIL # 323 Y GUATEMALA	MOLINA NOGUERA JHONNY PATRICIO	TERCERA	0	0	18	72	45.00	11.25	56.25
153	MAMA SILVA	SANCHEZ CORDOVA NARCISA SEPTIMIA	7 DE OCTUBRE # 206 Y LA SEGUNDA	SANCHEZ CORDOVA NARCISA SEPTIMIA	TERCERA	0	0	17	68	42.50	10.625	53.13
154	ROSSY	MERO CASQUETE ANTONIO	7 DE OCTUBRE #1135 Y LA SEGUNDA	MERO CASQUETE ANTONIO	TERCERA	0	0	17	68	42.50	10.625	53.13
155	TZ	TRAVEZ BORJA CRLOS ALBERTO	AV. 7 DE OCTUBRE # 1501 Y DECIMA QUINTA	TRAVEZ BORJA CRLOS ALBERTO	TERCERA	0	0	13	52	32.50	8.125	40.63
156	PIZZA HOUSE Nº 1	CUADRADO CHIANG BLANCA AZUCENA	CDLA SAN JOSE AV. JAIME ROLDOS AGUILERA S/N Y CALLE VIGESIMA	CUADRADO CHIANG BLANCA AZUCENA	TERCERA	0	0	13	52	32.50	8.125	40.63
157	MARISQUERI A PATA GORDA	MURILLO CORDOVA MAICOL PEDRO	JUNE GUZMAN S/N Y ONCEAVA	MURILLO CORDOVA MAICOL PEDRO	CUARTA	0	0	9	36	18.00	4.5	22.50
158	LA CHOZA DEL SABOR	GAIBOR ZAMBRANO WALTER OSWALDO	EL GUAYABO VIA A VALENCIA KM 4,5	GAIBOR ZAMBRANO WALTER OSWALDO	CUARTA	0	0	10	40	20.00	5	25.00
159	TIPITAPA	UBE SANCHEZ ANGEL MANUEL	JOSE JOAQUIN DE OLMEDO # 803 Y ARGENTINA	UBE SANCHEZ ANGEL MANUEL	CUARTA	0	0	39	156	78.00	19.5	97.50
160	FRITADERIA DOS HERMANOS	MACIAS SAMANIEGO JOFFRE EDUARDO	CALLE DECIMA # 512 Y AV. 7 DE OCTUBRE	MACIAS SAMANIEGO JOFFRE EDUARDO	CUARTA	0	0	10	40	20.00	5	25.00
161	ASADERO AQUI CARMITA	FIGUEROA CARMEN DOLORES	12 DE OCTUBRE # 709Y DECIMA TERCERA	FIGUEROA CARMEN DOLORES	CUARTA	0	0	20	80	40.00	10	50.00
162	ASADERO GORDO GLENN	CALDERON ZAMBRANO ALEX ENRIQUE	CALLE TERCERA 211 Y AV. 7 DE OCTUBRE	CALDERON ZAMBRANO ALEX ENRIQUE	CUARTA	0	0	25	100	50.00	12.5	62.50
163	LA SAZON D' DIANA	BARRERA TOSCANO DIANA KARINA	AV. JUNE GUZMAN DE CORTES # 315 Y NOVENA	BARRERA TOSCANO DIANA KARINA	CUARTA	0	0	10	40	20.00	5	25.00
164	CAFÉ D' SCARLETT	BÓNILLA CARBO MAYRA ZORAIDA	BOLIVAR # 114 Y SEGUNDA	BONILLA CARBO MAYRA ZORAIDA	CUARTA	0	0	20	80	40.00	10	50.00
165	GABRIELITA	COCHERES PULLA DIANA NELLY	CALLE JUAN MONTALVO # 404 Y GUATEMALA	COCHERES PULLA DIANA NELLY	CUARTA	0	0	9	36	18	4.5	22.5
166	ISABELITA	BURGOS CHANG ISIDRO ANTONIO	CDLA. LAS MERCEDES. QUITO S/N VIA A SANTO DOMINGO	BURGOS CHANG ISIDRO ANTONIO	CUARTA	0	0	10	40	20.00	5	25.00
167	MARISQUERI A LAS REDES	CADENA ALCIVAR JOSEFA ARACELI	JUNE GUZMAN DE CORTEZ # 804 Y DECIMA	CADENA ALCIVAR JOSEFA ARACELI	CUARTA	0	0	16	64	32.00	8	40.00
168	PICANTERIA LA SABROSITA	VELEZ REYES JANIT MARY	CDLA. SECTOR CENTRAL 7 DE OCTUBRE S/N Y SEGUNDA	VELEZ REYES JANIT MARY	CUARTA	0	0	9	36	18.00	4.5	22.50
169	POLLOS A LA BRASA	CASTRO BUSTE GUILLERMO FABIAN	JUAN MONTALVO S/N Y JOSE MEJIA	CASTRO BUSTE GUILLERMO FABIAN	CUARTA	0	0	18	72	36.00	9	45.00

	VIEJO FABI Nº 1											
170	POLLOS A LA BRASA VIEJO FABI Nº 2	VERA ZAMBRANO CARLOS OSWALDO	AV. WALTER ANDRADE FAJARDO Y #301 Y S	VERA ZAMBRANO CARLOS OSWALDO	CUARTA	0	0	18	72	36.00	9	45.00
171	POLLO A LA BRASA VIEJO FABI Nº 3	CASTRO BUSTE GUILLERMO FABIAN	CDLA. NUEVO QUEVEDO, CALLE AV. QUITO Y SOLAR 41	CASTRO BUSTE GUILLERMO FABIAN	CUARTA	0	0	18	72	36.00	9	45.00
172	LA ESQUINA DE ALES	ZAMBRANO GRANJA LUIS GUSTAVO	AV. QUITO # 128	ZAMBRANO GRANJA LUIS GUSTAVO	CUARTA	0	0	10	40	20.00	5	25.00
173	LA ESQUINA DE ALES	FRANCO PARRAGA ANGELA MARGARITA	JUAN MONTALVO S/N GUATEMALA	FRANCO PARRAGA ANGELA MARGARITA	CUARTA	0	0	13	52	26.00	6.5	32.50
174	LA ESQUINA DE ALES	ZAMBRANO SANTANA DARWIN STALIN	SIETE DE OCTUBRE S/N Y WALTER ANDRADE	ZAMBRANO SANTANA DARWIN STALIN	CUARTA	0	0	8	32	16.00	4	20.00
175	LO NUEVO DE FELIPAHO	ARROYO CAICEDO EDUARDO FELIPE	JOSE JOAQUIN DE OLMEDO #202	ARROYO CAICEDO EDUARDO FELIPE	CUARTA	0	0	20	80	40.00	10	50.00
176	GIO BOCATTA	ARELLANO MENENDEZ NUBIA GEOCONDA	AV. QUITO # 102Y TERCERA	ARELLANO MENENDEZ NUBIA GEOCONDA	CUARTA	0	0	13	52	26.00	6.5	32.50
177	J Y F	INTRIAGO LUA VICENTE JAVIER	12 DE OCTUBRE Y DECIMA TERCERA	INTRIAGO LUA VICENTE JAVIER	CUARTA	0	0	8	32	16.00	4	20.00
178	PARRILLADA Y CHUZOS EL GORDO JAIME	CALDERON ZAMBRANO GLENN FABIAN	CDLA. EL GUAYACAN PRIMERA ETAPA , CALLE PRIMERA S/N	CALDERON ZAMBRANO GLENN FABIAN	CUARTA	0	0	16	64	32.00	8	40.00
179	EL MEZON D' JACQUE	DUARTE CARRIEL JACQUELINE YOCONDA	CALLE BOLIVAR S/N ENTRE CUARTA Y QUINTA	DUARTE CARRIEL JACQUELINE YOCONDA	CUARTA	0	0	10	40	20.00	5	25.00
180	D' NASLHY	SANCHEZ VERA MIRIAN MAGALIS	AV. JUNE GUZMAN DE CORTES # 501 Y DECIMA	SANCHEZ VERA MIRIAN MAGALIS	CUARTA	0	0	8	32	16.00	4	20.00
	<b>DISCOTECA</b>											
181	COSTELLO SPORT MUSIC	JORMACELI.SA (REP. LEGAL URRACO FABRICIO DANIEL)	MALECON S7N ENTRE CALLE CUARTA Y QUINTA	JORMACELI.SA (REP. LEGAL URRACO FABRICIO DANIEL)	PRIMERA	0	0	24	96	180.00	45	225.00
182	ZOUK RIVER	HAZ ALCAZAR HIPOLITO JAVIER	SECTOR RUTA DEL RIO AV. RUTA DEL RIO S/N	HAZ ALCAZAR HIPOLITO JAVIER	PRIMERA	0	0	75	300	180.00	45	225.00
183	MADAME BISTRO	FARIAS DE SAA LEANDRO	CDLA. SAN JOSE , CALLE DECIMA NOVENA # 107 Y JAIME ROLDOS	FARIAS DE SAA LEANDRO	PRIMERA	0	0	38	152	342.00	85.5	427.50
184	PISO 2 VIP	MORALES MACIAS JORGE ARMANDO	SEPTIMA Y 7 DE OCTUBRE	MORALES MACIAS JORGE ARMANDO	SEGUNDA	0	0	17	68	107.10	26.775	133.88
	<b>TERMAS Y BALNIARIOS</b>											
185	MANILA PARK CENTER	CALDERON INTRIAGO MARCO VINICIO	SECTOR LA CAROLINA CALLE PRINCIPAL S/N	CALDERON INTRIAGO MARCO VINICIO	PRIMERA	0	0	25	100	180.00	45	225.00
186	RIVER CITY	HAS ALCAZAR HIPOLITO JAVIER	SECTOR RUTA DEL RIO AV. RUTA DEL RIO S/N	HAZ ALCAZAR HIPOLITO JAVIER	SEGUNDA	0	0	10	40	140.00	35	175.00

**Anexo 2. Guía para levantamiento de información para Diagnostico FODA**

	<b>Dependencia o entidad</b>	
	<b>Interno</b>	
<b>Unidad administrativa</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>debilidades</b>
	<b>Reporte de conclusiones</b>	
	<b>Externo</b>	
<b>Unidad Administrativa</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>

### **Anexo 3. Cuestionario de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Quevedo.**

**Encuesta para Identificar el grado de interés y participación en el diseño de prácticas de turismo innovador de los representantes de empresas de servicios del cantón Quevedo** Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis de maestría de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

Por favor llene el cuestionario con la mayor sinceridad posible

#### **1.- Edad**

30 – 35	
36- 40	
41 – 45	
46 – 50	

#### **2.- Genero**

Masculino	
Femenino	

#### **3.- Tipo de servicio turístico que presta la empresa:**

Alojamiento	
Alimentos y bebidas	
Agencia de viajes	
Centro de diversión	

#### **4.- Localización de la empresa: .....**

#### **5.- Período de funcionamiento de la empresa:**

Todo el año	
Temporada alta	
Períodos concretos	
Otros	

**6.- ¿La empresa recibe apoyo de algún organismo público o privado? Especificar**

Si	
No	

Especifique: .....

**7.- ¿Cómo es la relación de la Dirección de Turismo del Cantón Quevedo con su empresa?**

Buena	
Regular	
Mala	

**8.- ¿Como prestador de servicio considera usted que el municipio del cantón Quevedo como institución pública se preocupa por vincular a la empresa privada en las iniciativas de turismo?**

Si	
No	

Especifique: .....

**9.- ¿Conoce usted si el departamento de turismo, educación, cultura y deporte socializa a los prestadores de servicios los proyectos con enfoque turístico a desarrollarse en el cantón Quevedo?**

Si	
No	

**10.- ¿Le gustaría que la empresa privada se vincule con el sector público con el objetivo de aumentar la demanda y a la vez mejorar la calidad de los servicios?**

Si	
No	

**11.- ¿Conoce usted como prestador de servicios si el sector público coordina reuniones constantes con el sector privado para conocer sus necesidades?**

Si	
No	

**12.- ¿Conoce usted que es turismo innovador?**

Si	
No	

**13.- ¿Considera usted que el cantón Quevedo posee riqueza turística para llevar a cabo el diseño de prácticas de turismo innovador? (responda solo si contesto la pregunta anterior)**

Si	
No	

**14.- ¿Considera usted que las empresas de servicio reciben capacitación constante en temas que promueven la innovación?**

Si	
No	

**15.- ¿Estaría de acuerdo que el municipio del cantón Quevedo promueva proyectos que vinculen a las empresas de servicios a través de sitios web?**

Si	
No	

**16.- ¿Le gustaría que el cantón Quevedo cuente con una propuesta de modelo de gestión en el que se incluyan estrategias innovadoras que vinculen al sector privado?**

Si	
No	

**17.- ¿Estaría de acuerdo que la información de su empresa turística estuviera al alcance de sitios web manejados por la empresa pública?**

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

**18.- ¿De los siguientes recursos seleccione los más representativos del cantón que deberían ser considerados como producto turístico en las prácticas de turismo innovador?**

Ruta del Río	<input type="checkbox"/>
Palacio de cristal	<input type="checkbox"/>
Criadero del paiche	<input type="checkbox"/>
Parque central	<input type="checkbox"/>
Malecón	<input type="checkbox"/>
Complejo municipal	<input type="checkbox"/>
Redondel Héroes del Cenepa	<input type="checkbox"/>
Iglesia San José	<input type="checkbox"/>
Museo municipal	<input type="checkbox"/>
Estación Experimental Pichilingue	<input type="checkbox"/>
Finca Experimental La Represa	<input type="checkbox"/>

**19.- ¿De las siguientes prácticas de turismo innovador seleccione las que usted considera facilitan el acceso al turista y le dan mayor espacio de competencia a su empresa?**

Sitios web	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>
Plataformas virtuales	<input type="checkbox"/>
Tiendas online	<input type="checkbox"/>

**20. ¿Conoce usted algún proyecto tecnológico innovador socializado a la empresa privada por parte del municipio?**

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

**21.- ¿De las siguientes opciones señale las que usted considera debería incluir el municipio como diseño de estrategias de prácticas innovadoras?**

Plan de acción	
Diseño de sitio web	
Diseño de ruta gastronómica	
Chatbot	

**Anexo 4. Resultado de entrevista aplicada al representante del departamento de turismo, cultura, educación y deporte del municipio del Cantón Quevedo.**

**Entrevista para Identificar los factores internos que aquejan al municipio del cantón Quevedo y dificultan el diseño de prácticas de turismo innovador**

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis de maestría de la universidad tecnológica empresarial de Guayaquil.

Por favor llene el cuestionario con la mayor sinceridad posible

**Fecha:** 19 / 06/ 2019

**Lugar:** Departamento de cultura, educación y deporte del Municipio del cantón Quevedo

**Entrevistadora:** Ing. Mónica Aguilera Cruz

**DATOS PERSONALES DEL ENTREVISTADO:**

**Nombre:** Carlos Garzón Meza

**Edad:** 42 años

**Género:** Masculino

**Cargo:** Director departamento de cultura, educación y deporte del Municipio del cantón Quevedo

**Profesión:** Abogado

**1. ¿Conoce usted la fecha en que se vincula el área de turismo a los departamentos de cultura educación y deporte en la municipalidad del cantón Quevedo?**

No

**2. ¿Considera usted que la dirección de turismo al ser vinculada a otro departamento como es cultura educación y deporte ha causado malestar en los prestadores de servicios locales?**

Por supuesto en mi opinión la dirección de cultura tiene demasiado trabajo por hacer para incluirle turismo que es un tema amplio, cuando se decidió vincular turismo a la dirección de cultura no se tomó en consideración el fuerte trabajo que debía desarrollar la persona de turismo, considero que con el tema de turismo si se ha visto perjudicado primero porque el presupuesto destinados a actividades turísticas se reduce a lo que el departamento de cultura tiene ya no tiene turismo un presupuesto independiente, el programa que fomenta la dirección de cultura tiene que ampliarse para actividades turísticas, la ejecución de proyectos turísticos implica tiempo, planificación porque aquí en Quevedo el turismo no se ha trabajado como debe ser y eso requiere técnicos a tiempo completo, el director si bien tiene título de tercer y cuarto nivel no es un técnico y por lo tanto la dirección de turismo requiere uno a tiempo completo para desarrollar todo el potencial de los atractivos.

**3. ¿Conoce usted cómo es la relación del departamento de turismo cultura, educación y deporte con la empresa privada de servicios turísticos?**

La relación es buena a través de la unidad de turismo que tenemos emitimos permisos de funcionamiento los mismos que entregamos en base a la normativa turística del ministerio de turismo del Ecuador, entonces para la empresa privada el municipio constituye un buen nexo para la obtención de este requisito.

**4. ¿El departamento bajo su responsabilidad mantiene contacto frecuente con los prestadores de servicios para conocer sus necesidades?**

Si por supuesto tenemos documentación de todos los prestadores de servicio mediante vía electrónica estamos enviando mensajes a los empresarios para conocer sus requerimientos y pedir al alcalde la reactivación de la dirección de turismo con el objetivo de solicitar presupuesto independiente.

**5. ¿Conoce usted que son las prácticas de turismo innovador?**

Si, gracias a que tuve la oportunidad de participar de una capacitación en la ciudad de Quito con representantes del ministerio de turismo donde conocí que el turismo innovador es una nueva modalidad de turismo asociado a la tecnología que busca satisfacer las necesidades de un tipo de turista virtual.

**6. ¿Porque cree que el sector público debe comprometerse a fomentar un turismo innovador? (responda solo si contesto la pregunta anterior)?**

Porque el turismo es un gran ejemplo para transmitir a las empresas que el desarrollo tecnológico es una oportunidad de negocio.

**7. ¿Durante los últimos 4 años conoce usted los proyectos con enfoque turístico que impulsa el municipio del cantón Quevedo?**

Si tenemos las propuestas presentadas al alcalde una de ellas es la regeneración de las dos áreas del malecón la primera que corresponde a la parroquia de San Camilo y la segunda a la zona centro de Quevedo la regeneración del malecón tiene enfoque turístico debido a que se pretende aprovechar el Rio de Quevedo.

**8. ¿El municipio realiza cursos de capacitación para las empresas de servicio?**

Si a través del ministerio de turismo se brinda cursos de innovación, atención al cliente, manejo de redes sociales, y manejo de alimentos que son algunos de los temas que hemos venido desarrollando.

**9. ¿Conoce usted si el municipio cuenta con un modelo de gestión estratégica para el fomento de turismo?**

No existe debido a que no hay un responsable de turismo que lleve a cabo una buena planificación.

**10. ¿De las siguientes iniciativas de prácticas de turismo innovador determine la que usted considera debe incluirse como diseño de estrategias de prácticas innovadoras?**

La propuesta del chatbot me parece una buena iniciativa debido a que muchas veces los usuarios revisan nuestras redes sociales preguntándonos sobre hoteles sitios turísticos, pero lastimosamente no hay una aplicación que pueda brindarles esta información sería interesante que la misma pueda asociarse a redes sociales donde como municipio diariamente estamos compartiendo contenidos del cantón.

**11. ¿Conoce usted si el municipio cuenta con un sitio web que proyecte todos los recursos y servicios que tiene el cantón Quevedo?**

No como municipio manejamos la página [www.quevedo.gob.ec](http://www.quevedo.gob.ec) donde se comparte proyectos y obras que realiza la administración en ámbitos turísticos las páginas que muestran turismo en Quevedo son independientes.

**12. ¿Conoce usted cuales son los principales factores internos que aquejan al municipio y que dificultan el desarrollo del turismo local?**

- Falta de técnicos con conocimiento en temas turísticos
- Falta de creación de competencia para la implementación de la dirección de turismo.
- Desconocimiento sobre leyes relacionadas al turismo,
- Falta de presupuesto para actividades turísticas
- Escases de un programa de seguridad para la ciudad debido a que sin ella no hay turismo
- Falta de diseño de medios de promoción innovadora
- Falta de cuidado de los atractivos turísticos
- Poco interés de relación con el sector privado
- Escases de programas de actividades turísticas
- Falta de la ordenanza municipal para comerciantes informales ubicados en espacios turísticos

**13. ¿Como representante directo del municipio considera que el sector privado debe vincularse con la empresa pública para mejorar la calidad del servicio turístico en el cantón?**

Definitivamente si la empresa privada con el sector público debe realizar un trabajo bien comunado con el objetivo de brindar un buen servicio.

**14. ¿Conoce usted cuales son los proyectos que maneja el municipio en favor de la empresa privada de servicios?**

- Si programas de capacitación
- Registro de atractivos turísticos
- Diseño de medios publicitarios de los atractivos para difundir en agencias de viajes y hoteles con el objetivo de que los prestadores de servicio impulsen la visita a nuestros sitios.

**Anexo 5. Cuadro 2. Modelos de gestión turística sus fases o etapas**

<p><b>El modelo de gestión de destinos propuesto por Crouch &amp; Ritchie (1999)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organización</li> <li>2. Marketing</li> <li>3. Calidad del servicio</li> <li>4. Investigación</li> <li>5. Financiación</li> <li>6. Manejo de visitantes</li> <li>7. Gestión de recursos y de crisis</li> </ol>	<p><b>El Modelo de gestión de destinos de Wang (2011)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollo de productos</li> <li>2. Comercialización de productos</li> <li>3. Comunicación de la imagen del destino</li> <li>4. Política y planificación</li> <li>5. Gestión de actores</li> <li>6. Competitividad y sustentabilidad del destino</li> </ol>
<p><b>El Modelo de la gestión de destinos que propuso Long Jit &amp; Pearce (2013)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los objetivos</li> <li>2. Las actividades</li> <li>3. Las estructuras.</li> <li>4. Gestión de marketing, de recursos y de visitantes.</li> </ol>	<p><b>El modelo de gestión de (Román, Patiño, &amp; Arbeláez, 2013)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificación estratégica</li> <li>2. Objetivos, metas y el entorno interno y externo de la organización</li> <li>3. Diagnostico FODA</li> <li>4. Inventario de los recursos</li> </ol>

**Fuente:** Análisis modelos conceptuales desde el enfoque de varios autores

**Elaborado:** Por Autora

## Anexo 6. Registro de inventario de atractivos turísticos

Tabla 12. Ficha 1. Ruta del río

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ing. Mónica Aguilera	<b>1.2 Ficha N°</b> 01
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b> 8/03/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Ruta del río	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Zonas históricas ciudades	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Los Ríos	<b>2.2 Cantón:</b> Quevedo
<b>2.3 Parroquia:</b> San Camilo	
<b>2.4 Latitud:</b> 01°00'28"S	<b>2.5 Longitud:</b> 79°28'00"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Cooperativa pital 1 vía a Valencia <b>3.2 Distancia:</b> 1 km	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 87 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 27° C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1.150 – 2.380 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El atractivo se encuentra ubicado a 8 km de la ciudad de Quevedo, pasando por la cooperativa el Pantano.	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b>	

La Ruta del Rio es un recurso turístico natural de la ciudad, el cual está relacionado con la naturaleza, lugar en el que se conserva un sin número de especies de fauna, como es el caso de un animal muy simpático y sociable llamado lobos de río, que es una especie muy conocida por habitar en los ríos de Sudamérica.

**4.6 Atractivos individuales que lo conforman:**

- Ruta de ciclovía
- Complejo turístico zook
- Río Quevedo

**4.7 Permisos y Restricciones:**

Ninguno

**4.8 Usos**

**4.8.1 Usos Actuales**

Espacio destinado al deporte caminatas – shows artísticos

**4.8.2 Usos Potenciales**

- Ruta agroturística
- Fotografía

**4.8.3 Necesidades turísticas**

Se debe realizar un estudio para la implementación de señalética, Implementación de servicios turísticos para los visitantes que recorren el lugar y poder brindar seguridad a los turistas.

**4.9 Impactos**

**4.9.1 Impactos positivos**

Incremento de empleo  
Participación de la empresa privada

**4.9.2 Impactos negativos:**

Erosión del suelo  
Pérdida de especies

**5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

**5.1 Estado:** Alterado

**5.2 Causas:** Contaminación de desechos sólidos

**6. ENTORNO:**

**6.1 Entorno:** Alterado

**6.2 Causas:**

- Contaminación de desechos sólidos
- Extracción de material pétreo

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**

**7.1 Tipo:** Terrestre

**7.2 Subtipo:** Carreteras

**7.3 Estado de Vías:** Conservado

**7.4 Transporte:** cooperativa de buses

**7.5 Frecuencias:** 5 minutos

**7.6 Temporalidad de acceso:**  
Todo el año

<b>7.7 Observaciones:</b> Para disfrutar el recorrido se debe llevar ropa cómoda, y solicitar en el departamento de turismo del cantón información de la ruta por la falta de señalización.
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comedor Mila restaurant</li> <li>• Complejo turístico Zouk</li> </ul>

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
9.1 Agua: Si	
9.2 Energía Eléctrica: Si	
9.3 Alcantarillado: Si	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
10.1 Nombre del atractivo: Complejo turístico Chiky Play	10.2 Distancia: 9 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
11.1 Difusión: Local

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	7
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Estado de conservación y/o organización	3
	d) Entorno	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>27</b>

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
II
<i>Elaborado por: Autora</i>

**Tabla 13. Ficha 2. Malecón de Quevedo**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ing. Mónica Aguilera	<b>1.2 Ficha N°</b> 02
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b> 8/03/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Malecón de Quevedo	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Zonas históricas ciudades	



<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Los Ríos	<b>2.2 Cantón:</b> Quevedo
<b>2.3 Parroquia:</b> Quevedo	
<b>2.4 Latitud:</b> 01°00'28"S	<b>2.5 Longitud:</b> 79°28'00"O

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Parroquia San Camilo	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.4 Altitud:</b> 87 m.s.n.m	
<b>4.5 Temperatura:</b> 27° C	
<b>4.6 Pluviométrica:</b> 1.150 – 2.380 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El atractivo se encuentra ubicado a 1 km de la ciudad de Quevedo, pasando por el puente Dr. Humberto Alvarado.	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b>	

El malecón de Quevedo es un espacio de sano esparcimiento su nombre corresponde a Eloy Alfaro, el mismo que fue nombrado por el cabildo en convenio con la fundación Quevedo Es Mi Ciudad. El proceso de regeneración se hizo por etapas creando espacios para el relax familiar y la distracción de la niñez, las áreas verdes armonizan con la estructura de hormigón. El Malecón sirve como paseo turístico teniendo como fondo el apacible río Quevedo, uno de los más largos del Pacífico sur, debido a que nace en la



<b>7.5 Frecuencias:</b> 5 minutos	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Ninguna	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel del Río</li> <li>• Hotel Barro</li> <li>• Hotel presidente</li> <li>• Restaurant D'Carlos</li> <li>• Paseo shopping center</li> </ul>	

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>
<b>9.4 Agua:</b> Si
<b>9.5 Energía Eléctrica:</b> Si
<b>9.6 Alcantarillado:</b> Si

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Paseo shopping center	<b>10.2 Distancia:</b> 2 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	e) Valor Intrínseco	7
	f) Valor Extrínseco	6
	g) Estado de conservación y/o organización	3
	h) Entorno	3
APOYO	d) Acceso	3
	e) Servicios	1
	f) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	e) Local	2
	f) Provincial	
	g) Nacional	
	h) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>27</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		
<i>Elaborado por: Autora</i>		

**Tabla 14. Ficha 3. Complejo municipal "AGRILSA"**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ing. Mónica Aguilera	<b>1.2 Ficha N°</b> 03
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b> 8/03/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Complejo Municipal "AGRILSA"	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Zonas históricas ciudades	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Los Ríos	<b>2.2 Cantón:</b> Quevedo
<b>2.3 Parroquia:</b> Venus del Río Quevedo	
<b>2.4 Latitud:</b> 01°00'28"S	<b>2.5 Longitud:</b> 79°28'00"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Parroquia Eloy Alfaro <b>3.2 Distancia:</b> 3 km	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.7 Altitud:</b> 87 m.s.n.m	
<b>4.8 Temperatura:</b> 27° C	
<b>4.9 Precipitación Pluviométrica:</b> 1.150 – 2.380 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El atractivo se encuentra ubicado a 2 km de la parroquia Eloy Alfaro, pasando por el puente Velazco Ibarra.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> El complejo municipal "AGRILSA" se ubica en la parroquia Venus del río Quevedo posee 2 piscinas destinadas a cursos de natación, 4 chanchas de uso múltiple, zonas de parqueo y espacios destinados para áreas verdes.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 piscinas</li> <li>• 4 canchas</li> <li>• 1 parqueadero</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos vacacionales</li> </ul>	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto ejercítate mujer Quevedeña</li> </ul>	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Mantenimiento de espacio físico Organización de desechos solidos	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
Incremento de empleo	
<b>4.9.2 Impactos negativos:</b>	
Contaminación	
Si	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Alterado	
<b>5.2 Causas:</b> Contaminación de desechos solidos	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Alterado	
<b>6.2 Causas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación de desechos solidos</li> </ul>	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Carreteras
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Conservado	<b>7.4 Transporte:</b> cooperativa de buses
<b>7.5 Frecuencias:</b> 5 minutos	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	

<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>
Paseo shopping

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	i) Valor Intrínseco	7
	j) Valor Extrínseco	6
	k) Estado de conservación y/o organización	3
	l) Entorno	3
APOYO	g) Acceso	3
	h) Servicios	1
	i) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	i) Local	2
	j) Provincial	
	k) Nacional	
	l) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>27</b>
<b>11.1 Difusión: Local</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Paseo shopping center		<b>10.2 Distancia:</b> 2 km
<b>9.7 Agua:</b> Si <b>9.8 Energía Eléctrica:</b> Si <b>9.9 Alcantarillado:</b> Si		

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
II
<i>Elaborado por: Autora</i>

**Tabla 15. Ficha 4. Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria INIAP**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ing. Mónica Aguilera	<b>1.2 Ficha N°</b> 04
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b> 8/03/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIAP) Estación Pichilingue	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Centros científicos y técnicos	



<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Los Ríos	<b>2.2 Cantón:</b> Quevedo
<b>2.3 Parroquia:</b> Quevedo (rural)	
<b>2.4 Latitud:</b> 01°04'15"S	<b>2.5 Longitud:</b> 79°29'45"O

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Cantón el Empalme	<b>3.2 Distancia:</b> 20 km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.10 Altitud:</b> 100 m.s.n.m	
<b>4.11 Temperatura:</b> 27° C	
<b>4.12 Precipitación Pluviométrica:</b> 1.150 – 2.380 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Km 5 vía Quevedo - El Empalme	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b>	

La Estación está orientada a la investigación y desarrollo de programas agropecuarios, entre los que se pueden mencionar los programas de Investigación, de Estudios de los Suelos, programa de maíz, café, y soya. El Programa de mejoramiento del cacao nacional, comprende 40 hectáreas de las cuales 3 son colecciones de cacao en el mundo, programa vegetal, programa de semillas, programa de ganadería (especies de brahmán - holsen - cruzado) de carne y leche, núcleo de apoyo y capacitación de transferencia de tecnología. Los predios en su inicio pertenecieron al Servicio Cooperativo Interamericano y posteriormente pasaron a propiedad del estado.

**4.6 Atractivos individuales que lo conforman:**

- bloque de administración, laboratorios y biblioteca, área de alojamiento, comedor, auditorio, zona de deportes.

**4.7 Permisos y Restricciones:**

Ninguno

**4.8 Usos**

**4.8.1 Usos Actuales**

Centro de investigación científica

**4.8.2 Usos Potenciales**

- Ruta agroturística

**4.8.3 Necesidades turísticas**

Implementación de una ordenanza turística.

**4.9 Impactos**

**4.9.1 Impactos positivos**

Participación de la comunidad

**4.9.2 Impactos negativos:**

Perdida de especies

**5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

**5.1 Estado:** Conservado

**5.2 Causas:** Centro de investigación

**6. ENTORNO:**

**6.1 Entorno:** Alterado

**6.2 Causas:**

- Contaminación de desechos solidos

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**

**7.1 Tipo:** Terrestre

**7.2 Subtipo:** Carreteras

**7.3 Estado de Vías:** Conservado

**7.4 Transporte:** cooperativa de buses

**7.5 Frecuencias:** 5 minutos

**7.6 Temporalidad de acceso:**

Todo el año

**7.7 Observaciones:**

Ninguna

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

- Infraestructura ubicada en la parroquia Quevedo

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

9.10 Agua: Si

9.11 Energía Eléctrica: Si

9.12 Alcantarillado: Si

**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**

10.1 Nombre del atractivo: Malecón de Quevedo

10.2 Distancia: 10 km

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**

11.1 Difusión: Local

**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	m) Valor Intrínseco	7
	n) Valor Extrínseco	6
	o) Estado de conservación y/o organización	3
	p) Entorno	3
APOYO	j) Acceso	3
	k) Servicios	1
	l) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	m) Local	2
	n) Provincial	
	o) Nacional	
	p) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>27</b>

**13. JERARQUIZACIÓN**

II

*Elaborado por: Autora*

**Tabla 16. Ficha 5. Palacio de cristal**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ing. Mónica Aguilera	<b>1.2 Ficha N°</b> 05
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b> 8/03/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Palacio de Cristal	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Zonas históricas ciudades	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Los Ríos	<b>2.2 Cantón:</b> Quevedo
<b>2.3 Parroquia:</b> Quevedo	
<b>2.4 Latitud:</b> 01°00'28"S	<b>2.5 Longitud:</b> 79°28'00"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Cantón Quevedo <b>3.2 Distancia:</b> 1 km	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.13 Altitud:</b> 87 m.s.n.m	
<b>4.14 Temperatura:</b> 27° C	
<b>4.15 Precipitación Pluviométrica:</b> 1.150 – 2.380 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Calle Eloy Alfaro y Quinta	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b>	

El Palacio de Cristal es una obra vanguardista que refleja el avance urbanístico de la capital económica de Los Ríos. Su cristalería, sobre una estructura de hierro y hormigón armado, rompió los tradicionales diseños de las edificaciones en la localidad. La obra fue construida entre el Cabildo y la Fundación Quevedo es Mi Ciudad. En Quevedo la obra es considerada un referente urbanístico, cultural y turístico de Los Ríos. Es el ícono insigne de la tercera etapa de regeneración del malecón Eloy Alfaro. La edificación tiene 952 m2 de cristal de 10 ml de espesor. El Palacio es como un eslabón entre la urbe actual y el pasado representado por el afluente.

**4.6 Atractivos individuales que lo conforman:**

- Malecón de Quevedo
- La bola parador turístico

**4.7 Permisos y Restricciones:**

Ninguno

**4.8 Usos**

**4.8.1 Usos Actuales**

Área de recreación

**4.8.2 Usos Potenciales**

- Fotografía

**4.8.3 Necesidades turísticas**

Implementación de zonas de esparcimiento

**4.9 Impactos**

**4.9.1 Impactos positivos**

Participación de la comunidad

**4.9.2 Impactos negativos:**

Contaminación por desechos solidos

**5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

**5.1 Estado:** Alterado

**5.2 Causas:** Contaminación de desechos

**6. ENTORNO:**

**6.1 Entorno:** Alterado

**6.2 Causas:**

- Contaminación de desechos solidos

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**

**7.1 Tipo:** Terrestre

**7.2 Subtipo:** Carreteras

**7.3 Estado de Vías:** Conservado

**7.4 Transporte:** cooperativa de buses

**7.5 Frecuencias:** 5 minutos

**7.6 Temporalidad de acceso:**

Todo el año

**7.7 Observaciones:**

Ninguna

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

- Hoteles, restaurantes, centros de diversión nocturna

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA****9.13 Agua:** Si**9.14 Energía Eléctrica:** Si**9.15 Alcantarillado:** Si**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.****10.1 Nombre del atractivo:** Malecón de Quevedo**10.2 Distancia:** 1 km**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:****11.1 Difusión:** Local**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	q) Valor Intrínseco	7
	r) Valor Extrínseco	6
	s) Estado de conservación y/o organización	3
	t) Entorno	3
APOYO	m) Acceso	3
	n) Servicios	1
	o) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	q) Local	2
	r) Provincial	
	s) Nacional	
	t) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>27</b>

**13. JERARQUIZACIÓN**

II

*Elaborado por: Autora*

**Tabla 17. Ficha 6. Iglesia San José**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ing. Mónica Aguilera	<b>1.2 Ficha N°</b> 06
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b> 8/03/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Iglesia San José	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Arquitectura religiosa	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Los Ríos	<b>2.2 Cantón:</b> Quevedo
<b>2.3 Parroquia:</b> Quevedo	
<b>2.4 Latitud:</b> 01°00'28"S	<b>2.5 Longitud:</b> 79°28'00"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Cantón Quevedo <b>3.2 Distancia:</b> 1 km	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.16 Altitud:</b> 87 m.s.n.m	
<b>4.17 Temperatura:</b> 27° C	
<b>4.18 Precipitación Pluviométrica:</b> 1.150 – 2.380 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Calle siete de octubre y la 5ta	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b>	

Se encuentra en pleno centro de la ciudad en la calle 7 de octubre, la patrona de la ciudad es la Virgen de la Merced. Los murales pintados por David Moscoso junto al altar mayor de la iglesia San José, de Quevedo. Actualmente la Iglesia San José ubicada en la calle 7 de octubre, tiene más de 50 años ofreciendo sus servicios religiosos. Durante esta trayectoria han pasado varios sacerdotes, entre ellos están el padre Óscar Barragán y Alberto Bastidas, quien es el actual sacerdote de la iglesia San José de Quevedo. Las misas se están celebrando todos los días a las 07:00 y 19:00, donde la gente llega a pedir por sus seres queridos.

**4.6 Atractivos individuales que lo conforman:**

- Reloj artesanal

**4.7 Permisos y Restricciones:**

Ninguno

**4.8 Usos**

**4.8.1 Usos Actuales**

Religiosos

**4.8.2 Usos Potenciales**

- Misas

**4.8.3 Necesidades turísticas**

Implementación de ruta religiosa

**4.9 Impactos**

**4.9.1 Impactos positivos**

Participación de la comunidad

**4.9.2 Impactos negativos:**

Contaminación por desechos solidos

**5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

**5.1 Estado:** Alterado

**5.2 Causas:** Contaminación de desechos

**6. ENTORNO:**

**6.1 Entorno:** Alterado

**6.2 Causas:**

- Contaminación de desechos solidos

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**

**7.1 Tipo:** Terrestre

**7.2 Subtipo:** Carreteras

**7.3 Estado de Vías:** Conservado

**7.4 Transporte:** cooperativa de buses

**7.5 Frecuencias:** 5 minutos

**7.6 Temporalidad de acceso:**

Todo el año

**7.7 Observaciones:**

Ninguna

<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoteles, restaurantes</li> </ul>	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
9.16	Agua: Si
9.17	Energía Eléctrica: Si
9.18	Alcantarillado: Si

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Malecón de Quevedo	<b>10.2 Distancia:</b> 2 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
11.1 Difusión: Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	u) Valor Intrínseco	7
	v) Valor Extrínseco	6
	w) Estado de conservación y/o organización	3
	x) Entorno	3
APOYO	p) Acceso	3
	q) Servicios	1
	r) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	u) Local	2
	v) Provincial	
	w) Nacional	
	x) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>27</b>

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>	
II	
<i>Elaborado por: Autora</i>	

**Tabla 18. Monumento héroes del Cenepa**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ing. Mónica Aguilera	<b>1.2 Ficha N°</b> 07
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b> 8/03/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Monumento héroes del Cenepa	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Arquitectura militar	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Los Ríos	<b>2.2 Cantón:</b> Quevedo
<b>2.3 Parroquia:</b> Quevedo	
<b>2.4 Latitud:</b> 01°00'28"S	<b>2.5 Longitud:</b> 79°28'00"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Cantón Quevedo <b>3.2 Distancia:</b> 4 km	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.19 Altitud:</b> 87 m.s.n.m	
<b>4.20 Temperatura:</b> 27° C	
<b>4.21 Precipitación Pluviométrica:</b> 1.150 – 2.380 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Km 1 vía Buena Fe Quevedo	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b>	

El lunes 26 de enero en honor a los catorce años de este gran suceso que pasó a formar parte de la historia del Ecuador, las autoridades locales, así como militares, inaugurarán un magnífico monumento, dedicado a estos grandes soldados que, con valor y valentía, en aquel tiempo, defendieron a la patria. Washington Álvarez, comandante del Grupo de Fuerzas Especiales número 26 Cenepa, señaló que la población fluminense debe reconocer que esta unidad es un valuarte del ejército ecuatoriano y por ende de las Fuerzas Armadas y que como tal participó en el conflicto armado, sucedido en el año de 1995.

**4.6 Atractivos individuales que lo conforman:**

- Monumento del cóndor que refleja la majestad de la patria

**4.7 Permisos y Restricciones:**

Ninguno

**4.8 Usos**

**4.8.1 Usos Actuales**

Monumento

**4.8.2 Usos Potenciales**

- Fotografía

**4.8.3 Necesidades turísticas**

Señalización

**4.9 Impactos**

**4.9.1 Impactos positivos**

Participación de la comunidad

**4.9.2 Impactos negativos:**

Contaminación por desechos solidos

**5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

**5.1 Estado:** Alterado

**5.2 Causas:** Contaminación de desechos

**6. ENTORNO:**

**6.1 Entorno:** Alterado

**6.2 Causas:**

- Contaminación de desechos solidos

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**

**7.1 Tipo:** Terrestre

**7.2 Subtipo:** Carreteras

**7.3 Estado de Vías:** Conservado

**7.4 Transporte:** cooperativa de buses

**7.5 Frecuencias:** 5 minutos

**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año

**7.7 Observaciones:**

Ninguna

<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoteles, restaurantes</li> </ul>	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
9.19	Agua: Si
9.20	Energía Eléctrica: Si
9.21	Alcantarillado: Si

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Paseo shopping	<b>10.2 Distancia:</b> 1 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
11.1 Difusión: Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	y) Valor Intrínseco	5
	z) Valor Extrínseco	4
	aa) Estado de conservación y/o organización	4
	bb) Entorno	4
APOYO	s) Acceso	3
	t) Servicios	1
	u) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	y) Local	1
	z) Provincial	
	aa) Nacional	
	bb) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>23</b>

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>	
I	
<i>Elaborado por: Autora</i>	

## Anexo 7. Inventario de planta turística

Tabla 19. Ficha de alojamiento # 1. Hotel D´Barros

FICHA # 1 Hotel D´ Barros		
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO Alojamiento
4 estrellas	Hotel	
		
UBICACIÓN	TELÉFONO/ E-MAIL	# DE HABITACIONES
Av 7 de Octubre y decima segunda esquina	052753936	60
PROPIETARIO		TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO
Sr. Orlando Barros		11 Años
SERVICIOS E INSTALACIONES		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Habitaciones sencillas, dobles, triples, matrimoniales</li> <li>2. Ascensor</li> <li>3. Agua caliente, TV</li> <li>4. Wifi, Garaje</li> <li>5. Salones de conferencia</li> </ol>		
OBSERVACIONES		
El hotel cuenta con 60 habitaciones debido a que su propietario adquirió otra edificación que se encontraba junto a su propiedad.		
RECOMENDACIONES		
Ninguna		
CONTACTO		REALIZADO POR:
@dbarroshotel		Mónica Aguilera

Elaborado por: Autora

Tabla 20. Ficha de alojamiento # 2. Hotel San Andrés

FICHA # 2 Hotel San Andrés		
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
4 estrellas	Hotel	Alojamiento
		
UBICACIÓN	TELÉFONO/ E-MAIL	# DE HABITACIONES
Av 7 de octubre y decima primera Centro de Quevedo	052762610	30
PROPIETARIO		TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO
Ing. Fabricio Toala Luna		3 Años
SERVICIOS E INSTALACIONES		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Habitaciones sencillas, dobles, triples, matrimoniales</li> <li>2. Ascensor</li> <li>3. Agua caliente, TV</li> <li>4. Cafetería</li> <li>5. Lavandería</li> <li>6. Salón de eventos y bar</li> <li>7. Wifi, Garaje</li> </ol>		
OBSERVACIONES		
<p>Hotel San Andrés cuenta con cerraduras electrónicas de proximidad las cuales actúan identificando la tarjeta y leyendo los datos contenidos en la misma (número de habitación, tiempo permitido de acceso a la habitación, etc.) por medio de un sistema de radio frecuencia. La cerradura electrónica, controlada por un sistema micro controlado es extremadamente fiable al no permitir lecturas incorrectas. Permiten la entrada a la habitación en el plazo máximo de 15 segundos. Disponen de alarma para advertir de intentos de aperturas malévolas.</p>		
RECOMENDACIONES		
Ninguna		
CONTACTO		REALIZADO POR:
Hotelsanandresinn.com		Mónica Aguilera

Elaborado por: Autora

**Tabla 21. Ficha de alojamiento # 3. Hotel Palmar del Sol**

<b>FICHA # 3 Hotel Palmar del Sol</b>		
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO Alojamiento</b>
4 estrellas	Hotel	
		
<b>UBICACIÓN</b>	<b>TELÉFONO/ E-MAIL</b>	<b># DE HABITACIONES</b>
Km 5 de la vía Quevedo el Empalme	052785880	35
<b>PROPIETARIO</b>		<b>TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO</b>
S/N		4 Años
<b>SERVICIOS E INSTALACIONES</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Habitaciones sencillas, dobles, triples, matrimoniales, Suites</li> <li>2. TV</li> <li>3. Piscina</li> <li>4. Zonas de esparcimiento</li> <li>5. Salón de eventos</li> <li>6. Desayuno incluido</li> <li>7. Wifi, Garaje</li> </ol>		
<b>OBSERVACIONES</b>		
Ninguna		
<b>RECOMENDACIONES</b>		
Ninguna		
<b>CONTACTO</b>	<b>REALIZADO POR:</b>	
www.hotelpalmaresol.com	Mónica Aguilera	

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 22. Ficha de alojamiento # 4. Hostal Aroma de Cacao**

<b>FICHA # 4 Hostal Aroma de Cacao</b>		
<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO Alojamiento</b>
4 estrellas	Hostal	
		
<b>UBICACIÓN</b>	<b>TELÉFONO/ E-MAIL</b>	<b># DE HABITACIONES</b>
Quevedo, av. Bolívar entre 10ma. y 11va	052757757	16
<b>PROPIETARIO</b>		<b>TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO</b>
Ing. MsC. Marco Cortez		5 Años
<b>SERVICIOS E INSTALACIONES</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Habitaciones sencillas, dobles, triples, matrimoniales</li> <li>2. TV, aire acondicionado</li> <li>3. Área de restaurante - cafetería</li> <li>4. Wifi, Garaje</li> </ol>		
<b>OBSERVACIONES</b>		
Ninguna		
<b>RECOMENDACIONES</b>		
Ninguna		
<b>CONTACTO</b>	<b>REALIZADO POR:</b>	
Facebook: Hostal aroma de cacao	Mónica Aguilera	

**Elaborado por:** Autora