Maestría en Administración Pública

Artículo de investigación aplicada

Creación de la Oficina de Turismo Municipal en el Cantón San Jacinto de Yaguachi y su relación con la productividad económica. Caso de Estudio

Diego Armando VERA VERA[a] y Janina Lisset VILLAMAR CHÉVEZ [b]

a. Licenciado en Turismo. Asistente de Turismo GAD Yaguachi
b. Licenciada en Turismo. Asistente de Gerencia y control de calidad

Palabras clave

Oficina de Turismo municipal, desarrollo económico y productivo, infraestructura destinada al turismo, desarrollo turístico.

Resumen:El turismo constituye un puntal emergente en la economía mundial, preferentemente en las localidades con vía de desarrollo que encuentran en la difusión y promoción turística una estrategia necesaria para paliar las necesidades prioritarias del entorno comunitario. El objetivo de este estudio es analizar las potencialidades turísticas del cantón San Jacinto de Yaguachi-República del Ecuador y determinar la factibilidad de la creación de una Oficina de Turismo municipal con la oportunidad de mejorar la promoción de esta región como un aporte de desarrollo económico y productivo del país. La metodología consistió en la aplicación de entrevistas a los colaboradores del departamento de planificación estratégica del municipio cantonal, cuyas dimensiones versaron sobre la factibilidad de un departamento de turismo en el cabildo como un recurso económico para potenciar la producción cultural, natural y patrimonial del país. Los resultados muestran que el cantón tiene un gran potencial turístico y que si bien es cierto, la preocupación de la autoridades no han garantizado el impulso socioeconómico e histórico de esta región, es también loable las acciones tomadas por la ciudadanía para evidenciar el trabajo que se realiza en beneficio de sus comunidades.Esto permite concluir que el turismo es una herramienta que mejora el sistema económico mundial y ayuda al posicionamiento de sus ciudadanos como entes proactivos y cuidadores de los recursos que poseen sus localidades.

Key words

Municipal Tourism Office, economic and productive development, infrastructure for

Abstract: Tourism constitutes an emerging mainstay in the world economy, preferably in localities with a development path that find in the diffusion and promotion of tourism a necessary strategy to alleviate the priority needs of the community environment. The objective of this study is to analyze the tourist potential of the San Jacinto de Yaguachi canton-Republic of Ecuador and determine the feasibility of creating a municipal Tourism Office with the opportunity to improve the promotion of this region as a contribution to

tourism, touristic development.

economic development and productivity of the country. The methodology consisted of the application of interviews to the collaborators of the department of strategic planning of the cantonal municipality, whose dimensions dealt with the feasibility of a tourism department in the council as an economic resource to promote the cultural, natural and patrimonial production of the country. The results show that the canton has great tourist potential and that although it is true that the concern of the authorities has not guaranteed the socioeconomic and historical impulse of this region, the actions taken by the citizens to demonstrate the work that is being carried out are also commendable. carried out for the benefit of their communities. This allows us to conclude that tourism is a tool that improves the global economic system and helps to position its citizens as proactive entities and caretakers of the resources that their localities possess.

INTRODUCCIÓN

La importancia de conocer el turismo como un elemento de promoción de los aspectos históricos y socioeconómicos de un localidad, hoy en día cobran gran relevancia,en este sentido, entre los destinos más estudiados se encontraron: Europa como la región más analizada y segundo lugar se encuentra Latinoamérica. Sin embargo, dentro de esta última localidad, México y Brasil son los dos países que constituyen los lugares más evaluados y promocionados (Ely, 2013).

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Por otro lado,las naciones sudamericana poco o nada alientan sobre la promoción turística dentro de los municipios, tampoco poseen webs destinadas a la promoción del turismo, por lo que no parece ser de mucha importancia y si acaso la hay, no se encuentran oficina de turismo desarrolladas y en varios idiomas que postulen a sus países como verdaderos centros en donde se promocione la calidad histórica, las tradiciones y la cultura de sus habitantes que coadyuven a una repotenciación económica y productiva de sus naciones (De Moya y Jain, 2013).

Ahora bien, Bel, Fageda y Mur (2010) expresan que dentro de los escenarios públicos, el campo del del turismo, tiene su importancia dentro de los municipios,por lo que, cuando el destino no es suficientemente relevante se suele crear una organización dedicada a promocionarlo, de forma que las organizaciones de marketing de los destinos (OMD) desarrollan sitios web que aprovechan el

conocimiento de la zona turística que gestionan, en este caso los ayuntamientos (Díaz Luque, López, y Villarán, 2010).

En este esfuerzo por entender las posibilidades que ofrece una oficina turística, los cabildos tratan dentro de sus atribuciones y funciones, la integración de la comunicación, gestión y organización, así como la implementación de la tecnología para fomentar sitios de internet y espacios físicos para el desarrollo de contenidos turísticos.Es así que se intenta crer vínculos relacionales con el público, el cliente/ciudadano para entregarle un destino potencial a través del marketing que brinda las cuatro "P" clásicas (producto, promoción, precio, lugar) combinado con una orientación estratégica hacia el consumidor, que es el protagonista del suceso participativo ciudadano (Lois, Piñera y Santomil, 2010).

Siguiendo a Osuna Soto et al. (2011), los países en vías de desarrollo están considerando cada vez más a la actividad turística como un motor de su desarrollo endógeno y, junto a los atractivos intrínsecos del destino, permite un importante desarrollo sectorial, consolidándose el turismo en muchos países pobres y en vías de desarrollo como la principal fuente de divisas y de creación de empleo

En lo que respecta al cantón Yaguachi, ubicado en la Provincia del Guayas-Ecuador, entre los años 70-90, era un reconocido referente de turismo religioso promovido por su Santo Patrono San Jacinto, dando lugar a celebraciones que duraban todo el mes de agosto. Sin embargo, estos eventos y recursos han dejado de ser aprovechados en los posteriores años. Esto posiblemente, se deba a que la oficina de Turismo Municipal no ha sido competente desde su creación porque sólo ha celebrado determinadas fechas y ha organizado ciertos eventos que no promueven el potencial de los atractivos turísticos presentes en el sector.

Ante estos hechos, la falta de una Oficina de Turismo Municipal en el GAD de San Jacinto de Yaguachi genera diversas consecuencias que detienen el desarrollo económico de este cantón. Por lo que, es el Departamento de Acción Social quien administra y organiza las festividades más representativas como son la fecha de cantonización, navidad y ocasionalmente en la celebración del Carnaval. Por tal motivo, la aplicabilidad del estudio se basa en la creación e implementación de un Plan Estratégico para la creación de una oficina de turismo que incide en el mejoramiento de la administración pública del cantón tanto constituyendo una estrategia para la productividad económica.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

En este sentido, la relevancia del estudio se enfoca en que el turismo depende del nivel económico del país en cuestión. En el caso de los países en vías de desarrollo, los recursos son empleados para satisfacer las necesidades básicas de sus habitantes, por lo que no se dispone de un rubro extra para invertir en actividades de recreación.En ese sentido, la inexistencia del departamento de turismo en el cantón San

Jacinto de Yaguachi, evita que se aprovechan recursos que podrían beneficiar a la canasta básica de sus habitantes y beneficie los ingresos económico para las administraciones. Lo que podrá generar satisfacción en los ciudadanos, turistas, y conservar la biodiversidad única del cantón y la provincia, generar oportunidades de negocios y mostrar la diversidad cultural del país.

Desde este escenario el presente estudio plantea como objetivo analizar los aspectos que generan la creación de un Departamento de Turismo dentro del cabildo municipal del Cantón San Jacinto de Yaguachi (República del Ecuador), localizada en la costa noroeste de América del Sur, con la finalidad de determinar el potencial turístico de esta localidad. La finalidad es generar resultados que estimulen a las organizaciones competentes a diseñar propuestas que mejoren la promoción turística de la región ecuatoriana.

El presente estudio se compone de una primera sección que presenta la revisión de la literatura sobre los conceptos sobre la factibilidad de la implementación de una oficina de Turismo a través de los municipios y las definiciones de los tipos de turismo de acuerdo a los objetivos y potencialidades de las localidades, así como las implicaciones que conllevan el impacto económico de la creación de una oficina de turismo en el cabildo del Cantón San Jacinto de Yaguachi.

Una segunda sección detalla el aspecto metodológico utilizado para llevar a cabo la propuesta y la descripción de las falencias como las soluciones que coadyuvan al mejoramiento de la difusión y promoción turística del área de la región.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Una tercera sección busca presentar los resultados de la investigación y finalmente la cuarta comprende el análisis comparativo de la implementación de la propuesta con otros estudios que resaltan la importancia de la creación de una oficina de turismo para fomentar el potencial histórico, socioeconómico, sostenible y sustentable de las localidades. Finalmente, se muestran las conclusiones a las que llega el autor del estudio con base al diseño metodológico escogido y la verificación de la hipótesis fundamentada.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Gestión municipal sobre la factibilidad en la creación de la Oficina de Turismo

El turismo es un concepto que abarca las diferentes actividades que los seres humanos realizan cuando se desplazan a otros lugares diferentes al habitual con fines de ocio, laborales, religiosos, entre otros, generando ingresos y desarrollos para quienes ejercen actividades comerciales en el destino turístico y para la localidad, puesto que se convierte en fuentes de ingresos para la administración pública, lo cual es retribuido en inversiones con impacto social (Kim, Hlee & Joun, 2016); Pereyra, Palomino y Gárate, 2021).

En virtud de este aspecto, los cabildos municipales deben reducir sus riesgos al establecer estudios factibles para compensar las necesidades de los clientes, de sus potenciales protagonistas de comercios y de sus ciudadanos, en virtud de los productos y servicios que ofrecen a través de la gestión administrativa y, bajo este mismo escenario evitar cualquier tipo de crisis que pudieran aparecer, ya que estas crisis pueden ocasionar daños severos a la productividad de los clientes (Dahlen y Lange, 2006, Lei et al., 2012, Roehm y Tybout, 2006, van Heerde et al., 2007, Zhao et al., 2011).

Otro aspecto importante que se debe tomar en cuenta en la gestión es la de crear y desarrollar una actitud y mentalidad abierta a los cambios, además de una cultura que permita acoger las oportunidades y aprovecharlas, y esto incluye los cambios de comportamiento, los falsos paradigmas y las ideas equívocas que se suelen tener arraigadas especialmente en mandos y directivos, que son los que gestionan la organización (Hernández, Barrios y Martínez, 2018).

En este mismo escenario, Kotler (2008) expresa que es imprescindible realizar una evaluación de varios aspectos, en el momento en que se desee implementar un negocio o emprendimiento, incluyendo en este concepto la viabilidad de crear un departamento o en la inversión pública sobre cualquier gestión administrativa, ya que el estudio se usa para identificar oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar las condiciones del negocio o inversión, las preferencias de los consumidores, precios de la competencia, y la demanda u oferta, lo que ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

Diseñada por: Edison Jair Duque Oliva PhD

De acuerdo con Peña (2018), la gestión administrativa pública debe direccionar sus impulsos hacia una planificación que ofrezca calidad en el desarrollo de la administración que pondera servicios y productos, por lo que es necesario planear, organizar y mejorar el ordenamiento de los procesos para que los ciudadanos se sientan satisfechos y observen que sus derechos son respetados.

Desde otra perspectiva, es imprescindible suministrar a las áreas operativas los medios para ajustar el proceso de conformidad con las metas de la organización estatal, implementar aspectos de

retroalimentación en todos los niveles y para todos los procesos, además de verificar que cada servidor de la empresa se halle en estado de autocontrol y cumpla con los los objetivos de calidad de servicio (Rojas, 2015).

En definitiva, surge la necesidad de evaluar políticas, procedimientos, prácticas y decretos que han sido diseñados de acuerdo a estrategias de control en la gestión administrativa, y esto porque la administración municipal debe cumplir con aspectos sobre coordinación de recursos para obtener la máxima eficiencia y competitividad en el logro de los objetivos de su organización, de esta manera se puede obtener aquellos objetivos que deben ser mejorados dentro de los cabildos y suplir las necesidades vigentes de los ciudadanos (Prado, 2016)

En este mismo escenario, existen algunos tipos de estudio de factibilidad en la creación de un servicio o producto que se desea brindar al cliente, ciudadano, usuario o consumidor. Entre estos tenemos el estudio técnico, financiero, económico, de mercado, humano u operacional, estudio organizacional y estudio de tiempo.

Tabla 1.

Tipos de estudio de factibilidad

Tipos de estudio	Definiciones
Estudio técnico	Se basa en escoger los medios productivos, organizar la actividad productiva y cumplir con los requerimientos de los recursos necesarios para el producto o el servicio que se ofrece.A partir del mismo se determina para definir si un proyecto es viable y ayuda a seleccionar la alternativa que más se ajuste al proyecto según los recursos con los que cuente.
Estudio Financiero	Orientado a analizar la viabilidad financiera de un proyecto. Obteniendo cálculo de la inversión, propuesta de costos e ingresos y organización de datos para la evaluación y financiamiento.l aumento de la relación entre el mercado de productos y el mercado financiero también puede exponer a las empresas competidoras a riesgos no deseados.
Estudio Económico	Determina un monto necesario para desarrollar el proyecto. Conocer la totalidad de gastos que incurre la empresa, así también desarrolla los costos de operación (producción, administración y ventas). Por ende, se encarga del comportamiento a futuro de las determinadas variables. También permite a conocer si es conveniente o no rentable en realizar un proyecto.
Estudio de Mercado	Conjunto de acciones que aportan datos sobre las técnicas para mejorar la venta de un producto o un servicio y que a su vez logre cubrir con la demanda que genera el consumidor.Precisar el bien o el servicio que se ofrecerá. A su vez, detallar la descripción del bien o servicio que se escoja. • Realizar un estudio de reconociendo de mercado acorde a la oferta y demanda del bien o servicio. • Evaluar las políticas de ventas que regirán la comercialización del bien o servicio, dando importancia al precio y condiciones de ventas
Estudio humano u operacional	Permite la implementación de los recursos de manera urgente, puesto que debe existir el personal con capacitación adecuada para que lleve a cabo la ejecución y puesta en práctica del proyecto.
Estudio organizacional	Conocer y evaluar cada una de las fortalezas y debilidades que posee la organización, con el objetivo de definir su estructura, etapas de inversión, operación y mantenimiento.
Estudio de tiempo	Conocer si el tiempo que se ha planificado para ejecutar un proyecto coincide con el tiempo real que se necesita para llevarlo a cabo o si se necesitará más tiempo para llevarlo a buen término y alcanzar las metas que se han planteado

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Fuente: elaboración propia basado en las teorías de Erosa(2004), Govindaraj, Jaggi y Lin (2004), Santos (2008), Meza (2010) , Kotler, (2009) y Vargas (2017).

En la tabla 1 se describen los diferentes tipos de estudio que brindan sus competencias para establecer los parámetros de medición y evaluación de los recursos que ofrece un producto o servicio, por lo que además, de estas definiciones, Erossa (2004) expresa que entre los elementos que se toman en cuenta, están: Importe de inversiones, la fuente de financiamiento, costos de operación, gastos administrativos y de ventas, y las utilidades del proyecto, además, es necesario trabajar con los costos que están conformado por el costo fijo y variables, además de las ventas que se encarga del precio del producto o servicio

En esta misma perspectiva, es necesario mencionar que para cada proyecto que se lleve a cabo habrá que determinar su estructura organizacional para entender el comportamiento de la empresa, así como cuantificar tanto inversiones como costes de implementación y ejecución del proyecto y sus operaciones correspondientes, por lo que hay dos grandes aspectos que se deben considerar: a.la Demanda que centra su definición en la la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado y la oferta (Jansen, 2013; Wedel, & Kannan, 2016); mientras que la oferta que constituye el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y este constituye competencia para el proyecto (Walter 2005).

Promoción del Turismo como estrategia económica en la productividad de una localidad

Si bien es cierto para el tipo de turismo según la motivación del turista no se puede encontrar una clasificación específica, ya que no existe un criterio único que englobe los tipos de turismo, pues estas pueden ser diversas en cuanto a las realidades de un destino. La promoción y la comercialización de los destinos turísticos exigen un planteamiento coordinado desarrollado en colaboración con el sector privado (Benítez-Aurioles,2022).

Según Rogerson C y Rogerson J.(2019), el visitante es quien va a determinar el tipo de turismo y estas pueden ser de miles maneras. Cualesquiera que sean las razones del turista por las cuales este se traslade, estas podrán clasificarse. Y es en ese sentido que de acuerdo a sus intereses, el ciudadano va a consumir el producto en la medida en que se sienta satisfecho y con necesidades, por lo que el rubro económico que deja al invertir en el lugar de destino impacta de manera positiva lo que incrementa las ganancias monetarias del país que se visita. Mientras tanto, las principales motivaciones de un turista al momento de viajar pueden estar motivadas por las diferentes categorías en la siguiente clasificación.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Turismo gastronómico

El turismo gastronómico también se lo denomina culinario, de alimentos y bebidas. Se caracteriza debido a que el interés del visitante está enfocado en la gastronomía y la cultura que la acompaña. Actualmente se considera a esta modalidad de turismo, como fuente para generar experiencias únicas, siendo en la misma medida de importante como el alojamiento, el paisaje y el clima del lugar (Kim, Hlee y Joun, 2016).

El turismo gastronómico se ha convertido en una forma de recuperar y promover la cultura tradicional en torno a la alimentación, puesto que ayuda a posicionar el destino y los alimentos, acompañados de otras actividades recreativas o de esparcimiento, tales como el turismo rural. Por otro lado, en el turismo culinario se realizan actividades como tours gastronómicos, asistencia a festivales de comida tradicional y bebidas, tomar clases de cocina, visitar mercados, o espacios como granjas, conocer acerca del trabajo y actividad que realizan cadenas industriales de proveedores de alimentos sean estos importadores o exportadores (Sorescu, Warren, & Ertekin, 2017).

Turismo religioso

A diferencia de los otros tipos de turismo, el religioso es llevado a cabo por una motivación fundamentalmente de fe en el visitante. En la actualidad existen muchos destinos reconocidos a nivel mundial, como por ejemplo Jerusalén, La Meca y Roma, que agrupan diferentes ideologías entre ellas, la Católica, Evangélica, protestante e Islámica.

El turismo generado por la fe islámica es amplio, y se caracteriza por las visitas a mausoleos o lugares considerados santos en todos los países que profesan esta creencia, además de ello se asumen valores y comportamientos que no son ajenos a la realidad de otras culturas, puesto que implementan para esta labor el Código Deontológico de la Organización Mundial del Turismo (Pereyra, Palomino y Gárate, 2021).

Turismo deportivo

El turismo deportivo se origina cuando las personas se desplazan a un destino con el propósito de observar eventos deportivos o realizar algún ejercicio o actividad física. Es importante este tipo de turismo puesto que moviliza a millones de personas alrededor del mundo, aportando directamente a la economía de las localidades donde se desarrollan los eventos. La infraestructura del lugar o las condiciones del ambiente propician que se generen nuevos empleos y aumenta la actividad económica (Gijsenberg, van Heerde & Verhoef, 2015).

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Turismo sustentable y sostenible

El turismo sostenible tiene el propósito de desarrollar actividades económicas de la localidad fomentando el respeto del medioambiente, persigue la generación de fuentes de ingresos para sus habitantes. La Organización Mundial del Turismo considera que la característica principal para que exista turismo sustentable y sostenible es mediante el uso adecuado de los recursos medioambientales, para de esta forma evitar la disminución o impacto del ecosistema, por lo que estos aspectos son tomados en

consideración en este tipo de turismo: a. Optimización de recursos medioambientales, b. La autenticidad de la cultura local y c. Distribución de la riqueza (Lei, Dawar & Lemmink, 2008).

DISEÑO METODOLÓGICO

Para el cumplimiento del objetivo, se siguieron algunas etapas de investigación. En primera instancia, se realizó una búsqueda bibliográfica sobre los conceptos de la gestión administrativa encargada de la operación de una oficina sobre promoción turística y la factibilidad de la creación de un departamento que potencie la riqueza cultural, patrimonial y natural de la región. Lamentablemente, en las publicaciones académicas nacionales, no existe mayor literatura como referencia del estudio del turismo en las pequeñas localidades ecuatorianas, de tal manera que se analizan los principales aportes de producción académica y científica internacional relacionada a estudios en revistas, sitios web de organizaciones y ministerios y en base de datos como (Scopus, Web of Science, Ebsco y Redalyc).En este mismo esquema se realizó una búsqueda en la literatura del Banco Central de Ecuador y del Ministerio de Turismo para poder comprender las cifras y porcentajes económicos de las variaciones en los ingresos y egresos de ciudadanos que se derivan por concepto de turismo.

El diseño es experimental y la investigación se encuentra construida sobre las categorías conceptuales o criterios de inclusión que guiaron la investigación y fueron utilizados en el análisis de los resultados como los tipos de estudio para identificar la factibilidad de la creación de un departamento en área pública con servicio a la ciudadanía, los tipos de turismo que ofrece una comunidad basados en la sustentabilidad y sostenibilidad y la gestión administrativa pública que da cuenta sobre la calidad de servicio y satisfacción ciudadana.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

El tipo de investigación fue de campo y de corte longitudinal, ya que de manera in situ se tuvo que hacer uso de algunas etapas investigativas y en determinados momentos para acercarse al fenómeno de estudio,lo que comprendió la verificación de los recursos turísticos que ofrece la localidad.

En virtud de esto, se sigue con la segunda fase de la investigación que es la aplicación de una entrevista como una técnica muy versátil y de gran utilidad al momento de recoger datos en la investigación

cualitativa (Hernández, Fernández y Baptista,2010). La intención es encontrar información precisa, de esta manera el investigador mantiene una actitud participativa en el desarrollo de la entrevista y debe ser capaz de comprender de manera profunda lo que manifiesta el entrevistado (Córdova, 2005).

Para la realización de la entrevista se escogió como objeto de estudio al personal administrativo del municipio del cantón San Jacinto de Yaguachi, que corresponde al Departamento de planeación o planificación estratégica, por tal motivo, la muestra es no probabilística. Fueron un total de 30 colaboradores del departamento de planificación estratégica del municipio. Por ello, no fue necesario utilizar una técnica de muestreo con el fin de seleccionar una porción menor de la población. Todas las entrevistas fueron realizadas con previa autorización del entrevistado, y transcritas a un documento para su análisis posterior, y han sido realizadas durante los meses de noviembre de 2022 a enero de 2023. Las dimensiones de las preguntas de la entrevista están basadas en Palop Giménez (2011) y Pietro et al. (2022), y son las siguientes:

Tabla 2.

Dimensiones de las preguntas de la entrevista

Diseñada por Edison Jair Duque Oli

Nivel de conocimiento acerca de las oficinas de turismo
Inversión económica del cabildo en la implementación de una oficina de promoción del turismo de San Jacinto de Yaguachi
Afluencia turística cantón San Jacinto de Yaguachi
Medio de difusión de destinos turísticos de la localidad por el Municipio del cantón
Recursos turísticos del cantón San Jacinto de Yaguachi
Creación de una oficina de turismo municipal en el cantón San Jacinto de Yaguachi y su impacto económico

Elaboración propia con base en Palop Giménez (2011)y Pietro et al. (2022)

En esta misma fase del proceso metodológico se hizo la observación de campo en donde se pudo evidenciar los atractivos que posee el cantón como parte de uno de los motivos por los cuales se propone la creación de una oficina de turismo para que se potencien estos recursos de la región.

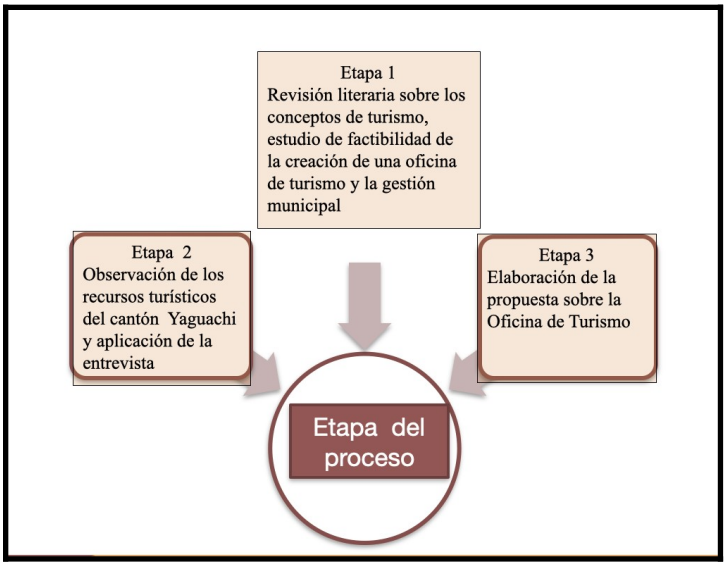
Además, la investigación tiene un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo, puesto que se analizan las características de la población que se estudia y para su elaboración se emplea el método científico de la observación, por lo que aquí se presenta la tercera y última etapa del proceso metodológico que es la creación de una propuesta sobre la implementación de una oficina de Turismo. En el grupo de técnicas cualitativas constan todas aquellas que son distintas a los experimentos, como es el caso de la entrevista, grupos de discusión y técnicas de observación, así como la observación participante (Sánchez, 2018; Ochoa, 2019).

Por otro lado, la investigación se vincula desde la perspectiva de la Investigación – Acción. El interés estuvo centrado en el proceso de aprendizaje, evaluación y ejecución de oportunidades para el Municipio y su relación con la comprensión de las falencias, y potencialidades del municipio como de los elementos atractivos del cantón.

Una vez se han desarrollado las 3 fases (figura 1), se inicia con la elaboración del artículo y con la presentación del análisis de los resultados y conclusiones que se desarrollan en las siguientes partes de esta investigación.

Figura 1. Fases de la investigación

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva



Para la recolección y procesamiento de la información de la investigación se utilizaron los siguientes recursos como Laptop, recursos bibliográficos, actores de la entrevista y el sistema informático Excel que coadyuvaron al análisis y procesamiento de datos.

RESULTADOS

Oportunidades económicas para el Ecuador

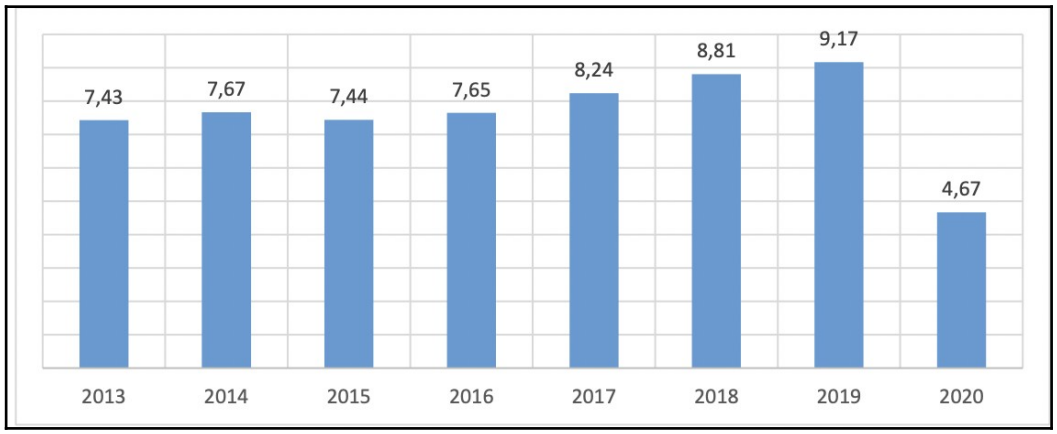
De acuerdo a las etapas que se siguieron en el proceso metodológico, en la primera etapa se pudo concretar la revisión literaria y como resultados de la segunda etapa,se observan los resultados referente al potencial turístico de Ecuador a causa de su ubicación en el centro del continente americano. En referencia a su situación geográfica, el país está atravesado por la cordillera de los Andes, en consecuencia de ello, posee una gran cantidad de riqueza cultural y natural. A nivel mundial, se encuentra ubicado entre los 17 países con mayor biodiversidad en el mundo. Además, tiene una gran parte de bosques en la región amazónica, así como otros atractivos de la región Insular o Galápagos.

La variada gastronomía que se encuentra en cada una de sus regiones: Costa, Sierra, Oriente y la región Insular y las especies endémicas lo han convertido a Ecuador como pulmón de la naturaleza y un importante ecosistema en el mundo.Esto hace que el país se haya convertido en una nación que impulsa el desarrollo turístico para promocionar su diversidad cultural y sus potencialidades.

En ese sentido, se muestran algunas ilustraciones en donde se evidencian datos cuantitativos sobre el turismo como un recurso económico a nivel mundial y nacional.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Gráfico 1. Aportación económica del turismo en el mundo desde 2013-2020



Fuente: Ministerio de Turismo (2021).

Análisis: En el gráfico 1, en concordancia con Ortega (202) se puede evidenciar que el turismo contribuye exponencialmente a la economía mundial, ya que en esta última década su valor ha sido creciente a lo largo del tiempo; esto se evidencia en que el puesto máximo fue hasta el año 2019 con una contribución a la economía de 9,17 billones de dólares, representando el 10,4% del Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo, por efectos de la pandemia, el ingreso cayó en un 96% para el 2020 cuando se registraron ingresos por 4,67 billones de dólares, lo que representó apenas el 5,5% del PIB mundial.

Tabla 3.

Balanza Turística

Año	Ingresos por turismo	% Crecimiento o disminución		Egresos por turismo	Crecimiento o disminución		Balanza Turística	
2010	786,00			863,40			-	77,40
2011	849,70	8%		916,50	6%		-	66,80
2012	1038,80	225		946,60	3%		95,20	
2013	1251,20	205		988,20	5%		263,00	
2014	1487,20	19%		989,80	0%		497,40	
2015	1557,40	5%		993,90	5		563,50	
2016	1728,90	11%		1.454,00	46%		274,90	
2017	2018,40	17%		1.462,90	1%		555,50	
2018	2279,30	13%		1.523,30	4%		756,00	
2019	2287,50	0%		1.650,10	8%		637,40	
2020	704,70	-	69%	533,20	-	68%	171,50	

Fuente: elaboración propia con base al Ministerio de Turismo-Ecuador (2021)

Análisis: Ahora bien, en la tabla 3, se puede apreciar el ingreso por divisas que presenta una tendencia creciente hasta el año 2019 y en el año 2020 baja drásticamente su recaudación debido a la crisis sanitaria, efecto similar que se puede apreciar en el rubro de los egresos y la balanza turística. Sin embargo, se puede

comprobar que el turismo es una estrategia económica que rinde sus productividad dentro del territorio ecuatoriano.

Sin embargo, de acuerdo a los datos recabadas en el último semestre del año 2021 del Banco Central del Ecuador, existen valores correspondientes al tercer trimestre del 2021, y estos muestran que se ha llegado a 325 millones, superior en cerca de 4 veces lo ingresado en el mismo trimestre en el año de la pandemia cuando llegó a 69 millones; pero aún inferior a los valores en similar período de años anteriores, lo que nos hace ver que la situación del sector no se ha recuperado aún (Ministerio de Turismo, 2022).

Resultados de la observación en la región San Jacinto de Yaguachi

En lo que se refiere al primer aspecto de la segunda fase, en la tabla se encuentran 16 recursos turísticos que se observaron dentro del cantón, en total fueron aspectos potenciales considerados para la promoción del turismo en la localidad ecuatoriana.

Tabla 4.

Recursos turísticos del cantón San Jacinto de Yaguachi

N°	Nombre del recurso	Tipo de recurso
1	Malecón acuático	Natural
2	Cabañas turísticas	Cultural
3	Club Aguamarina	Cultural
4	Basílica de la Catedral del cantón San Jacinto de Yaguachi	Patrimonial
5	Gastronomía: fritada, seco de pato, bollos, cazuelas, caldo de salchichas y el Dulce de los Reyes	Cultural
6	Fiesta patronal	Cultural
7	Romería dedicada a San Jacinto Patrón de Yaguachi	Cultural
8	El ferrocarril	Patrimonial
9	Gruta de la Virgen María	Cultural
10	Cripta de San Jacinto	Cultural
11	Parque Acuático Rey Park	Cultural
12	Club Campestre de la Policía Nacional	Cultural

Diseñada po. Edison Jair Duque Oliva PhD

13	Rancho Javier	Cultural
14	Río Yaguachi	Natural
15	Tradicional Peleas de gallos	Cultural
16	Tradición regata del Río Yaguachi	Cultural

Elaboración propia con base a la observación in situ

En al tabla 4 se observa que el cantón San Jacinto Yaguachi, ubicado en la Provincia del Guayas-Ecuador, es un referente histórico de vital importancia para el país, en su delimitación acontecieron determinados eventos de conquista y liberación para el país, lo que le ha otorgado importantes recursos y atractivos turísticos; además, de una identidad cultural en torno a las costumbres y tradiciones de su gente.En esta misma descripción se aprecia que existen 2 recursos turísticos naturales, 1 elemento patrimonial y 13 atractivos culturales.

Resultados de la entrevista

Respecto a la aplicación de la entrevista, en la tabla se muestra la percepción de los entrevistados en lo que concierne a las potencialidades de construir una Oficina de Turismo en el Municipio. A pesar de que los datos fueron cualitativos, todos estos aspectos han sido medidos a través de la Escala de Likert con cinco puntos (1= máximo desacuerdo, 5= máximo acuerdo). En este sentido, se realizó una valoración cuantitativa para poder ofrecer al estudio una mejor comprensión de la percepción de los entrevistados acerca de la necesidad de un Departamento de Turismo en el municipio, la inversión que debe asistir a la promoción del cantón y los referentes aspectos económicos que sostienen a los ciudadanos.

Tabla 5.

Valoración de la Percepción de los entrevistados

Aspectos evaluados	Valoración
Nivel de conocimiento sobre oficina de turismo	2,85
Inversión económica para la infraestructura turística	2,75
Afluencia turística	4,25
Difusión y promoción turística del cantón San Jacinto de Yaguachi	2,22
Potencial turística por recursos atractivos del cantón	4,35
Creación de Oficina de Turismo municipal como estrategia económica	4,43

Fuente: datos obtenidos de los colaboradores del Departamento de Planificación Estratégica Municipio del cantón Yaguachi

Como se observa en la tabla 5, las valoraciones de los entrevistados en tres de los elementos como El conocimiento que se tiene de una oficina de turismo en el cantón, así como la inversión económica que debe realizarse para efecto de la promoción y difusión de los elementos turísticos del cantón y la construcción del departamento de turismo tiene una valoración que fluctúa entre 2, 85 y 2,20 por debajo de 5, lo que se evidencia que poco o nada se hace para poder ponderar a la localidad como un ente que genere un impacto económico en la región. Sin embargo se aprecia que la afluencia turística (4,25), potencial turístico de la zona (4,35) y la factibilidad para la creación de una oficina de turismo evaluado con (4,43) son medidas que rescatan la importancia de la historia, las tradiciones, la cultura y los elementos naturales y patrimonial como recursos estratégicos para la expresión turística de esta comunidad.

Diseñado por Edison Jair Duque Oliva, PhD

Propuesta con base al estudio de factibilidad para implementar un Oficina de Turismo

Competencias del departamento de turismo municipal en Ecuador

Para la creación de una Oficina de Turismo, se tomaron en consideración 1. Estudio de factibilidad para la creación de una Oficina de Turismo y 2. se realizó un diagnóstico en donde se hallaron ciertas necesidades y debilidades del municipio (ver tabla 5); con base a las falencias se proponen algunas estrategias para que

través de la participación de autoridades del cabildo, Ministerio de Turismo, Ministerio de Educación, profesionales y ciudadanía ponga en marcha las unidades de ejecución y ordenamiento por medio de un proceso conceptual y activo en beneficio de la localidad.

Tabla 6.

Diagnóstico de aspectos de la Municipalidad referente a la actividad turística del cantón San Jacinto de Yaguachi

Problemática	Descripción
Turismo gastronómico y religioso	No han sido promovidos por autoridades municipales como difusión, promoción, experiencias, entre otras actividades. Por lo tanto, no se los aprovecha al máximo. Lo que expresa desinterés de las autoridades en el desarrollo turístico local.
Ausencia de inventario turístico	Lo que significa que no se ha estructurado información de productos turísticos de la localidad, existe escasez de captación de la demanda turística nacional e internacional
Inexistencia de un centro de información sobre los recursos turísticos del cantón.	Con base a esta debilidad, no se cumplen las funciones que se han establecido desde el gobierno central, puesto que no se promueven actividades turísticas que sean realizadas dentro del cantón para la ciudadanía nacional y extranjera.
Creencia de proyectos turísticos	Este quizás, es le mayor problema de la localidad, ya que no se generan estrategias para promocionar y

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

	desarrollar productos turísticos, no asesoran y capacitan a los negocios locales para mejorar la calidad de infraestructuras y servicios, no construyen un catastro de establecimientos turísticos de calidad, no realizan promoción del destino, no se hacen control de la calidad de los servicios y no otorgan la licencia de funcionamiento para establecimientos turísticos, lo que perjudica una parte motriz, que son los emprendimientos locales afines a la actividad.

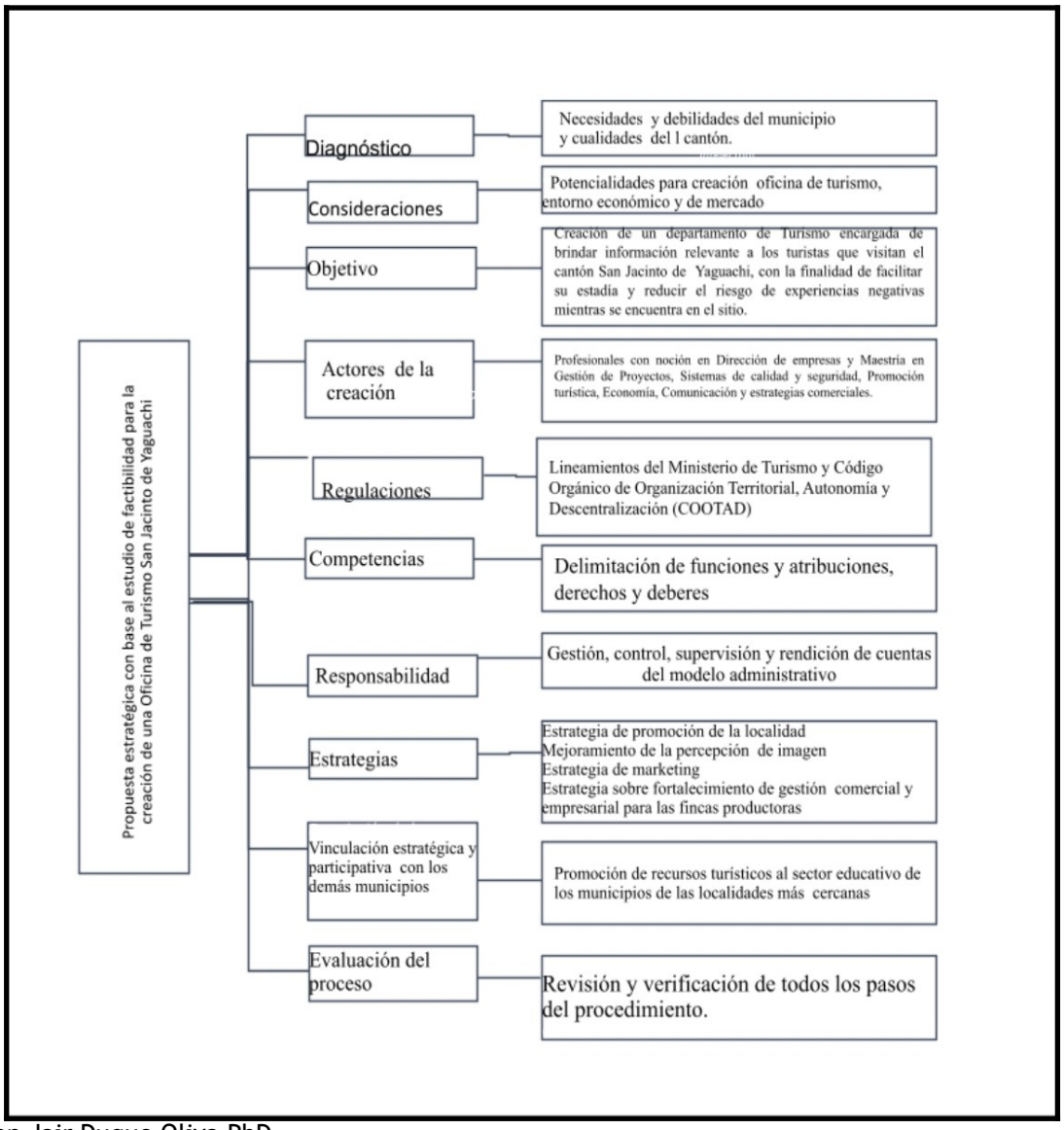
Elaboración propia

Análisis: Como se puede observar en la tabla 6, se hallan descritas las debilidades encontradas dentro del Municipio, que no ha sabido cumplir las funciones encomendadas y potenciar al cantón como un lugar de destino de descanso, distracción y aprendizaje cultural. En este cuadro se puede evidenciar las necesidades reales que atraviesa el cabildo que no ha logrado establecer proyectos turísticos ni asociaciones con otros municipios o no ha fortalecido su relación con el Ministerio de Turismo en beneficio de hacer cuploir las competencias del área administrativa de la entidad estatal a fin de servir a la comunidad y con ello atraer mejores inversionistas, lo que da ocaso a la reactivación económica y repotenciación del lugar de destino.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Figura. 2.

Propuesta con base al estudio de factibilidad sobre la creación de una Oficina de Turismo



Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Elaboración propia

Análisis de la propuesta: En la figura 2 , se puede observar los parámetros que se han considerado para la creación de l oficina de turismo se ha realizado un diagnóstico en donde se destaquen aquellos aspectos que pueden ser mejorados y otros elementos que necesitan ponderarse como méritos de la propia naturaleza del entorno físico, del trabajo del municipio y de la gestión de la empresa privada acorde con las disposiciones legales de los ministerios, se ha venido rescatando para la promoción turística del lugar.

En la descripción de la propuesta se ha puesto como consideración el estudio de la viabilidad de la empresa, el entorno económico,ambiental, características del espacio físico y su funcionalidad, y el estudio

de mercado, de tal manera que sea factible la creación de la Oficina de Turismo dentro de este escenario. En este marco de propuesta se puede apreciar que uno de los puntos más importantes es la determinación del 1. ***Objetivo*** cuyo propósito es crear un departamento de Turismo encargado de brindar información relevante a los turistas que visitan el cantón San Jacinto de Yaguachi, con la finalidad de facilitar su estadía y reducir el riesgo de experiencias negativas mientras se encuentra en el sitio. Como eje principal se encuentran los 2. ***Responsables de la realización del departamento****,* cuya profesionalidad deben poseer conocimientos en Dirección de empresas y Maestría en Gestión de Proyectos, Sistemas de calidad y seguridad, Promoción turística, Economía, Comunicación y estrategias comerciales.

Por otro lado, el ***espacio físico*** debe ser silencioso y tranquilo con cuatro zonas delimitadas y deberá tener ventilación directa al exterior. Para el desarrollo de estas actividades el área destinada a la oficina de Turismo dispondrá de las siguientes instalaciones: el mobiliario de atención al público - zona de recepción y servicios, Cubículos de entrevistas individuales, zona Instalaciones técnicas (equipos de mantenimiento del departamento, teléfonos, videocámaras, filmadoras y equipos tecnológicos para proyecciones de los lugares y recursos turísticos) zona de servicios para personal (casilleros para el personal que trabaja en la dependencia, vestuarios, cafetería, sala de descanso.) Además, deberá contener un espacio para un baño de damas y otro para los caballeros. Los baños deben tener (bañera, lavabo, inodoro, bidé, secador, iluminación mínima y ventilación directa.

Bajo este mismo contexto, la ***información*** que se debe otorgar debe estar relacionada con direccionamientos hacia las agencias de turismo, alojamiento en hoteles, guía de los lugares turísticos y representativos de la ciudad, transporte y centros hospitalarios y lugares de entretenimiento.En ese sentido es importante que se cuente con un sistema de tecnología que coadyuve en la divulgación de la información a través de redes sociales y configurar las cuentas con acceso al público (Tsimonis & Dimitriadis, 2014).

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Entre otros de los aspectos de la propuesta es que se debe seguir las ***Regulaciones*** competente, es decir, cumplir con los lineamientos que se encuentran bajo la autoridad y dirección de los organismos estatales, ya que, de acuerdo con el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) (2018), la creación y aprobación de planes turísticos es de competencia exclusiva de cada Gobierno Autónomo Descentralizado, por lo que cualquier proyecto que se relacionen a esta temática es bajo su responsabilidad, sin dejar de cumplir con los estatutos del Ministerio,.

Entre las ***Funciones:*** Cada departamento de turismo que dependa de los municipios será la encargada de controlar que los establecimientos dedicados para este fin cumplan con las normativas y reglamentos locales y nacionales vigentes. De la misma manera, deben regular el desarrollo del sector turístico en coordinación con los demás GAD promoviendo que el turismo sea sostenible y sustentable.

***Atribuciones*:** Además, el departamento de turismo puede sancionar de acuerdo a la normativa legal vigente con la suspensión temporal o definitiva de los permisos respectivos a las organizaciones o agencias turísticas que no cumplan con lo establecido en sus contratos o con la ley. Por otro lado, el municipio debe desarrollar un modelo de competencias respecto al desarrollo de actividades turísticas. Al tener en cuenta estos estatutos, se debe considerar el regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, como también la creación de estímulos tributarios a fin de fomentar el desarrollo turístico cantonal.

Como estrategias más relevantes están las que se vinculan con la valoración inicial de la empresa y una estimación de la rentabilidad prevista de la inversión. La implementación del modelo de negocio a través de estrategias de fortalecimiento empresarial y gestión comercial generando mejores ingresos de fincas, haciendas o emprendimientos locales que son productoras agro turísticas e industriales privadas como estatales. **Estrategia de promoción para la reactivación económica del sector turismo** en el Municipio como el material promocional del municipio vallas publicitarias, videos con la promoción de los aspectos turísticos por medio campaña de identidad nacional.

Dentro de la percepción económica que se tiene del cantón, se debe otorgar mucho énfasis en el cambio que se requiere para cambiar la percepción de la imagen del cantón, ya que el turismo representa una manera estratégica para un mejor ingreso económico. En ese sentido, la promoción de la localidad debe resaltarse también, a través de centros periodísticos que destaquen los elementos que ofrece la región. De ahí que, involucrar a la comunidad y a los diferentes actores de la cadena turística del destino dentro de este proceso definirá las posibles audiencias y potenciales estrategias de recuperación económica de la localidad después de haber sufrido daños por la pandemia.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

ANÁLISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados del estudio, el turismo en el Ecuador es una estrategia que impulsa y reactiva las actividades socioeconómicas de la nación, sin embargo, entre los resultados de la investigación

se muestra que el turismo tuvo su descenso entre los años 2020 y 2022, pleno auge de la crisis humanitaria como sigue siendo la pandemia del Coronavirus. Esto permite demostrar la existencia de la necesidad de crear una oficina de turismo municipal, puesto que, en la mayoría de los resultados de las preguntas, los encuestados han expresado cuáles serían los beneficios que se obtienen, tanto para los habitantes en general como para la municipalidad, la creación y apertura de este tipo de oficina. Esto permite evidenciar que el cantón tiene un déficit bastante notorio en cuanto a infraestructura turística, lo que limita el desarrollo de actividades dedicadas a este fin, por lo cual se vuelve imprescindible que se cree un departamento que sea encargado y responsable de fortalecer aquellas debilidades que se presenten en esta área.

Por otro lado, en concordancia con España, Nugra (2019) expresa que del turismo no convencional, son pocos los países que realizan este tipo de turismo, dentro de los cuales consta el Ecuador. El turismo no convencional está dado por situaciones como la minería, en este caso, las localidades de Zaruma y Portovelo poseen este potencial turístico.En ese sentido, la comunidad del cantón, sujeto de estudio, es un factor preponderante dentro de las acciones y actividades para ayudar a la reactivación económica de la región y a la disminución del desempleo y al fortalecimiento de la seguridad ciudadana.

El aporte del estudio anteriormente descrito radica en que presenta un paradigma diferente de turismo, más allá de la actividad económica que efectúe una localidad, puesto que plantea la posibilidad de que el turista visite para compensar las jornadas diarias de trabajo. En ese sentido, el turismo comunitario es fundamental para el desarrollo económico de la región por cuanto se involucra a la comunidad en el desarrollo de actividades, se descentraliza el ingreso económico de los cascos urbanos y llevan a la ruralidad donde habitan dos comunidades de ciudadanos, comercio y dueños de emprendimientos locales quienes comparten sus conocimientos y prácticas con los turistas.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Bajo este mismo contexto, Ramírez (2019) en un estudio de factibilidad para la creación de oficina de turismo concluye que existen muchas localidades del Ecuador con potencial turístico entre ellas Cayambe, no obstante, ha sido el desaprovechamiento y omisión de propuestas lo que ha originado que autoridades, pobladores y comunidades desaproveche sus recursos. Y esto puede ser porque dentro de la demanda del visitante no se siente satisfecho por el servicio que ha recibido, a pesar de que se verifica que la localidad posee puntos turísticos en la zona céntrica.

En referencia a los estudios de Santos (2008) y Orgaz y Moral (2016), esto permite evidenciar que para aprovechar los recursos o espacios que generan turismo, no solo es necesario tener disponibilidad en emplearlos, sino que hace falta la creación y puesta en marcha de propuestas que busquen satisfacer las demandas de los visitantes y habitantes del sector. En virtud estas acotaciones, se hace imprescindible la

creación de un oficina de Turismo en el cantón San Jacinto de Yaguachi, puesto que los hallazgos del presente estudio corroboran con énfasis que no se han creado proyectos turístico o poco se ha establecido para que se genere la divulgación y promoción de los recursos turísticos de la localidad como también lo refieren Grant, Wylie & Friesen, (2019).

De la misma manera, al crearse una oficina de turismo en esta región, se abre la oportunidad de que este modelo administrativo sea replicado en los cantones vecinos, siendo esto también una fuente de ingresos y una forma de desarrollo sostenible económicamente y sustentable a través del tiempo.

Además, es fundamental contar con un marco jurídico actualizado que permita viabilizar la ejecución de los planes, programas y proyectos que fomenten el desarrollo de las actividades turísticas del cantón Yaguachi, esto es, mediante un marco de planificación que permita también analizar los distintos impactos en aspectos económicos, sociales, culturales vinculados a los nuevos conceptos de turismo sostenible e innovación. Esto permite dar protagonismo también a la ejecución de la Ley de Turismo, ya que la participación de los gobiernos seccionales impulsan y apoyan el desarrollo del turismo como uno de los principios claves para el desarrollo y fortalecimiento de dicha actividad.

CONCLUSIONES

Por medio de la presente investigación se pudo cumplir con el objetivo que es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una oficina de turismo para el cantón San Jacinto de Yaguachi con el fin de potenciar las cualidades turísticas de la región. Esto permitió el análisis de los elementos que conlleva la construcción de un departamento con información turística y la elaboración de una propuesta que genere la expectativas de las autoridades municipales y gubernamentales para que se apliquen las regulaciones que competen a los municipios y a determinar las funciones de los responsables en ejecutarlas.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

En ese sentido, de acuerdo al análisis de los hallazgos, se pudo determinar que desde el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), se procura que sean los Gobiernos Autónomos Descentralizados los encargados de las actividades de fortalecimiento y promoción de aquellas áreas destinadas al turismo, por lo que en el cantón San Jacinto de Yaguachi desde el GAD municipal, se confirma que la poca participación de esta autoridades locales han perdido la oportunidad de beneficiar a la ciudadanía en dejar de lado propuestas estratégicas en beneficio de todos los involucrados.

Se comprueba que la falta de un marco jurídico actualizado contribuye al estancamiento del turismo de las regiones en vías de desarrollo este cantón, puesto que no hay un ente que sea encargado de dar el

seguimiento necesario y exigir el cumplimiento de aquellas disposiciones que hayan sido contempladas en los reglamentos que se hayan elaborado y aprobado previamente.

Además, se reafirma la necesidad de que sean ejecutados proyectos y programas viables técnica y económicamente, lo que genera un impacto positivo en el desarrollo económico de los sectores que conforman el área turística y al cantón Yaguachi como a los actores municipales de cada zona establecido en un marco referencial de planificación turística y el trabajo en conjunto en el desarrollo de cada uno de sus enfoques y perspectivas dentro de la dinámica que genera el sistema turístico.

Se concluye que la participación de las comunidades es relevante como soporte de sostenibilidad de los recursos naturales; y el sostenimiento de sus tradiciones. Por consiguiente, el cantón San Jacinto de Yaguachi es un factor preponderante en la economía del país no solo por sus recursos turísticos, sino también por la producción industrial y fincas comerciales que generan un impacto económico dentro del territorio nacional.

Fortalezas y Limitaciones

La fortaleza del presente trabajo de investigación es la muestra que se utilizó para aplicar la encuesta es representativa, puesto que se aplicó a los funcionarios públicos de la localidad, lo que permitió estar de cerca frente a la problemática que afronta el municipio como a las cualidades de potencialidades y valores culturales, naturales y patrimoniales del cantón.

Como limitación del presente trabajo es la falta de información que existe en Yaguachi con respecto al turismo, puesto que son realmente escasos los trabajos previos que se han realizado sobre esta temática y que aborden cada uno de los aspectos que lo componen, con los enfoque sociales, culturales, económicos y políticos, por lo cual se vuelve muy difícil acceder a información verificadas y contrastada, referente al turismo en este cantón.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva, PhD

Otra limitación se relaciona con las administraciones municipales, puesto que, si en una se realizan mejoras y se establecen mecanismos de aplicación siguiendo un enfoque, en la siguiente es raro que se siga con esa línea y se empieza por una nueva, por lo que prácticamente hay que empezar con todo desde cero. Esto da como resultado que no se elaboren reglamentos o normativas municipales que fortalezcan el turismo, al contrario, se frena el desarrollo de este sector y la infraestructura existente se vuelve obsoleta, porque no se toman los correctivos necesarios a tiempo.

Futuras Líneas de Investigación

El presente trabajo de investigación constituye una base de consulta bibliográfica para aquellas personas que desean estudiar problemáticas similares, sirviendo además como un punto de partida para futuras investigaciones relacionadas con el desarrollo del turismo en otros cantones. De la misma manera, su aplicabilidad no se limita a un área tan grande como un cantón, sino que puede ser utilizada incluso por los GADs parroquiales y sectores productivos. En ese sentido, es relevante que en la planificación se incluyan planes orientados a la preservación de los recursos naturales y culturales. que considera la Ley de turismo para el desarrollo de cualquier región en plan de desarrollar su potencial turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bel, G., Fageda, X. y Mur, M. (2010): "¿Por qué se privatizan servicios en los municipios pequeños? Evidencia empírica sobre residuos sólidos y agua", Hacienda Pública Española / Revista de Economía Pública, nº 192, pp. 33-58.10

Benítez-Aurioles, B. (2022). Políticas económicas para superar la crisis turística de la COVID-19. *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1), 45–67

Dahlen, M. et al. (2006). A disaster is contagious: How a brand in crisis affects other brands. Journal of Advertising Research

De Moya, M. y Jain, R. (2013): "When tourism are your 'friends': Exploring the brand personality of Mexico and Brazil on Facebook", Public Relations Review, nº 39

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Díaz Luque, P., López Catalán, B. y Villarán León, A. E. (2010): "La promoción online de las ciudades medias y su relación con el asociacionismo turístico", Actas del VII Congreso "Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones", pp. 1-17.

DOMÍNGUEZ GILA, T. y ARAÚJO VILA, N. (2014): "Gestión de las redes sociales turísticas en la web 2.0", Revista de Comunicación Vivat Academia, año XVII, nº 129

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD. (2018). Planificación y marco regulatorios. Obtenido de Cepal: https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/marcos-regulatorios/codigo-organico-de-organizacion-territorial-autonomia-y-descentralizacion-de

Ely, P.A. (2013) "Vender México:comercializando un turismo valores".Turismo Perspectiva de gestión 8(1): 80-89.DOI: 10.13140/RG.2.1.2786.0329

Erossa, V. (2004). Proyecto de Inversión en Ingeniería. Editorial Limusa.

Flores, G. (2016). AME Virtual. Obtenido de AME Virtual: https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/GU%C3%8DA-METODOL%C3%93GICA-

PARA-LA-ELABORACI%C3%93N-DE-PLANES-DE-DESARROLLO-TUR%C3%8DSTICO-CANTONAL.pdf

Govindaraj, S., Jaggi, B., & Lin, B. (2004). Market overreaction to product recall revisited—the case of firestone tires and the ford explorer. Review of Quantitative Finance and Accounting, 23(1), 31–54.

Gijsenberg, M. J., van Heerde, H. J., & Verhoef, P. C. (2015). Losses loom longer than gains. Modeling the impact of service crises on perceived service quality over time. *Journal of Marketing Research, 52*(5), 642–656.

Grant, S., Wylie, E., & Friesen, W. (2019). The branding of post-conflict tourism destinations: theoretical reflections and case studies. En The Tourism-Disaster-Conflict Nexus (págs. 119-139). United Kingdom: Emerald Publishing

Hernández, H., Barrios, I. y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. Criterio Libre, 16(28), 179-195.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010):Metodología de la investigación, México, McGraw-Hill, 5ª Edición

Jansen, H. (2013). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. Paradigmas, Vol. 1 (5), 39-72.

Kim, J.Y.; Hlee, S.; Joun, Y. (2016) Green practices of the hotel industry: Analysis through the windows of smart tourism system. *International Journal of Information Management*.

Kotler (2008). Fundamentos del Marketing. Revista digital Kother Armstrong.

Kotler, P. (2009). Dirección de marketing. Pearson educación.

Lei, J., Dawar, N., & Lemmink, J. (2008). Negative spillover in brand portfolios: exploring the antecedents of asymmetric effects. Journal of Marketing, 72(3), 111–123.

Lei, L., Zhong, Z. ,Chuang, L., y Xuemin Ch. (2012).Comunicaciones de dispositivo a dispositivo controladas por el operador en redes avanzadas LTE. Revista Comunicaciones inalámbricas IEEE. Vol. 19 No. 3

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Lois González, R., Piñeira Mantiñán, M.J. y Santomil Mosquera, D. (2010): "La imagen del rural en la promoción turística de Galicia", en Oceánide, nº 2, http://oceanide.netne.net/articulos/art2-3.php

López, N. A. (2015). Análisis de competencia. Manizales: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Administración.

Meza, J. (2010). evaluación financiera de proyectos. Revista Scientific Academia Edu.

Ministerio de Turismo. (2015). Información del turismo Obtenido de Ministerio de Turismo: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf

Ministerio de Turismo. (2014).Biovidersidad Ecuador. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf

Ministerio de Turismo. (10 de enero de 2022). Información sector turístico. Obtenido de https://u.pcloud.link/publink/show?code=XZMFmGXZ2kJxSI1qi8RmnFbc3tqHu0ulQpgy

Morales, M. (2020). Gestión del capital intelectual como factor clave en el diseño estratégico de un proyecto de desarrollo turístico (Cúllar, Granada, España). Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural, 28(1), 43-73. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7275031

Nugra, B. (2019). LA MINA DE ORO Y LA CIUDAD COMO EXTENSIÓN: UN TURISMO NO CONVENCIONAL QUE CAMBIARÁ LOS PARADIGMAS EXISTENTES EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. Repositorio de la Universitat de Illes Balears.

Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable* , 1-19.

Ortega, J. (18 de 1 de 2022). La aportación del turismo al PIB mundial cae a la mitad por la pandemia. Obtenido de HOSTELTUR: https://www.hosteltur.com/143169_laaportacion-del-turismo-al-pib-mundial-cae-a-la-mitad-por-la-pandemia.htm

Palop Giménez, P. (2011)..GESTIÓN TÉCNICO-FINANCIERA DE PROYECTOS HOTELEROS. HOTEL ORO-THALASSA.Universidad Politécnica de Valencia.https://m.riunet.upv.es/handle/10251/13566

Peña, M. (2018).Gestión administrativa y calidad del servicio del usuario en la municipalidad distrital de San Marcos, Huari. Ancash. Universidad César Vallejo.https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14850/Pe%c3%b1a_SMM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pereyra Gonzales, T., Palomino Alvarado, G., & Gárate Ríos, J. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 71-86.Pietro, M., González L., y Maya, S. (2022).Reparación de imagen de Necoclí: una estrategia para posicionar al municipio como destino turístico.Colegio Colombia

Peterson, R., DiPietro, R. y Harrill, R. (2020). In search of inclusive tourism in the Caribbean: insights from Aruba. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 12(3), 225-243. https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2020-0009

Prado, J. (2016). La gestión administrativa en la conformidad del cliente en la Municipalidad de Manabí. Ambato,Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD

Ramírez, D. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de una agencia turística en la ciudad de Cayambe, Provincia de Pichincha. Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte.

Roehm, M. L., & Tybout, A. M. (2006). When will a brand scandal spill over, and how should competitors respond? *Journal of Marketing Research, 43*(3), 366–373.

Rogerson, C., y Rogerson, J. (2019). Tourism, local economic development and inclusion: evidence from overstrand local municipality, South Africa. GeoJournal of Tourism and Geosites. 25(1), 293-308. http://dx.doi.org/10.30892/gtg.25202-360

Rojas, J. P. (2015). Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de la municipalidad: Análisis de los servicios entregados en edificio consistorial y departamento de desarrollo social de la municipalidad de Lo Prado. Santiago de Chile: Universidad de Chile.

Santos, J. L. (2008). Turismo y desarrollo local en México El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco. Obtenido de Universidad de Guadalajara: https://bit.ly/3dcJ9ph

Santos, L. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Revista digital Econpapers.

Sarrazin, C. (2015). GAD GYE. Obtenido de GAD GYE: https://www.guayaquilturismoep.gob.ec/sites/default/files/transparencia/anexos/2016/K-PLANES-PROGRAMAS/PLAN_ESTRATEGICO.pdf

Seguro Ronquillo, S. (2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG*, 35-43.

Sorescu, A., Warren, N. L., & Ertekin, L.J. (2017). Event study methodology in the marketing literature: an overview. Journal of the Academy of Marketing Science, Forthcoming.

Suárez, M. (23 de 10 de 2021). El turismo en el Ecuador aún está lejos de recuperarse. *Revista Gestión*, 1-6. Obtenido de El turismo en el Ecuador aún está lejos de recuperarse: https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-turismo-en-el-ecuador-aun-esta-lejos-de-recuperarse

Toselli, C. (2019) Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 17(2), 343-361. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.024

Tsimonis, G. y Dimitriadis, S. (2014), "Estrategias de marca en redes sociales", Marketing Intelligence & Planning , vol. 32 núm. 3, págs. 328-344. https://doi.org/10.1108/MIP-04-2013-0056

Universidad Nacional de Colombia. (2020). La reinvención del turismo en las ciudades. Instituto de Estudios Urbanos.

Van Heerde, H et al. (2007). The impact of a product–harm crisis on marketing effectiveness. Marketing Science

Vargas, A. (2017). Investigación de mercados.Fundación Universitaria del Área Andina

Wedel, M., & Kannan, P. K. (2016). Marketing analytics for data-rich environments. *Journal of Marketing, 80*(6), 97–121.

Diseñada por Edison Jair Duque Oliva PhD