



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto de investigación previo a la obtención
del Grado Académico de Magíster en
Administración de Empresas, MBA.

TEMA:

GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL
SECTOR TURÍSTICO SAN PABLO DEL CANTÓN VALENCIA AÑO 2021.
PROPUESTA ALTERNATIVA.

AUTORA:

ING. JOSSELYN DALILA OSORIO TOSCANO

ASESOR:

LCDO. HAROLD ESCOBAR TERÁN MSc,

QUEVEDO - ECUADOR

2022

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto de investigación previo a la obtención
del Grado Académico de Magíster en
Administración de Empresas, MBA.

TEMA:

GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL
SECTOR TURÍSTICO SAN PABLO DEL CANTÓN VALENCIA AÑO 2021.
PROPUESTA ALTERNATIVA.

AUTORA:

ING. JOSSELYN DALILA OSORIO TOSCANO

ASESOR:

LCDO. HAROLD ESCOBAR TERÁN MSc,

QUEVEDO - ECUADOR

2022

CERTIFICACIÓN

Ingeniero Harold Escobar Terán, en calidad de Asesor de Proyecto de Tesis, previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas, MBA.

CERTIFICA:

Que la Ingeniera Josselyn Dalila Osorio Toscano, autora del proyecto de tesis titulado: **“GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO SAN PABLO DEL CANTÓN VALENCIA AÑO 2021. PROPUESTA ALTERNATIVA”**, ha sido revisado en todos sus componentes por lo que se autoriza su presentación formal ante el tribunal respectivo.

Quevedo, 21 de febrero de 2021



Firmado electrónicamente por:
**HAROLD ELBERT
ESCOBAR TERAN**

ING. HAROLD ESCOBAR TERÁN
ASESOR

AUTORÍA

Yo, Osorio Toscano Josselyn Dalila con número de ciudadanía N° 120742009-0 libre y voluntariamente declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría como informe final, previo a la obtención del título Magister en Administración de Empresas cuyo tema es **“GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO SAN PABLO DEL CANTÓN VALENCIA, AÑO 2021. PROPUESTA ALTERNATIVA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado académico y, que hemos consultado todas referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En tal virtud, declaro que todo lo que consta en esta investigación es original, auténtico, personal y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

A handwritten signature in blue ink, reading "Josselyn Osorio T.", is written over a horizontal line.

Ing. Josselyn Dalila Osorio Toscano

DEDICATORIA

A Dios por permitirme alcanzar este objetivo importante en mi vida.

A mi esposo Byron Nieto que es quien me ha brindado su apoyo y ha estado conmigo en los momentos más difíciles de mi vida.

A mi hijo Byron Moisés Nieto Osorio, que se ha convertido en mi razón de vivir y espero este logro sirva de ejemplo para él.

A mi madre Alexandra Toscano, mis hermanos Milton Osorio y Eddú Osorio (+) que siempre los llevo en mi corazón.

Josselyn Dalila

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme otra oportunidad de vida, por guiarme por el buen camino, darme la fortaleza y sabiduría necesaria para seguir aprendiendo cada día más.

A mi esposo Byron Nieto Fuentes, por preocuparse por mí, y apoyarme para culminar este objetivo.

A mis profesores de maestría de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, que son quienes impartieron sus conocimientos y me incentivaron a concluir mi trabajo de investigación.

A todos ustedes muchas gracias.

Josselyn Dalila

PRÓLOGO

El proyecto realizado sobre la Gestión Administrativa para la reactivación económica del sector turístico San Pablo del cantón Valencia año 2021. Propuesta alternativa, está enfocado en presentar una valoración real del impacto económico que conlleva el área turística en la población de la localidad, y mediante técnicas adecuadas de investigación evaluar el desarrollo de la gestión administrativa en el crecimiento adecuado del sector tomando en cuenta que es un pilar esencial para el crecimiento económico de los moradores de la localidad.

Cada uno de los contenidos expresados en el proyecto de investigación se centran en mantener una visión real de la situación turística que atraviesan cada uno de los emprendedores del sector San Pablo a fin de valorar las oportunidades que mantienen el sector sobre todo en áreas naturales y desarrollo de valores culturales como la gastronomía, artesanía para integrar un sistema de turismo eficiente que puedan beneficiar a la colectividad en general a través de prácticas sustentables.

Los resultados presentados a través de la investigación han permitido generar un plan de estrategias de marketing práctico y funcional que abarca una serie de actividades orientadas al crecimiento de la actividad turística de forma dinámica, uno de los aspectos relevantes que se puede observar en la propuesta es la integración de varias líneas de trabajo en un solo conjunto como el desarrollo de la gastronomía, actividades eco turísticas, eventos culturales, actividades de integración familiar y el ofrecimiento de materiales artesanales como parte de la promoción del sector.

El proceso de investigación ha permitido generar actividades dinámicas para los emprendedores del sector San Pablo, del cantón Valencia a través de un manejo adecuado de recursos mediante un plan de estrategias funcional que responde a las exigencias del público en general, aportando de esta forma a la reactivación económica de cada una de las familias e integrando diversas actividades con toda la población.



Firmado electrónicamente por:
JUAN CARLOS
TOAPANTA
TOAPANTA

Lcdo. Juan Carlos Toapanta.

Analista Project Manager - ACD

RESUMEN

Tema: Gestión Administrativa para la reactivación económica del sector turístico San Pablo del Cantón Valencia.

El presente proyecto, titulado "Gestión Administrativa para la Reactivación Económica del Sector Turístico en San Pablo del Cantón Valencia", se desarrollará como un aporte al sector turístico de la localidad para enfrentar los efectos de la pandemia que ha causado estragos en la industria, teniendo en cuenta además el nivel administrativo con relación al desarrollo turístico. Para ello, se realizará una búsqueda de información bibliográfica fidedigna que ayude a la creación de la investigación, que será de carácter cualitativo y cuantitativo. Se realizará un muestreo por conveniencia en el sector de San Pablo; entre las técnicas de investigación que se utilizarán están la encuesta, la entrevista y la observación directa; para ello se elaborarán instrumentos de aplicación; estos instrumentos servirán para conocer las condiciones actuales y, con base en ello, se propondrá una propuesta viable que permita contribuir a la solución del problema a través de un plan de estrategias.

PALABRAS CLAVE

Gestión administrativa, reactivación económica, turismo, emprendimientos, marketing.

ABSTRACT

Theme: Administrative Management for the economic reactivation of the tourism sector San Pablo del Cantón Valencia.

The present work called "Administrative Management for the economic reactivation of the San Pablo del Cantón Valencia tourism sector", will be developed as a contribution to the tourism sector of the town to face the results of the pandemic that has hit the sector very hard. taking into account the administrative level in relation to tourism development. To do this, we will proceed to search for reliable bibliographic information that allows supporting the development of the research, within the methodology the research is qualitative and quantitative. A convenience sampling will be carried out, being determined, the San Pablo Sector, among the research techniques to be applied are the survey, interview and direct observation, for which the application instruments will be elaborated; These instruments together will serve as a means to know the conditions that they are currently going through and based on that, a viable proposal will be proposed that will contribute to the solution of the problem through a plan of strategies aimed at publicizing the tourist benefits of the sector.

KEYWORDS

Administrative management, economic reactivation, tourism, entrepreneurship, marketing

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN	i
AUTORÍA	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
PRÓLOGO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	4
1.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA	4
1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.3.1 Problema General	5
1.3.2 Problemas Derivados	5
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.5 OBJETIVOS	6
1.5.1 Objetivo General	6
1.5.2 Objetivos Específicos	6
1.6 JUSTIFICACIÓN	7
CAPITULO II	8
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÒRICA.....	9
2.1.1 Gestión Administrativa	9
2.1.2 Reactivación económica	9
2.1.3 Emprendimiento	9
2.1.5 Desarrollo económico.....	10
2.1.6 Turismo	10
2.1.7 Producto.....	10
2.1.8 Precio	10
2.1.9 Distribución Comercial (Plaza)	10

2.1.10 Rentabilidad	11
2.1.11 Fuentes de financiamiento	11
2.1.12 Producción	11
2.1.13 Modelo de Gestión turística.....	11
2.14 Modalidades de turismo	12
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	13
CAPITULO III	20
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	20
3.1. Tipos de investigación.....	21
3.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
3.2.1 Método deductivo	22
3.2.2 Método inductivo	22
3.2.3 Método analítico-sintético.....	22
3.2.4 Método estadístico	23
3.3 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN.....	23
3.3.1 POBLACIÓN Y MUESTRA	23
El total de encuestas aplicadas a la población del cantón Valencia es de 382 cuestionarios y cinco entrevistas a emprendedores turísticos del Cantón.	23
3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	24
3.4 ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO.....	24
3.5 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	24
3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	25
CAPITULO IV	26
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
4.1 Primer objetivo. Diagnostico la situación actual del sector San Pablo del Cantón Valencia.	27
4.1.1. Discusión sobre el primer objetivo.....	31
4.2. Segundo objetivo. Determinación de la demanda de turismo en el sector San Pablo del Cantón Valencia.....	33
4.2.1. Discusión sobre el segundo objetivo	35
4.3 Objetivo N°3. Estructura de un Plan de Estrategias de Marketing para reactivar el sector turístico San Pablo del Cantón Valencia.....	36
4.3.1 Discusión sobre el tercer objetivo.....	37
CAPÍTULO V	39

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	39
5.1. Conclusiones.....	40
5.2. Recomendaciones.....	41
CAPITULO VI	42
PROPUESTA ALTERNATIVA.....	42
6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	43
6.2. JUSTIFICACIÓN	43
6.3. Fundamentación Legal	44
6.4. Objetivo	47
6.5. Ubicación sectorial y física	47
6.6. Factibilidad	48
6.7. Plan de Trabajo	48
Bibliografía	92
Anexo N°1. Certificado del Urkund.....	94
Anexo N°2. Operacionalización de las variables.....	95
Anexo N°3. Formato de encuesta	96
Anexo N°4. Formato de entrevista	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2. Turismo en el sector San Pablo	27
Tabla 3. Frecuencia de visita de lugares turísticos	28
Tabla 4. Promociones de lugares turísticos	28
Tabla 5. Nuevos lugares turísticos.....	29
Tabla 6. Aspectos de importancia.....	29
Tabla 7. Promoción de lugares turísticos.....	30
Tabla 8. Factores turísticos.....	30
Tabla 9. Oferta turística	33
Tabla 10. Oferta turística	33
Tabla 11. Falta de coordinación.....	34
Tabla 12. Medios de comunicación.....	34
Tabla 13. Análisis FODA.....	49
Tabla 13. Plan de acción	53
Tabla 14. Carteles de señalización	66
Tabla 15. Operacionalización de las Variables	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo de propuesta.....	55
Figura 2. Slogan de propuesta	55
Figura 3. Uniforme.....	56
Figura 4. Elementos para definir	57
Figura 5. Sitio de información turística	57
Figura 6. Zona de recuerdos	58
Figura 7. Zona gastronómica.....	59
Figura 8. Distribución del parque.....	60
Figura 9. Entrada.....	61
Figura 10. Caseta y bar	61
Figura 11. Sendero.....	62
Figura 12. Asientos de caña.....	62
Figura 13. Asientos de neumáticos usados.....	63
Figura 14. Resbaladera.....	63
Figura 15. Columpios	63
Figura 16. Sistema de entretenimiento.....	64
Figura 17. Mirador	64
Figura 18. Casa del árbol	65
Figura 19. Puente colgante	66
Figura 20. Especies de área de recreación	68
Figura 21. Reptiles y crustáceo del parque ecológico	69
Figura 22. Insectos del parque ecológico	71
Figura 23. Arbustos frutales del parque ecológico	74
Figura 24. Especies caña guadua	75
Figura 25. Plantas medicinales del parque ecológico.....	76
Figura 26. Especies de musáceas del parque ecológico.....	77
Figura 27. Especies de orquídeas del parque ecológico	78
Figura 28. Seco de gallina criolla	78
Figura 29. Caldo de gallina criolla	79
Figura 30. Maduro asado	79
Figura 31. Hornado de chanco	79
Figura 32. Empanadas y corviches de verde	79
Figura 33. Emborrajados de maduro	80
Figura 34. Elementos para definir.....	80
Figura 35. Ciclo ruta	81
Figura 36. Dimensiones de una bicicleta.....	81
Figura 37. Dimensiones conjunto bicicleta - ciclista.	82
Figura 38. Carril Compartido	83
Figura 39. Carril bici y carril de buses compartido.....	84

Figura 40. Carril bici	84
Figura 41. Derecha de bicicletas y no rebasar.	84
Figura 42. Vía resbalosa	85
Figura 43. Descenso Pronunciado.	85
Figura 44. Ciclistas, Cruce de Bicicletas y Vía Compartida.	86
Figura 45. Portal de la Pagina Web.....	86
Figura 46. material publicitario físico y digital	87
Figura 47. Postales informativas de ciclo pase	87
Figura 48. Postales informativas del domingo gastronómico	88
Figura 49. Postales informativas del domingo gastronómico #2	89
Figura 50. Material publicitario juegos populares	89
Figura 51. Material publicitario juegos populares	89
Figura 52. Trípticos "Anverso"	90
Figura 53. Tríptico "Reverso".....	90
Figura 54. Paquetes promocionales.....	91

INTRODUCCIÓN

La Gestión Administrativa debe ser abordada desde una perspectiva integral para evaluar cada uno de los procesos que permitan establecer su relación con la reactivación económica del sector turístico en la localidad de San Pablo, Cantón Valencia, Provincia de Los Ros, teniendo en cuenta que el desarrollo de todo tipo de actividades ha tomado un esquema diferente como consecuencia de la pandemia, por ello, hay que desarrollar nuevos tipos de espíritu empresarial, crear lugares sostenibles y utilizar eficazmente los recursos en beneficio de la sociedad.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se empleó la investigación cualitativa tomando en cuenta la naturaleza de la investigación, mediante métodos adecuados como el analítico – sintético que permite priorizar diversos enfoques de acuerdo a la necesidad que conlleva cada uno de los mecanismos de integración a fin de fundamentar procesos en base a las necesidades de la localidad, dentro de las técnicas empleadas se encuentra la encuesta y observación directa para determinar la problemática.

Este estudio se divide en cinco secciones, cada una de las cuales se explica a continuación:

Capítulo I, Se compone de la ubicación y el contexto del problema, las circunstancias actuales, el problema de investigación, la delimitación del problema, los objetivos y la justificación.

Capítulo II, está conformado por el Marco Teórico, consta de la Fundamentación Conceptual, Fundamentación Teórica y la Fundamentación Legal.

Capítulo III, En este capítulo se aborda el Marco Metodológico, que incluye las formas de investigación, las metodologías utilizadas en el estudio, la creación metodológica del objeto de investigación, el desarrollo del marco teórico, la recogida de datos y el procesamiento y análisis.

Capítulo IV, Contiene la propuesta de desarrollo, que incluye la siguiente información: la identificación del proyecto por parte de la organización o empresa, el nombre del proyecto, la duración de la propuesta, la estructura de costes de la propuesta, los

recursos, la financiación, el resumen del proyecto, los principales problemas del proyecto, los objetivos, los beneficiarios, la estrategia general del proyecto, las actividades y la distribución del presupuesto.

Capítulo V, consiste en el Marco Administrativo, que corresponde al presupuesto de investigación y al calendario de actividades.

Capítulo VI, El concepto alternativo consiste en proponer un plan de estrategia de marketing para la reactivación de la industria turística en la economía de San Pablo del Cantón Valencia.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

La administración es la fragmentación, el análisis, la secuencia, la aplicación específica, el aspecto cerebral izquierdo, ligado al tiempo, del autogobierno efectivo.

Stephen Covey

1.1 UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

El estudio se realizó en la comunidad San Pablo del cantón Valencia, provincia de Los Ros. San Pablo es un barrio con ciclovías y está rodeado de diversidad agrícola como cacao, maíz, arroz, naranjos, mandarina, achotillo y guaba, entre otras frutas. También cuenta con un gimnasio al aire libre donde se practican deportes como el CrossFit y la bailo terapia. La gestión administrativa es una preocupación a gran escala para las organizaciones hoteleras, ya que tiene como objetivo hacer el mejor uso de los recursos. Esto se debe a que los recursos se combinan, se formulan y se explotan a través de ellos, lo que resulta en una mejora y un cambio positivo cuando se hace correctamente.

El desarrollo del sector turístico es uno de los elementos clave en el proceso de reactivación económica de la población, contribuyendo de manera significativa al crecimiento de la localidad y potenciando cada una de las capacidades que cada individuo puede generar frente a la competencia existente; sin embargo, los indicadores laborales se han deteriorado porque no se han establecido estrategias adecuadas para promover un proceso de desarrollo a largo plazo que abarque todos los aspectos de la economía.

1.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA

Se percibe la necesidad de contar con métodos para ejecutar estrategias de emprendimiento de manera realista y cooperativa que promuevan el desarrollo de valores personales y sociales en el contexto de hacer crecer la economía y mejorar la calidad de vida de cada uno de los emprendedores del Cantón. Valencia, en particular en el distrito de San Pablo, es una prioridad ya que se observa con frecuencia que muchos individuos inician empresas o ideas, pero muchas de ellas no llegan a perdurar por falta de visión para construir procedimientos que sean consistentes.

Uno de los principales problemas de los empresarios del Cantón de Valencia es la falta de formación y capacitación en la materia, lo que hace que se utilicen métodos poco eficaces para este fin y, en consecuencia, no se disponga de información

fiable sobre el rendimiento de sus empleados y de los productos a vender, lo que obstaculiza la gestión óptima de las microempresas con características empresariales. Otra cuestión importante en este ámbito es la falta de preparación y atención de los empresarios para la aplicación de métodos e instrumentos adecuados que les permitan conocer el verdadero nivel de rendimiento de cada una de sus operaciones.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) han sido, según Zamora (2018), los principales actores del desarrollo económico en los últimos años. Los gobiernos de muchas regiones del globo han adoptado políticas oficiales para promover esta actividad y su desarrollo. En economía, el emprendimiento se refiere al proceso de creación de valor mediante el desarrollo o expansión de una actividad económica a través de la identificación y explotación de nuevos bienes, técnicas, procesos o mercados. Según las estadísticas obtenidas del INEC, la tasa de empleo suficiente es del 30,8% en septiembre de 2020 y del 33,5% en septiembre de 2021. Mientras tanto, la tasa de desempleo es del 6,2% en septiembre de 2020 y del 4,9% en septiembre de 2021, lo que impulsa a las personas a buscar fuentes alternativas de desarrollo económico a través de ideas inventivas para la generación de emprendimientos.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Problema General

¿De qué manera la gestión administrativa incide en la reactivación económica del sector turístico San Pablo del Cantón Valencia?

1.3.2 Problemas Derivados

- ¿Cuál es la situación actual del sector turístico en la localidad San Pablo, del Cantón Valencia?

- ¿Qué características tiene la demanda del sector turístico en el sector San Pablo del Cantón Valencia?
- ¿De qué manera un Plan de Estrategias de Marketing contribuye en la reactivación el sector turístico San Pablo del Cantón Valencia?

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO	:	Ciencias Administrativas
ÁREA	:	Gestión Administrativa
LÍNEA	:	Administración y Emprendimiento
SECTOR	:	Servicios
TIEMPO	:	Periodo 2021

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

Evaluar la incidencia de la gestión administrativa en la reactivación económica del sector turístico San Pablo del Cantón Valencia

1.5.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual del sector turístico San Pablo del Cantón Valencia.
- Determinar la demanda de turismo en el sector San Pablo del Cantón Valencia
- Estructurar un Plan de Estrategias de Marketing para reactivar el sector turístico San Pablo del Cantón Valencia

1.6 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, el desarrollo del emprendimiento es una de las bases del crecimiento económico mundial, ya que permite acelerar el crecimiento económico en un sector específico para generar fuentes de ingreso, a la vez que crea espacios para promover oportunidades de empleo que puedan contribuir al desarrollo de la sociedad. Por ello, es prioritario articular estrategias y actividades de manera dirigida para generar acciones en conjunto para el crecimiento económico.

El sector de San Pablo no se ha revitalizado económicamente debido al desconocimiento de las tácticas de marketing y a la insuficiencia de tecnologías modernas como las redes sociales y las plataformas técnicas. La investigación se justifica porque se espera aportar sugerencias y buscar soluciones prácticas y actuales en el menor tiempo posible, tanto en la atención al turista, como en la atención a través de las redes sociales y la capacitación en línea, entre otros aspectos, todo ello mediante un proceso de gestión administrativa adecuada, beneficiando directamente a la población que emprende proyectos turísticos e indirectamente a la población en general.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

Administración no es más que
motivar a otras personas.

Lee Iacocca

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÒRICA

2.1.1 Gestión Administrativa

Se refiere a un conjunto de operaciones que se llevan a cabo para guiar a una organización mediante la asignación razonable de tareas, esfuerzos y recursos. Su capacidad para gobernar y coordinar las operaciones, así como las múltiples funciones que se desempeñan dentro de la organización, la ayudan a evitar problemas y a alcanzar objetivos. La consecución de resultados beneficiosos para la empresa se ve favorecida por el desempeño metódico de una adecuada gestión administrativa. (Brigham, 2017)

2.1.2 Reactivación económica

Ante la perspectiva de una salida de la crisis sanitaria, o al menos de una transición hacia una etapa de mayor apertura y continuidad productiva y económica, esta mesa redonda se centrará en cómo se pueden conciliar las medidas de reactivación con la inclusión social y laboral, así como en la forma de articular herramientas multisectoriales progresistas para la vuelta. (Scott, 2018)

2.1.3 Emprendimiento

Se establece como emprendimiento a la reacción y capacidad que toma un sujeto para empezar un nuevo plan por medio de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término bastante usado en el campo empresarial, en ventaja de su relacionamiento con la construcción de organizaciones, nuevos productos o innovación de los mismos. (Cordoba, 2019)

2.1.4 Desarrollo social

El desarrollo social se reúne en la necesidad de "situar antes que nada a los individuos" en los procesos de desarrollo. La pobreza no solo tiene relación con los bajos ingresos; se trata además de la vulnerabilidad, la exclusión, las instituciones poco transparentes, la carencia de poder y la exposición a la violencia. (Horne, 2018)

2.1.5 Desarrollo económico

La definición de desarrollo económico se puede concretar como la aptitud que tienen los países o regiones de esculpir y conseguir riqueza. El recurso está mezclado al sostenimiento y la expansión económica de suerte tal que garantice la salvación, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales de las personas. (Horne, 2018)

2.1.6 Turismo

Se denomina turismo al fenómeno social, cultural y económico que se refiere a los individuos que viajan a lugares distintos de su domicilio habitual con fines personales o profesionales. Estos individuos se denominan turistas, y el turismo está asociado a sus actividades, algunas de las cuales incluyen el gasto turístico. (Vasquez, 2019)

2.1.7 Producto

Los componentes físicos e intangibles que se venden al mercado y satisfacen las expectativas del consumidor a través del proceso de intercambio incluyen el diseño, el envase, la marca, el etiquetado y otras características, así como el servicio complementario prestado y relacionado con el producto sostenible, etc. (Guerrero, 2016)

2.1.8 Precio

La cantidad de dinero que se paga a cambio de los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio, es decir, el valor que los consumidores aportan a cambio de las ventajas de poseer o utilizar el artículo o servicio. (Horne, 2018)

2.1.9 Distribución Comercial (Plaza)

Es la disponibilidad del producto en el mercado, que el cliente puede obtener inmediatamente cuando lo solicita. Abarca servicios como la administración de pedidos, el envío, el almacenamiento y la gestión de inventarios proporcionados a través de los canales de distribución y la logística.

2.1.10 Rentabilidad

Varias instituciones están desarrollando programas para fortalecer la cultura del emprendimiento en Ecuador, como la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación, que está trabajando con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) Ecuador para implementar un mecanismo de sostenibilidad que impulse el crecimiento de varias microempresas en todo el país. (González, 2016).

2.1.11 Fuentes de financiamiento

Indican el origen de los recursos que se utilizarán para la inversión de un proyecto productivo, los cuales se dividen en dos categorías: internos y externos. Los recursos internos se refieren a los ahorros, dividendos y beneficios que recibe un accionista o propietario, según el caso, y no se consideran pasivos; por otro lado, los recursos externos se refieren a los préstamos concedidos por entidades que forman parte del sistema financiero del país, dentro del cual están, por ejemplo: Corporación Financiera Nacional, BanEcuador, y organizaciones privadas entre las que se encuentran los bancos, cooperativas, mutualistas, etc. (Benítez, 2018).

2.1.12 Producción

Las empresas llevan a cabo la producción, que consiste en transformar las materias primas e insumos en bienes o servicios terminados y ponerlos a disposición de los consumidores recibiendo ventajas monetarias que no sólo cubren sus gastos, sino que también representan beneficios. (Borja, 2016)

2.1.13 Modelo de Gestión turística

Un modelo de gestión turística es un conjunto de afirmaciones sobre los factores a tener en cuenta en la aplicación del conocimiento y su impacto. Es decir, tiene en cuenta todos los factores existentes y los utiliza como base para crear una guía que perfila cómo llevar a cabo los procesos basados en el sistema turístico, la forma interna actual y la dinámica funcional descrita dentro de la administración de una organización. (Rosa, 2019)

2.14 Modalidades de turismo

La identificación del turismo por fuentes e impactos externos se conoce como modalidades de turismo.

Se establece un contraste entre el turismo nacional y el internacional en función del origen de los turistas. Las vacaciones nacionales tienen lugar dentro del propio país del turista, mientras que las internacionales se realizan fuera de él.

La modalidad turística es una variedad que distingue un tipo de turismo de otro. Dicho de otro modo, una modalidad turística es una determinada característica o estilo que estimula la práctica del turismo. Esto implica que no todos los turistas visitan las zonas fuera de sus hogares de la misma manera, ni se alojan en el mismo tipo de alojamiento, ni se ven impulsados a viajar por las mismas razones. En consecuencia, el turismo se divide en categorías según la forma en que se realiza o las motivaciones que lo impulsan. (Benítez, 2018)

Turismo monumental.- Se denomina así al turismo destinado a conocer no sólo los grandes iconos de la cultura europea, que siempre han atraído la atención y el interés de los viajeros desde la época del grand tour, ciudades como Londres, Madrid, París, Roma, Atenas, Venecia o Florencia, por citar algunas, son algunos de los principales focos de atracción en estos viajes, sino también lugares históricos y ciudades declaradas por la UNESCO como "patrimonio de la humanidad", muchas de las cuales se encuentran en Europa. (Muñiz, 2012)

Turismo urbano. - Es un tipo de turismo que despegó a principios de la década de 1980 y que desde entonces ha crecido enormemente. Tanto las ciudades pequeñas como las grandes metrópolis, las ciudades con un legado turístico y las que han adquirido este rasgo más recientemente, así como las ciudades que se dedican a diversos campos relacionados con el turismo, como las ferias, los congresos y las convenciones, se han interesado por el turismo urbano. (López, 2015)

Turismo etnográfico. - Describe el turismo con el objetivo principal de conocer los usos y prácticas de las llamadas civilizaciones únicas, extrañas e interesantes, como los pueblos indígenas, las pequeñas etnias e incluso las comunidades

campesinas. Perú es uno de los países de América Latina que más ha desarrollado el turismo etnográfico, que se centra en el aprendizaje de las comunidades campesinas y las agrupaciones étnicas. Especialmente en las selvas de los distritos de Madre de Dios y Loreto. (Cardozo, 2015)

Turismo arqueológico. - A menudo conocido como arqueoturismo, es un tipo de turismo que consiste en visitar yacimientos arqueológicos. En el caso del turismo arqueológico, el viaje está motivado por el deseo de conocer y admirar las reliquias de las culturas antiguas. Egipto, Grecia, Israel, Italia, Jordania, Siria o Turquía, así como países latinoamericanos como México, Guatemala y Perú, se consideran notables "destinos turísticos arqueológicos". Cabe destacar que Perú ocupa el tercer lugar entre los diez principales destinos turísticos por el valor de su legado arqueológico, mientras que México ocupa el sexto lugar. (Melgarejo, 2017)

El patrimonio histórico de las antiguas civilizaciones, los usos y tradiciones de las comunidades y las situaciones de vida de los grupos étnicos son los principales atractivos de las modalidades de turismo cultural antes mencionadas. Por otro lado, las atracciones creadas y gestionadas por el hombre son atractivos que atraen a la gente por motivos culturales. (Benítez, 2018)

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Antecedentes de la Gestión Administrativa

"La palabra "administración" viene del latín "ad", que significa "ejecutar una función bajo la supervisión de otra persona" o "prestar un servicio a otra". La definición de esta frase, en cambio, ha cambiado radicalmente. La tarea actual de la dirección es interpretar los objetivos de la organización y traducirlos en acciones organizativas, planificando, organizando, dirigiendo y controlando todas las actividades que se llevan a cabo en las distintas áreas y niveles de la empresa, con el fin de alcanzar dichos objetivos con la mayor eficacia posible". (Angabi, 2018)

Para su implementación, la administración requiere el establecimiento de procesos a través de los cuales se puedan desarrollar respuestas inequívocas a cuestiones definidas; dentro de cualquier proceso, los patrones establecidos son seguidos por

una serie de regulaciones y controles que permiten regular sus actividades. Los recursos humanos y la ejecución de las operaciones por parte de los interesados se fusionan en las empresas que se estructuran de acuerdo con las normas organizativas. Es vital el desarrollo de planes de acción estratégicos dentro de una empresa, que se definen mediante la implementación de procesos de control y toma de decisiones adecuados.

2.2.2 Importancia de un sistema de gestión administrativa

Dado que la gestión es un proceso mediante el cual se cumplen los objetivos de la empresa, su importancia radica en la organización y optimización de los recursos de un grupo específico para lograr la máxima eficiencia, productividad y competitividad de la organización dentro de un determinado sector. Se aplica a todo tipo de empresas, independientemente de su tamaño; lo que importa es cómo se gestiona su administración; si se hace correctamente, los resultados son satisfactorios, ya que el rendimiento de una organización se basa directa e instantáneamente en este componente.

2.2.3 Sistema de Gestión Administrativa

Un sistema de gestión administrativa es un conjunto de operaciones destinadas a alcanzar los objetivos de una institución mediante la puesta en práctica del proceso administrativo: planificar, organizar, dirigir, coordinar y regular. Además de su flexibilidad, que permite aplicarlo a cualquier tipo de empresa, una de las principales premisas de un modelo de gestión administrativa es vincular a la empresa con su entorno y establecer objetivos, desarrollar planes de integración mediante el desarrollo de la estructura organizativa y la definición de procesos de control. (Pila, 2017, pág. 29).

Los modelos administrativos se vinculan con la manera en que se maneja una empresa y tienen como objeto modificar y/o mejorar algunos ámbitos de la empresa (Lagos, 2015, pág. 14). Una de las principales premisas de un modelo de gestión administrativa es vincular a la empresa con su ambiente y establecer los objetivos, desarrolla los planes de integración a través del desarrollo de la estructura

organizacional y la definición de los procesos de control, a lo anterior se agrega su flexibilidad que permite ser aplicado a cualquier tipo de empresa.

2.2.4 Proceso Administrativo

Las funciones de gestión, también conocidas como procesos de gestión, son un método sistemático y bien definido para llevar a cabo tareas conectadas que conducen a una conclusión. "Se hace referencia a la gestión como un proceso para subrayar la realidad de que todos los directivos, independientemente de sus talentos o habilidades específicas, se dedican a una serie de tareas interconectadas para lograr los resultados previstos" (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996, p.11). Esto significa que la interacción entre estos componentes es dinámica y evoluciona en respuesta a los cambios del entorno. No es inmóvil ni estática, y conlleva una correlación entre ellos, lo que implica que no funcionan de forma independiente.

2.2.4.1 Funciones del proceso administrativo

Planeación. - Es el proceso de determinar los objetivos de rendimiento, prever los resultados y determinar cómo llegar a ellos.

Organización. - Llevar a cabo los planes es el proceso de asignar tareas, asignar recursos y coordinar las acciones individuales y de grupo. Los gestores transforman los planes en acciones definiendo las funciones, asignando a las personas a ellas y equipándolas con la tecnología y los recursos necesarios.

Dirección. - Es el proceso de evaluar el rendimiento laboral comparando los resultados con los objetivos y, si es necesario, realizando ajustes. Los supervisores utilizan la supervisión para mantenerse en contacto con los empleados a lo largo del día, recoger y evaluar los informes de trabajo y utilizar esta información para planificar acciones positivas y modificaciones.

El proceso administrativo puede definirse como los procesos o etapas que deben cumplirse para el cumplimiento de las actividades previstas por las organizaciones. Están relacionados con la gestión de la empresa y la consecución de sus objetivos, aprovechando todos los recursos humanos, tecnológicos y materiales de los que

dispone, y que pueden ayudar a la toma de decisiones y asegurar la consecución de resultados positivos y aceptables mediante el desarrollo eficiente de las actividades. (Guerrero, 2016)

2.2.5 Gestión de Marketing

"La gestión del marketing es hacer las cosas con eficacia, prepararse con antelación para alcanzar los objetivos y luego evaluar el grado de éxito", escribe José Antonio Pérez (2018).

Sergio Hernández y Alejandro Pulido (2016) exponen en su comentario:

La gestión del marketing es un proceso intelectual, creativo y continuo que dota a los individuos de habilidades y competencias laborales y de gestión, al tiempo que guía a un organismo social productivo a través de un conjunto de políticas y estrategias a largo plazo que responden a las condiciones del entorno rápidamente cambiante en el que operan las empresas. (Pag.2)

La gestión del marketing se basa en las operaciones empresariales que ayudan a fijar los precios, publicitar los productos en los mercados, prestar un servicio excelente a los clientes, satisfacer sus necesidades, fidelizar a los clientes actuales y potenciales y alcanzar los objetivos de la empresa mediante el desarrollo de una estrategia de actuación dirigida a conquistar los mercados actuales a través de actividades específicas de producto, precio, mercado y marketing.

2.2.6 Estrategia de Marketing

Expresan Téllez, Luis Roberto y Vallejo, Ruth, (2018) "Una estrategia de marketing es un plan estratégico centrado en cuatro acciones principales: análisis de oportunidades, selección de mercados, diseño de la combinación de mercados y gestión del trabajo". (Pág.22).

En su comentario Vicuña, José María (2019) define:

Un plan de marketing es un documento que contiene la estrategia de marketing mix, los objetivos y los planes de acción que ayudarán a conseguir

el plan desarrollado en un entorno similar, paso a paso, a la vez que se desarrolla el equipo y se generan promesas futuras claras y coherentes.

Una estrategia de marketing es una herramienta para trazar los objetivos de una empresa que deben cumplirse en un plazo determinado, así como los planes de acción que detallan las técnicas que deben aplicarse, junto con sus respectivos responsables de ejecución y gestión, para aumentar la competitividad de la empresa mejorando la calidad y los hábitos de compra de los consumidores.

2.2.7 Plan de reactivación económica

El COVID-19 ha provocado que más de un tercio de la población mundial esté confinada de alguna manera, y que más del 90% de las empresas mundiales hayan interrumpido sus líneas de suministro, provocando una inesperada desaceleración económica. El mundo se ha visto sorprendido por esta situación, que tiene graves ramificaciones para la salud personal, la continuidad de las empresas y el sistema económico mundial. Debido a su limitado poder para innovar, producir, reinventar, adaptar y regular los diversos escenarios que se produjeron por las repercusiones de la pandemia, las pequeñas empresas se vieron afectadas por el impacto económico de la pandemia (COVID-19). (Gitman, 2021)

2.2.8 Desarrollo turístico

El turismo desarrollado en esta línea permite cuidar y proteger la integridad de los recursos del mundo, por lo que es fundamental crear un turismo sostenible que sea armónico y amigable con los recursos del mundo.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La actual investigación encuentra sustento en los siguientes artículos correspondientes a:

2.3.1 Constitución del Ecuador

Art. 14.- Se reconoce el Sumak kawsay, o el derecho del pueblo a vivir en un entorno sano y ecológicamente equilibrado que garantice la sostenibilidad y una vida digna. El medio ambiente, la conservación del ecosistema, la biodiversidad y

la integridad del legado genético del país, así como evitar la degradación del medio ambiente y restaurar las zonas naturales dañadas, han sido proclamados de interés público.

Art. 73.- Las actividades que puedan provocar la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la modificación irreversible de los ciclos naturales serán objeto de acciones preventivas y reguladoras por parte del Estado. Queda prohibida la introducción de organismos y sustancias orgánicas e inorgánicas que puedan modificar de forma permanente el patrimonio genético nacional.

Art. 383.- Los individuos y las comunidades tienen derecho al tiempo libre, y se garantiza el establecimiento de circunstancias físicas, sociales y ambientales que favorezcan su disfrute, así como la promoción de actividades de ocio, relajación y desarrollo de la personalidad.

Art. 276.- El régimen de desarrollo, según este artículo, tendrá los siguientes objetivos:

En el numeral 1, se refiere al fortalecimiento de las capacidades y el potencial de la población en las oportunidades, los ideales y los derechos que conlleva la ciudadanía; en el numeral 2, se refiere a la creación de un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y a largo plazo, basado en el reparto equitativo de los beneficios del desarrollo, de los recursos productivos y de la creación de empleo digno y seguro. (Constitución del Ecuador, 2008).

Según la Ley de Turismo, establece que:

Art. 1.- El objetivo de esta legislación es proporcionar un marco legislativo que regule el desarrollo, la expansión y la regulación del sector turístico, así como las obligaciones y los derechos de los proveedores y usuarios, así como de las autoridades estatales.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) Como componente básico de la industria, la iniciativa privada realiza una importante contribución a través de la inversión directa, la creación de empleo y la promoción nacional e internacional.
- b) En el marco de la descentralización, el compromiso de los gobiernos provinciales y cantonales en la promoción y el apoyo al desarrollo turístico;
- c) Para garantizar el placer de los visitantes, el gobierno está promoviendo las infraestructuras nacionales y mejorando los servicios públicos;
- d) Las riquezas naturales y culturales del país deben preservarse indefinidamente;

La Ley de Turismo describe la política estatal relacionada con el turismo en el Art. 4, que incluye, entre otras cosas, garantizar la sostenibilidad del sistema económico, fomentar la formación, la concienciación turística y potenciar la cultura y la identidad para fomentar el turismo nacional. El turismo sostenible está vinculado al crecimiento a largo plazo de la industria turística, que es uno de los componentes más importantes de la economía nacional, además de tener una vinculación directa con los objetivos y programas del gobierno para reactivar la matriz productiva nacional.

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, promulgada en 2011, fomenta la participación de la comunidad en el crecimiento económico del país. En este sentido, existe una estructura legislativa que regula las numerosas empresas que pueden fundarse en Ecuador.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El hombre se descubre cuando se
mide contra un obstáculo.

Antoine de Saint Exupery.

3.1. Tipos de investigación

Investigación cualitativa

Es un estudio exploratorio que busca comprender varios elementos del comportamiento humano, como los motivos, las actitudes, las intenciones, las creencias, los gustos y las preferencias.

A través de la investigación cualitativa fue posible conocer las perspectivas de los principales implicados en el problema desde el punto de vista socioeconómico, utilizando la observación, la encuesta y la entrevista como métodos de recogida de información de los empresarios turísticos y de los funcionarios del GAD Valencia durante el proceso administrativo para determinar su impacto en el sistema de reactivación económica.

Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa se ha empleado en el desarrollo de la investigación al realizar un proceso de muestreo, mediante el empleo de fórmulas que permitan generar un proceso adecuado de recopilación de información y en base a ello tomar decisiones adecuadas que permitan generar el planteamiento de una propuesta viable que aporte al desarrollo de la población del sector San Pablo.

Investigación de campo

Investigación que recoge datos de fuentes originales externas y los analiza utilizando diversas metodologías y estudios. (Abad, 2019)

Se realizaron encuestas y entrevistas para obtener datos sobre costos, ingresos, fuentes de financiamiento, utilidades y otra información de interés sobre el sector turístico, utilizando a los principales actores, que son los empresarios y la población, obteniendo así información valiosa y una primera fuente para caracterizar la situación de la población, con el fin de conocer más de cerca la realidad de las actividades turísticas en el Sector San Pablo.

3.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para este estudio, se utilizaron los siguientes procedimientos:

3.2.1 Método deductivo

Esta estrategia nos permitió trasladar el material recogido durante el proceso de desarrollo del estudio de una etapa genérica a una forma específica.

El método de deducción fue muy útil para establecer las conclusiones y recomendaciones a partir de la información obtenida de las encuestas y entrevistas realizadas a los empresarios turísticos del sector de San Pablo del cantón de Valencia; de igual manera, este método será utilizado para elaborar las conclusiones finales de la investigación.

3.2.2 Método inductivo

Esta estrategia permitió realizar el estudio en un contexto específico para el sector turístico, así como el uso de encuestas para investigaciones posteriores.

La introducción fue sumamente provechosa para examinar las generalidades de las circunstancias en las que se desarrollan las actividades turísticas, así como las causas y consecuencias derivadas de los retos que encuentran los empresarios; por otro lado, se formaron los temas y subtemas primarios del marco teórico, partiendo del tema básico y los objetivos, para luego proceder a sustentarlos con diversos escritores.

3.2.3 Método analítico-sintético

Este procedimiento nos permitió diseccionar, identificar y evaluar cada parte de los datos de la encuesta para llegar a un resultado, y luego sintetizar las partes estudiadas.

Al examinar el efecto del sistema de gestión administrativa en el crecimiento del turismo, así como en la presentación del material recogido mediante encuestas y entrevistas, se aplicó el enfoque analítico en la mayor parte de la investigación.

3.2.4 Método estadístico

Para procesar los datos y la información, se utilizaron las siguientes técnicas: determinación de la variación absoluta, variación relativa, representación gráfica de los resultados, análisis e interpretaciones.

3.3 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Para la elaboración de la investigación se ha recurrido a la población del Cantón de Valencia, a las empresas turísticas de la comarca valenciana de San Pablo y al personal del GAD Valencia que trabaja en el ámbito del turismo. En 2020, se espera que la población sea de 54637 personas, según el INEC.

Muestra

Para hallar la muestra de la investigación se utilizó la siguiente fórmula:

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

En donde:

n = número de muestras

N = Universo cuánto es?

E = error de cálculo. 5% = 0,05

1 = unidad de corrección

Muestra: 382 personas

El total de encuestas aplicadas a la población del cantón Valencia es de 382 cuestionarios y cinco entrevistas a emprendedores turísticos del Cantón.

3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Entrevista

Esta técnica se utilizó en empresas turísticas del cantón de Valencia y consistió en un interrogatorio verbal para recabar la información pertinente.

Encuesta

La encuesta se realizó entre los residentes del cantón de Valencia y a los emprendedores turísticos del sector de San Pablo del cantón Valencia.

Observación

Este enfoque implicaba la identificación de las personas, los fenómenos, los actos y los acontecimientos que intervenían en un determinado problema o escenario de forma meticulosa y analítica.

El investigador utilizó la observación al visitar los hechos, es decir, los lugares donde se desarrollan las actividades turísticas del sector de San Pablo del cantón Valencia, para conocer mejor la situación del sector y la influencia que tiene en el desarrollo del ámbito administrativo.

3.4 ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

El marco teórico de este proyecto se construyó en torno a la búsqueda de información objetiva en libros, artículos científicos, revistas, tesis y páginas web, entre otras fuentes bibliográficas, con el fin de enriquecer y apoyar el contenido del proyecto.

3.5 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Todos los recursos que contengan datos escritos, orales o multimedia, ya sean oficiales o informales.

Para la recopilación de información se utilizaron encuestas y entrevistas de fuentes primarias, las cuales fueron administradas a los residentes, a los emprendedores turísticos del sector de Pablo y al personal de GAD Valencia encargado de la promoción turística; las fuentes de información secundarias serán necesarias para

obtener una base científica sobre los temas más relevantes presentados en el marco teórico.

FUENTES PRIMARIAS

Incluyen datos no filtrados, no interpretados y no evaluados que nunca han sido filtrados o evaluados por nadie más. Son el resultado de una amplia investigación o de un trabajo excepcionalmente innovador.

La principal fuente de información para este estudio son los emprendedores turísticos de GAD Valencia.

FUENTES SECUNDARIAS

Están hechos a partir de datos de fuentes que han sido sintetizados y reordenados. Además, están hechas para facilitar y hacer más eficiente el acceso a las fuentes primarias y su información. Forman parte de la colección de referencia de la biblioteca y ayudan a controlar y acceder a las fuentes originales.

El material bibliográfico consultado, que incluye libros impresos y digitales, revistas científicas, boletines gubernamentales, tesis y maestrías, entre otros, relacionados con la situación del desarrollo turístico del sector GAD Valencia, San Pablo, representa las fuentes secundarias de la investigación.

3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Una vez recopilada la información a través de las metodologías utilizadas en este estudio, como la observación, se completó el procesamiento y el análisis, y se analizaron las encuestas para tabular todos los datos procesados.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Recuerda que el más importante respecto a cualquier empresa, es que los resultados no están en el interior de sus paredes. El resultado de un buen negocio es un cliente satisfecho

Peter Drucker.

4.1 Primer objetivo. Diagnostico la situación actual del sector San Pablo del Cantón Valencia.

La reactivación económica del sector turístico es prioritaria para el desarrollo de la población del cantón Valencia, por ello es indispensable evaluar la incidencia de la gestión administrativa dentro de este proceso en cada uno de los emprendedores de actividades turísticas en el sector San Pablo, para ello se aplicó encuestas a la población de la localidad a fin de conocer la percepción que tienen cada uno de ellos sobre la actividad turística desarrollado en la localidad, y se aplicó entrevistas a los emprendedores del sector.

1. ¿Considera Usted que el sector San Pablo de Valencia es altamente turístico?

Tabla 1. Turismo en el sector San Pablo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	255	67.0%
No	32	8.00%
A veces	95	25.00%
Total	382	100.00%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

De acuerdo a los resultados se aprecia que el 67% de encuestados afirma que, si es altamente turístico, mientras que el 8% considera que no; mediante los resultados obtenidos se establece la prioridad de potenciar dicho lugar para dinamizar la economía aprovechando cada uno de los atractivos turísticos que presente el lugar.

2. ¿Con que frecuencia usted visita los lugares turísticos del cantón Valencia?

Tabla 2. Frecuencia de visita de lugares turísticos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Diario	75	20%
Semanal	187	49%
Quincenal	76	20%
Mensual	44	11%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas se aprecia que los pobladores del cantón Valencia visitan en un nivel bastante alto, destacando las visitas semanales, se puede establecer que es prioritario el desarrollo de actividades familiares los fines de semanas, quedando como punto de encuentro para la realización de varias actividades.

3. ¿Los atractivos turísticos del sector San Pablo de Valencia que usted frecuenta, cuentan actualmente con promociones que le llamen la atención para visitarla?

Tabla 3. Promociones de lugares turísticos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	221	58%
Si	162	42%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

Mediante las encuestas se aprecia que el 58% de personas afirma que no existen promociones en los lugares turísticos del sector San Pablo del cantón Valencia, esto puede tomarse como un referente para dinamizar actividades que puedan integrar elementos sustentables que puedan atraer turistas para generar elementos sustentables de acuerdo a la realidad del sector.

4. ¿Qué esperaría de un nuevo lugar turístico en el cantón Valencia?

Tabla 4. Nuevos lugares turísticos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Precio	80	21%
Atención oportuna	40	11%
Promociones	70	18%
Servicio	180	47%
Otro:	12	3%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

Entre los factores que los turistas toman en cuenta a la hora de visitar lugares turísticos predomina la calidad de servicio que brindan cada uno de los operadores, seguido de las promociones y el precio que son factores esenciales a la hora de tomar en cuenta un determinado lugar a fin de mantener un lugar de manera sustentable y desarrollo actividades de forma integral.

5. ¿En orden de prioridad qué aspectos considera de mayor importancia para impulsar el desarrollo turístico de la ciudad después de lo acontecido por la pandemia?

Tabla 5. Aspectos de importancia

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Limpieza	53	28%
Seguridad	214	60%
Innovación y publicidad	115	12%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

Los resultados de las encuestas permiten apreciar que la seguridad e innovación de los sitios turísticos son los elementos que mayormente son tomados en cuenta dentro de los procesos que permitan generar un sistema de desarrollo encaminado a la reactivación económica de un sitio; es por ello que son estos factores que se deben dinamizar de manera integradora.

6. ¿Ha recibido alguna promoción cuando ha estado en algún lugar turístico del cantón Valencia?

Tabla 6. Promoción de lugares turísticos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	129	66%
No	253	34%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

De acuerdo a los resultados de la investigación se aprecia que el nivel de promociones aún es relativamente bajo, tomando en relación a las demás interrogantes el nivel de promociones es factor esencial para el desarrollo de actividades a nivel económico, por ello es esencial que se tome en cuenta estos factores para el proceso de dinamismo económico y crecimiento en el sector turístico San Pablo, cantón Valencia.

7. ¿Qué factores considera usted antes de visitar un lugar turístico?

Tabla 7. Factores turísticos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Higiene	184	48%
Actividades	26	7%
Precio	140	8%
Referencias	32	37%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

Los factores que son tomados en cuenta para la visita de lugares turísticos son esenciales para mantener una visión de crecimiento, de acuerdo a lo indicado la higiene, referencia y actividades son los elementos que mayormente son tomados en cuenta para el proceso de desarrollo económico. Es importante valorar estos

resultados con el objetivo de fundamentar cada uno de los procesos a fin de valorar un proceso de crecimiento sustentable.

4.1.1. Discusión sobre el primer objetivo

Diagnóstico de la situación actual del sector turístico San Pablo del Cantón Valencia.

De acuerdo a los resultados de la investigación se aprecia que el 67% de personas encuestadas manifiesta que el sector San Pablo turísticamente es potencial tomando en cuenta los atractivos naturales que esta presenta de acuerdo a diversos parámetros que se pueden tomar en cuenta, sin embargo, un 25% establece que no lo es; por ello es prioritario analizar los elementos que pueden generar este tipo de ideas que difieren de una persona a otra. Según Rueda (2019) el nivel de exigencias de las personas es diverso, y responde a diversos elementos como la seguridad, precios, calidad de servicio, diversidad, entre otros aspectos.

Tomando en cuenta dichos criterios se aprecia que la frecuencia de visita puede derivarse de este ciclo de elementos como el desarrollo de actividades de forma segura, en las encuestas se aprecia que el nivel de visita diario es de un 20%, mientras que el mayor porcentaje está en las visitas semanales que alcanza un 49%, de acuerdo a Valladares (2018), generalmente la frecuencia de visita es un indicador muy significativo para establecer si un lugar es atrayente o no; y en base a este criterio se puede generar una visión clara que el lugar es apropiado para el desarrollo de actividades turísticas sobre todo a nivel familiar.

Es importante tomar en cuenta para el diagnóstico del lugar aspectos que pueden llamar la atención, según lo indica Cuenca (2019), las promociones son la esencia de la publicidad que puede captar clientes, en este caso sería turistas, pese a que se cuenta con lugares idóneos, según las encuestas se aprecia que el 58% indica que no existen promociones en los lugares de visita, lo cual repercute de manera directa en el nivel de frecuencia que cada una de las personas pueden beneficiarse de manera mutua; por consiguiente como Ramos (2019), estable existen elementos que al no ser conjugados de manera adecuada pueden ser un modelo de retroceso.

La prioridad de articular mecanismos integrales dentro del desarrollo turístico permite diagnosticar la situación real en el área turística del sector San Pablo, es así que es lo que respecta a limpieza toma un 28%, seguridad 60% y publicidad un 12%, mediante estos hallazgos se puede establecer que es prioritario en el lugar fortalecer el nivel de seguridad sobre todo a fin de consolidar este elemento, Suarez (2019), manifiesta que el aspecto seguridad es uno de los procesos que se deben manejar con mayor celeridad, debido a que es permite sistematizar acciones de una forma adecuada en función de la realidad que cada lugar trata de transmitir.

Las promociones en el sector no han desarrollado un proceso funcional, de acuerdo a los encuestados en el diagnostico se observa que el 34% afirma que no ha recibido algún tipo de promoción, sin embargo una parte de ellos muy significativa si lo ha realizado, talvez de una forma no muy direccionada, pero esto demuestra que existe el interés de generar procesos que puedan generar un crecimiento adecuado en la localidad a través de los diferentes atractivos turísticos, Moreno (2020), indica que la parte publicitaria es uno de los referentes que tiene mayor impacto en el desarrollo de diversas actividades que se pueden generar para cumplir las expectativas de cada una de las personas que visitan diversos sitios.

4.2. Segundo objetivo. Determinación de la demanda de turismo en el sector San Pablo del Cantón Valencia

8. ¿Cree usted que el cantón Valencia debe aperturar nuevas ofertas turísticas en el sector San Pablo?

Tabla 8. Oferta turística

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	0	0%
Si	382	100%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

De acuerdo a los resultados de las encuestas se aprecia que el 100% indica que en Valencia es necesario aperturar nuevas ofertas turísticas con el fin de dinamizar el desarrollo económico del sector, así lo indican el 100% de personas encuestadas los mismos que buscan fomentar de manera armónica el crecimiento del lugar.

9. ¿Considera que el sector San Pablo del cantón Valencia cuenta con ofertas turísticas atractivas que puedan brindar a los visitantes?

Tabla 9. Oferta turística

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	132	35%
Si	250	65%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

El nivel de atractivos turístico del sector San Pablo del cantón Valencia de acuerdo a la percepción de cada uno de los encuestados es que el sitio si cuenta con los elementos necesarios para potenciar su desarrollo; esto permite fundamentar la propuesta de generar estrategias enfocadas a crear un sistema de crecimiento

turístico optimizando recursos de forma dinámica en el sector para posicionar al lugar como un referente de crecimiento económico.

10. ¿Al existir un mayor número de atractivos en el sector San Pablo, Ud. visitaría con mayor frecuencia el sector?

Tabla 10. Falta de coordinación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	287	75%
No	64	17%
A veces	31	8%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

El nivel de visitas a un sector depende de muchos elementos, en este caso el nivel de variabilidad en atracciones al existir, de acuerdo a los encuestados afirman el 75% que si elevaría el día de visitas, lo cual se considera un aspecto muy adecuado para fortalecer ciertas estrategias que deben ser canalizadas de forma adecuada.

11. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación prefiere, para mantenerse informado de nuevos lugares turísticos a visitar?

Tabla 11. Medios de comunicación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Radio	82	21%
Online	165	43%
Tríptico	6	2%
Hojas Volantes	12	3%
Redes Sociales	117	31%
Total	382	100%

Elaborado por: Josselyn Osorio

Fuente: Pobladores del cantón “Valencia”

La difusión de lugares turísticos es factor esencial dentro del proceso de reactivación económica y es importante que se alinean políticas de desarrollo sustentables como es la difusión de sitios y bondades, por ello en la encuesta se

determina que los medios online son los que tienen mayor nivel de difusión especialmente con las redes sociales; esto permite generar un mayor énfasis en las políticas a establecerse en dichos campos.

4.2.1. Discusión sobre el segundo objetivo

Determinación de la demanda de turismo en el sector San Pablo del Cantón Valencia

La determinación de la demanda de lugares turísticos en Valencia, es un referente para generar una propuesta de desarrollo para el sector, de acuerdo a los resultados obtenidos si es necesario la apertura de nuevos lugares o atracciones es contundente el 100% de encuestados afirma que si es necesario hacerlo, tomando en cuenta que actualmente el nivel de ingresos por turismo es muy alto, según lo indica Cuenca (2019), el sector del turismo es una de las áreas que mayormente genera ingresos cuando se sabe manejar de forma idónea en base a las necesidades propia de cada una de las personas que requieren visitar un lugar.

El nivel de demanda de la oferta turística se puede consolidar en base al criterio de los turistas si un determinado sitio cuenta con elementos necesarios que le permitan desarrollar sus actividades de forma adecuada, según las encuesta el 65% afirma que si, de acuerdo a Castellano (2019); cuando existen elementos necesarios estos pueden ser reforzados y a la vez crean un nivel de equilibrio distinto dentro de los diversos entornos para establecer mecanismos de crecimiento; en el cantón valencia el sector San Pablo es privilegiado por mantener recursos naturales que pueden ser aprovechados de manera sustentable.

El nivel de afluencia de los visitantes puede elevarse en base a la variedad de atractivos turísticos que se puedan presentar, y a su vez como estos puedan ser difundidos; de acuerdo a las encuestas realizadas sobre la percepción de la población si al existir un mayor números de atractivos se elevaría el número de visitas al lugar es muy alto, el 75% afirma que si lo haría, Méndez (2020), manifiesta que la consolidación de elementos ayuda de manera integral a que existan procesos que puedan contribuir al desarrollo turístico de un sector.

La forma en que puedan ser difundidos varios atractivos permite valorar de manera estructural ciertos aspectos, de acuerdo al nivel de espacios adecuados se aprecia con claridad que las redes sociales y los medios digitales son los que mayormente pueden contribuir al desarrollo del sector, así lo indica Méndez (2019), que el mayor espacio que puede abrir puertas de difusión son las áreas digitales por su facilidad de llegar a un mayor número de personas.

4.3 Objetivo N°3. Estructura de un Plan de Estrategias de Marketing para reactivar el sector turístico San Pablo del Cantón Valencia

Resultados de la entrevista aplicada a emprendedores del sector San Pablo del Cantón Valencia.

¿Manejan algún tipo de estrategias de marketing para promocionar el sector San Pablo?

Como emprendedores del sector hemos venido desarrollando diversas actividades para tratar de fortalecer el desarrollo de la localidad, sobre todo a través de actividades que fomentan el esparcimiento familiar, sin embargo, de forma técnica no se lo ha realizado por falta de apoyo y cierto grado de desconocimiento en el sector de cada una de las familias que buscamos dinamizar el área.

¿Cree usted que la pandemia afectó al desarrollo de las actividades económicas derivadas del turismo en el sector San Pablo del cantón Valencia?

La pandemia afecta a todos los sectores, especialmente al área del turismo, sin embargo, también nos ha dejado elementos que podemos aprovechar de forma eficiente; como ejemplo a raíz de la pandemia las personas prefieren lugares naturales amplios, y ahí es donde nosotros podemos aprovechar estos atractivos naturales para generar oportunidades.

¿Cómo emprendedor, considera usted que las autoridades del Gad Valencia han generado estrategias que contribuyan al proceso de reactivación del sector?

Hay actividades indirectas que han beneficiado al sector, sin embargo, una acción direccionada no ha existido, si sería conveniente que se tecnificará ciertos servicios lo cual es un gran aporte para la economía de sector, y sobre todo aprovechando de manera sustentable muchos recursos que por diversas causas han sido dejado a un lado, sin recibir la importancia que amerita estos procesos y lo que puede contribuir al desarrollo de la población.

¿Considera usted que es necesario reactivar el sector turístico – comercial a través de estrategias para potenciar el desarrollo de la localidad?

Claro que, si toda actividad que busque dinamizar el sector es muy beneficiosa sobre toda porque el beneficio es en cadena al sector del transporte, comercial, comidas, bebidas e incluso al medio ambiente al articularse mecanismos de forma amigable con el medio ambiente, se aprovecharía de manera sustentable.

4.3.1 Discusión sobre el tercer objetivo

Estructuración de un Plan de Estrategias de Marketing para reactivar el sector turístico San Pablo del Cantón Valencia

El manejo de estrategias es fundamental para el desarrollo de diferentes áreas estratégicas, de acuerdo a la entrevista realizada a un emprendedor del sector San Pablo del cantón Valencia, se aprecia que dentro de la localidad no se han implementado de forma técnica acciones que contribuyan de manera significativa al crecimiento económico; de acuerdo a Robles (2019), el fomentar elementos de marketing permite a las diversas entidades crear un grado de desarrollo adecuado.

El desarrollo de la pandemia obligó de forma acelerada a promover cambios en diversas actividades de acuerdo a la realidad de cada una de las personas tomando en cuenta que factores como el aislamiento ha hecho que la población busque forma de distracción a campo abierto, de acuerdo a la entrevista realizada se aprecia que los efectos de la pandemia mantiene con retroceso económico acelerado a diferentes sectores, entre uno de ellos los que se relacionaban con el área turística, sin embargo se han creado oportunidades que pueden aprovecharse de manera eficiente articulando elementos como lo indica Morales (2020),

aprovechar las oportunidades de manera eficiente permite crecer de forma adecuada a cada una de las personas dentro de la sociedad.

La reactivación económica es prioritaria, de acuerdo a lo que indica Martínez (2020), es factor esencial para desarrollar actividades de manera conjunta entre la sociedad, y un elemento clave son las estrategias de marketing adecuado lo cual puede garantizar un proceso adecuado en el campo de desarrollo cotidiano, partiendo desde una óptica que es fundamental en el campo de desenvolvimiento práctico.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

La gestión administrativa es un factor esencial en el desarrollo de las actividades económica, en el sector San Pablo del cantón Valencia, existen procesos que se manifiestan de forma deficiente en relación al nivel de desarrollo que se debe establecer dentro de la localidad, se evidencia que no existe un proceso articulado de apoyo para los emprendedores de la localidad, lo cual reduce el nivel de competitividad de cada una de las personas que busca reactivar su economía mediante mecanismos orientados al área turística, tomando en cuenta que este sector cuenta con muchos recursos naturales que pueden ser aprovechados de manera eficiente y sustentable para el crecimiento económico.

El sector San Pablo del cantón Valencia presenta un alto nivel de visitantes durante todo el año, de acuerdo a las encuestas un 49% de la población visita el sector de forma semanal, sin embargo, se concluye que existen deficiencias en el desarrollo de actividades que permitan atraer turistas de manera progresiva, además de existir deficiencias en el desarrollo de estrategias de promoción que permitan posicionar al sector como un referente de reactivación económica.

Se ha determinado que el desarrollo de un plan de estrategias de marketing para revitalizar la industria turística de San Pablo del Cantón Valencia es una prioridad absoluta, tomando en cuando el nivel de afluencia de turísticas en el sector, y la deficiencia que existe para promocionar el desarrollo turístico de la localidad generando de esta manera un proceso de desarrollo sustentable que beneficie a la colectividad en general.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda la implementación de actividades recreativas de forma integral en el sector San Pablo, del cantón Valencia a fin de dinamizar el desarrollo socio económico del sector; las mismas que deben estar enfocadas a aprovechar de manera eficiente los recursos existentes en la zona, fomentando de esta forma la reactivación económica de la localidad con procesos enfocados al desarrollo turístico de la localidad.

Tomando en cuenta el alto nivel de visitantes, se recomienda establecer actividades recreativas de forma dinámica, con el objetivo de posicionar al sector como un referente turístico que permita el desarrollo adecuado de la población a través de un sistema sustentable de reactivación económica basado en la optimización de recursos.

Es de vital importancia estructurar un plan de estrategias de marketing que permitan posicionar al sector, promoviendo acciones conjuntas entre cada uno de los participantes, y mediante alianzas estratégicas fortalecer el logro de objetivos comunes, generando un sistema de administración eficiente en beneficio de la colectividad.

CAPITULO VI

PROPUESTA ALTERNATIVA

Recuerda que el más importante respecto a cualquier empresa, es que los resultados no están en el interior de sus paredes. El resultado de un buen negocio es un cliente satisfecho

Peter Drucker.

6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Plan de estrategias de marketing para para la reactivación económica del sector turístico San Pablo del Cantón Valencia.

6.2. JUSTIFICACIÓN

La puesta en marcha de un plan de estrategia de marketing será la base para la reanudación de las operaciones y el reposicionamiento de las empresas turísticas en la región de San Pablo del cantón Valencia, así como para presentar a posibles socios y/o inversores las ventajas de formar parte de un proyecto a largo plazo.

La reactivación económica del sector turístico impulsará su desarrollo, lo que permitirá subsanar las carencias que tienen los microempresarios turísticos a la hora de poner en marcha sus negocios por primera vez, sobre todo ahora que se trata de ofrecerle una estrategia empresarial que dé los mejores resultados. Este proyecto se basa en las necesidades de los proveedores de servicios turísticos, con un enfoque en los procesos creativos e innovadores, ya que mejorará el proceso de comercialización en estas áreas, mejorando su desarrollo a través del diseño de un proceso que integra las estrategias necesarias para un resultado satisfactorio.

El desarrollo de una plan de estrategias está orientado a proporcionar beneficios de manera directos a la población del sector San Pablo, del cantón Valencia, tomando en cuanto la diversidad de elementos que pueden ser optimizados para la reactivación económica a través del turismo, además se benefician cada una de las familias que vistan el lugar, al contar con información adecuada sobre los beneficios que conlleva la implementación del proceso de sustentabilidad mediante actividades adecuadas y un plan de socialización que permita difundir de forma masiva los atractivos del sector. Es un tema de amplio interés tomando en cuenta que a raíz de la pandemia se han abiertos nuevas áreas de desarrollo micro empresarial.

El plan de estrategias turísticas, será un medio de publicidad, promoción y a la vez de protección del medio ambiente, así como de las especies vegetales, fauna, recursos hídricos existentes y aumentará el valor paisajístico del área, se enfocará en cuatro puntos de base turística enfocado a la reactivación turística a través de los diferentes ejes de desarrollo los mismos que buscan fomentar un proceso de crecimiento diversos que pueda responder a corto, mediano y largo plazo:

1. Conservación de los recursos naturales y cultural: los recursos se pueden admirar y disfrutar sin alterar su integridad o degradarlos.
2. Desarrollo comunitario: creación de oportunidades económicas que hacen que la conservación y protección de los recursos naturales y culturales sean económicamente beneficiosas para la población local.
3. Desarrollo económico: fuente de ingresos y empleo para las comunidades locales y las áreas que visitan.
4. Educación: la experiencia de enriquecer al visitante con la cultura y el misterio del lugar visitado y viceversa

6.3. Fundamentación Legal

Constitución de la República (2008):

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. 2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

En el aspecto legal, el Plan de Desarrollo Nacional Toda una Vida (2017 -2021) en el Objetivo 9, se plantea aprovechar y potenciar las capacidades desarrolladas y fortalecer el posicionamiento estratégico y soberano de Ecuador en el contexto regional y mundial, en el marco de la promoción y protección de los derechos humanos y de la naturaleza, y de la conservación y aprovechamiento sostenible de su riqueza patrimonial natural y cultural. Por tal razón, se propone crear y fortalecer los vínculos políticos, sociales, económicos, comerciales, turísticos, ambientales, académicos y culturales

9.4. Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural. Además, en los Lineamientos territoriales de acceso equitativo a infraestructura y conocimiento se encuentra el inciso d) Impulso a la productividad y la competitividad sistémica a partir del potenciamiento de los roles y funcionalidades del territorio d.11. Fomentar el emprendimiento local y el turismo comunitario terrestre y marino, para el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad (Consejo Nacional de Planificación (CNP), 2017)

En el Título cuarto del Reglamento General de Turismo. El fondo de promoción turística en sus artículos expone:

Art. 76. – De la promoción: Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante van a ser canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etcétera. La ejecución de la promoción turística del Ecuador se realizará con precisa sujeción al Proyecto Estratégico de Desarrollo Sectorial, políticas sectoriales, Proyecto de Competitividad Turística y Proyecto Nacional de Mercadeo, los mismos que van a ser usados como herramientas primordiales y el Sistema de Conocimiento de Mercados (Reglamento General de Turismo, 2016).

Art. 3.- Los fundamentos de las actividades turísticas son los siguientes: a) Como componente básico de la industria, la iniciativa privada realiza una importante contribución a través de la inversión directa, la creación de empleo y la promoción nacional e internacional; b) En el marco de la descentralización, el compromiso de los gobiernos provinciales y cantonales en la promoción y el apoyo al desarrollo turístico; c) Promoción de las infraestructuras nacionales y mejora de los servicios públicos fundamentales para proporcionar una adecuada satisfacción a los visitantes; d) Conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación de los grupos indígenas, campesinos, montubios o afroecuatorianos en el mantenimiento de su cultura y tradiciones, la salvaguarda de su ecología y la participación en la prestación de servicios turísticos, de acuerdo con los requisitos de esta Ley y su reglamento.

En el capítulo segundo, modelo de gestión. Sección 1 Gobierno Central se expone que:

Art. 3. Corresponde al régimen central, por medio de la Autoridad Nacional de Turismo, ejercer las facultades de rectoría nacional, idealización nacional, regulación nacional, control nacional y administración nacional del sector turístico.

Art. 4.- Rectoría nacional. - En el marco del desarrollo de ocupaciones turísticas, le corresponde al Ministerio de turismo, así como conceptualizar los lineamientos y directrices en general del sector turístico.

Art. 5.- Idealización nacional. - En el marco del desarrollo de ocupaciones turísticas, le corresponde al régimen central, por medio de la Autoridad Nacional de Turismo, formular la idealización nacional del sector turístico (Consejo Nacional de Competencias, 2016).

PLANDETUR 2020:

1.- Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.

2.- Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructura, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una expresión turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

3.- Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio económico del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.

6.4. Objetivo

Elaborar un plan de estrategias de marketing para para la reactivación económica del sector turístico San Pablo del Cantón Valencia.

6.5. Ubicación sectorial y física

Este estudio se realizará en el sector de San Pablo con los emprendedores turísticos del sector San Pablo del cantón de Valencia, provincia de Los Ríos, en el año 2021.

País:	Ecuador
Provincia:	Los Ríos
Cantón:	Valencia
Actividades:	Servicio
Tipo:	Desarrollo turístico

6.6. Factibilidad

El desarrollo del proyecto es factible tomando en cuenta la ubicación estratégica del sitio, el mismo que cuenta con recursos naturales que fomentan un espacio estratégico para el desarrollo de actividad turísticas orientadas a potenciar la reactivación económica mediante un plan integral de acciones que permiten generar elementos adecuados para el proceso de sustentabilidad turísticas.

6.7. Plan de Trabajo

El desarrollo del plan de estrategias está enfocado en dinamizar el sector turístico del sector San Pablo del cantón Valencia, mediante un proceso integral que permita la promoción adecuada de cada uno de los atractivos que posee el sector:

Dirección estratégica

Misión

Fortalecer el desarrollo turístico del sector San Pablo, del cantón Valencia de forma sostenible, para satisfacer las necesidades de turistas nacionales y extranjeros y promoviendo la reactivación económica a través del trabajo competitivo y la participación de los habitantes de los sectores turísticos potenciales.

Visión

Posicionar al sector San Pablo del cantón Valencia, como un referente turístico para el desarrollo sustentables, fomentando la reactivación económica de cada una de las familias a través de estrategias de marketing, que permitan priorizar cada uno de los recursos.

Valores

Ética

Uno de los aspectos que deben caracterizar a cada uno de los emprendedores es la ética profesional, de tal forma que cada persona debe ser tratada de manera adecuada y sobre todo hacer prevalecer aspectos éticos profesionales.

Democracia

La libertad de opinión de todos los habitantes y visitantes es uno de los frentes sobre el cual se desarrollan las estrategias de promoción a fin de consolidar un sistema equitativo basado en la dinámica de sustentabilidad.

Solidaridad

Conocimiento, afiliación y apoyo a las causas o intereses de otros.

Igualdad

Todas las personas tanto emprendedores como visitantes deben recibir un trato igualitario basado en el respeto y la consideración. Liderazgo Alentar la motivación y el compromiso de los diferentes sectores en potencia para el agroturismo para enfrentar desafíos y hacer cambios.

Equidad

Buscar siempre mejores condiciones de vida e igualdad para los residentes de los diferentes sectores, fomentando un sistema de desarrollo sustentable.

Análisis FODA

Tabla 12. Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	Oportunidades – O	Amenazas – A
FACTORES EXTERNOS	• Incremento en el consumo de productos naturales y visita a lugares ecoturísticos. • Acceso a créditos bancarios. • Crecimiento del índice poblacional. • Capacidad expansión turísticas.	• Competencia de grandes industrias de provincia vecinas. • Cambios en las disposiciones legales del país. • Créditos bancarios con altas tasa de interés. • Poco conocimiento sobre los beneficios de un plan de marketing

Fortaleza – F - Recursos naturales adecuados para el turismo. - Gastronomía variada. - Precios accesibles. - Producción durante todo el año en frutas.	Estrategias FO F1, O1. Desarrollo de estrategias de promoción turística F2, O2. Programas de desarrollo turístico basado en elementos como la gastronomía F3, O3. Ampliar el mercado turístico sustentable F4.O4. Fomentar servicios en línea para procesos de difusión turística	Estrategias FA F1, A1. Implementación de procesos digitales para la difusión turística F2. A2. Ser sustentables en el nivel de acciones tributarios. F3. A3. Generar procesos comerciales de manera sustentable. F4.A4. Establecer promociones para manejar una mayor credibilidad con los turistas
Debilidades – D - Baja capacidad de inversión - Existe escaso apoyo gubernamental hacia este sector - Deficiencia en estrategias de publicidad - Bajo porcentaje de capacitaciones sobre desarrollo turístico sustentable	Estrategias DO D1. O1. Diversificación de actividades de publicidad en los principales medios digitales. D2. O2. Diseño e implementación de estrategias de marketing digital D3. O3. Mantener procesos de vinculación entre emprendedores y visitantes D4. O4. Desarrollar un sistema de promoción turística basada en sustentabilidad	Estrategias DA D1. A1. Desarrollar estrategias de difusión turística D2. A2. Fortalecer la estructura organizacional. D3. A3. Elaborar un proceso de manejo integral con los emprendedores D4. A4. Generaras alternativas turísticas.

Elaborado por: Josselyn Osorio

Resumen de diagnóstico turístico

Una vez aplicado el análisis FODA se establece que el sector cuenta con una diversidad muy amplia de recursos naturales que pueden ser aprovechados de manera eficiente para el desarrollo socio económico de las familias que residen en el sector San Pablo, del cantón Valencia, tomando en cuenta la accesibilidad al sector y sobre todo se encuentra en una línea que pueden ingresar los pobladores

de la localidad y visitantes de manera permanente; se puede mencionar que la mayoría de los siguientes sitios potenciales para el turismo agro rural no cuentan con una estructura turística definida, aunque si poseen espacio físico para acampar, tienen senderos para caminatas, poseen atractivos de riqueza natural; a nivel social contribuyen al desarrollo de proyectos emprendidos a nivel ecológico y ambiental

Debido a esto se concluye que el sector mantiene como lugar con un potencial de desarrollo turístico que debe fortalecerse mediante estrategias de marketing; sobre todo se puede aprovechar los recursos naturales con que cuenta el lugar, además de explotar la riqueza gastronómica con la que cuenta el sector para dinamizar el desarrollo del sector. Desde diversos entornos internos y externos, existe la necesidad de desarrollar un plan de promoción turística, consistente para consolidar fortalezas, aprovechar oportunidades, compensar debilidades y proteger contra amenazas.

La implementación de la mezcla de mercadeo permitirá el desarrollo de una estrategia orientada a nuevos segmentos, afectando la demanda, mejorando los servicios complementarios proporcionados por este sitio turístico en pos de un desarrollo sustentable que beneficie a los moradores de la zona. Es necesario diversificar los servicios que les permitirán a los moradores de estos sectores, penetrar en nuevos mercados; Se debe asignar un plan promocional que permita desarrollar una estrategia de promoción de acuerdo con los servicios ofrecidos y esto claramente apuntar a una mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Normas propuestas para el desarrollo de actividades

Para el desarrollo de actividades se plantea emplear normativas que permitan garantizar el desarrollo sustentable de recursos y garantizar la seguridad de cada uno de los visitantes y emprendedores:

- Registre su nombre en la entrada principal mediante un libro de visitas a la entrada al sector como un mecanismo de formar un libro histórico.
- Use ropa apropiada para visitar cada uno de los lugares del sector.
- No fumar en zonas verdes.

- No tocar o cazar animales.
- No está permitido arrancar o dañar las plantas.
- Las necesidades biológicas no pueden ser realizadas en las rutas turísticas.
- No desechar la basura en espacios verdes.
- No llevar nada.
- Se aceptan observaciones y sugerencias.

Plan de actividades

Tabla 13. Plan de acción

Actividad	Duración	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Responsables	Indicadores de éxito	Costo estimado	Beneficiarios
Elaboración de logotipo	2 días	Abril 2022	Abril 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Logotipo de emprendimiento	\$25.00	Población del sector San Pablo, emprendedores y visitantes en general.
Elaboración de slogan	2 días	Abril 2022	Mayo 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Slogan de identificación	\$25.00	
Desarrollo de estrategias publicitarias	1 semana	Mayo 2022	Junio 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Estrategias de marketing	\$250.00	
Sitio de información turística	1 mes	Junio 2022	Junio 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Caseta de información	\$1000.00	
Construcción de la zona de recuerdos	1 mes	Julio 2022	Julio 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Zona de recuerdos en el sector San Pablo	\$1000.00	
Construcción de la zona gastronómica	2 meses	Julio 2022	Agosto 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Zona Gastronómica	\$5000.00	
Área de recreación ecológica	6 meses	Julio 2022	Diciembre 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Espacios interactivos en el sector San Pablo	\$20.000.00	

Zona de ciclo paseo	1 mes	Septiembre 2022	Septiembre 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Área de ciclo paseo	\$1500.00	
Elaboración de paquetes promocionales	1 semana	Octubre 2022	Octubre 2022	Pobladores del sector San Pablo, autoridades	Paquetes promocionales	\$250.00	
Total						\$29.050.00	
Indicador de éxito global					Reactivación económica del sector San Pablo del cantón Valencia a través del desarrollo turístico sustentable.		

Elaborado por: Josselyn Osorio

Diseño de estrategias

Logotipo



Figura 1. Logotipo de propuesta

Elaborado por: Josselyn Osorio

Dentro de las estrategias que se han planteado para promover el desarrollo turístico del sector San Pablo, del cantón Valencia se enfoca en tres ejes prioritarios, dar una visión moderna de distracción a través de la naturaleza, ciclo paseo familiar y complementar con gastronomía y actividades acuáticas.

Slogan

Con el propósito de difundir la marca del sector y llegar a más personas se propone el slogan:



Figura 2. Slogan de propuesta

Elaborado por: Josselyn Osorio

La idea del slogan es mantener un mensaje claro, fresco y sencillo de lo que se pretende comunicar, para lograr un mayor número de visitantes de manera sustentable.

Relaciones Públicas

Relaciones comerciales mediante un boom de estrategias digitales, de esta manera llegar a acaparar mayor potencial de clientes.

Servicio al cliente

Para mejorar la atención a los consumidores es fundamental la realización de una capacitación sobre atención al cliente el mismo que será impartido cada semestre al personal de los asaderos de pollo.

Diseños uniformes

Debido a que la vestimenta refleja la imagen de la misma se propone el siguiente diseño:

Uniforme publicitario



Figura 3. Uniforme

Elaborado por: Josselyn Osorio

Una de las estrategias de enfoque para captar el mayor número de visitantes, reactivando de forma dinámica la economía es a través de un proceso de identidad, por ello se plantea la utilización por parte de los emprendedores un uniforme que llame la atención de manera visual.

Estrategias de marketing digital para definir las características, precio y distribución del producto

La aplicación de las estrategias de marketing son herramientas fundamentales que diariamente utiliza el comercio.

Buscar las mejores estrategias que permita la penetración de pollos asados en el mercado es uno de los ejes principales del proyecto con la finalidad de ayudar a los criadores de este tipo de aves.

Las estrategias de marketing digital para la difusión y reactivación económica del sector turístico San Pablo, se elaboran bajo los siguientes elementos:

Elementos para definir las características, precio y distribución de pollos asados

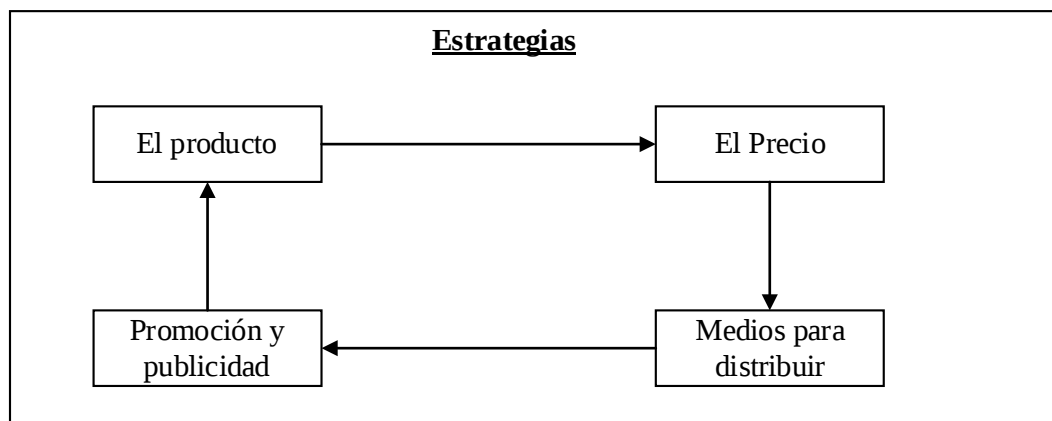


Figura 4. Elementos para definir
Elaborado por: Josselyn Osorio

Oferta turística

Para promocionar el sector San Pablo se presenta la siguiente oferta turística, la misma que se enfoca en desarrollar actividades de forma integral:

Para el desarrollo de la oferta turística se propone la creación de zonas que permitan dinamizar el desarrollo del sector mediante actividades emprendedoras:

Sitio de información turística al ingresa al Sector San Pablo del Cantón Valencia:



Figura 5. Sitio de información turística
Elaborado por: Josselyn Osorio

Al ingreso del sector San Pablo, se propone la construcción de un sitio de descanso construido con material de la zona, a fin de establecer un espacio como zona de descanso que permita organizar a los visitantes los espacios a recorrer.

Zona de recuerdos.



Figura 6. Zona de recuerdos
Elaborado por: Josselyn Osorio

La zona de recuerdos es un área destinada a los emprendedores que pueden ubicar recuerdos o algún tipo de artesanía referente al sector y la ciudad, la idea es convertir al sitio en un corredor turístico, gastronómico y sobre todo de reactivación económica con el objetivo de dinamizar el desarrollo del sector mediante estrategias que permitan generar un grado de afluencia mayor con un nivel adecuado de turistas.

Zona gastronómica





Figura 7. Zona gastronómica
Elaborado por: Josselyn Osorio

La propuesta de la zona gastronómica es crear espacios en la que los emprendedores comercializan productos autóctonos de la zona, logrando captar el mayor número de visitantes, además de cuidar el medio y fomentar el desarrollo participativo de los emprendedores de forma comunitaria. Algo que es importante recalcar en el sistema del área gastronómica es la visualización atrayente hacia los turistas con el objetivo de dinamizar el desarrollo del sector de manera sustentable empleando recursos propios de la zona.

Servicios turísticos del sector San Pablo, Cantón Valencia
Área de recreación ecológica

Distribución del área de recreación ecológica sector San Pablo, cantón Valencia



Figura 8. Distribución del parque
Elaborado por: Josselyn Osorio

Descripción de la distribución del área ecológica del Sector Pablo.

A la entrada del parque Ecológico se hallarán árboles nativos, ambos sostendrán un letrero de madera que tendrá tallado con enormes letras: “**San Pablo**”



Figura 9. Entrada
Elaborado por: Josselyn Osorio

Caseta de ingreso y bar

Es necesaria la existencia de una caseta para el parque; el cual será construido en dos etapas donde en la primera se encuentra la boletería y el área administrativa y al otra será el bar; la misma que será construida de manera rustica utilizando cubiertas de madera de la zona



Figura 10. Caseta y bar
Elaborado por: Josselyn Osorio

Bar

El bar estará revestido con madera de la zona y se encontrará junto al área administrativa y boletería; donde todos los días se ofrecerá bebidas, golosinas, galletas y los fines de semana platos típicos.

Sendero de recorrido

Uno de los aspectos principales del parque es la accesibilidad a este, el tipo de sendero a emplear en el parque es el de Pequeño Recorrido (PR) que comprende entre 2 y 5 Km; el cuál será alrededor de todo el perímetro del parque y por la mitad de la inmediaciones a lo largo de las riberas de un riachuelo que alberga gran variedad de peces nativos ; el sendero estará conformado por cañas guaduas a una altura 1,20 metros de alto y el piso estará recubierto por maní forrajero que es una gramínea de la zona la cual le dará una mejor vistosidad al sendero, como se observa en la imagen por las cuales se podrán realizar paseos a caballo.

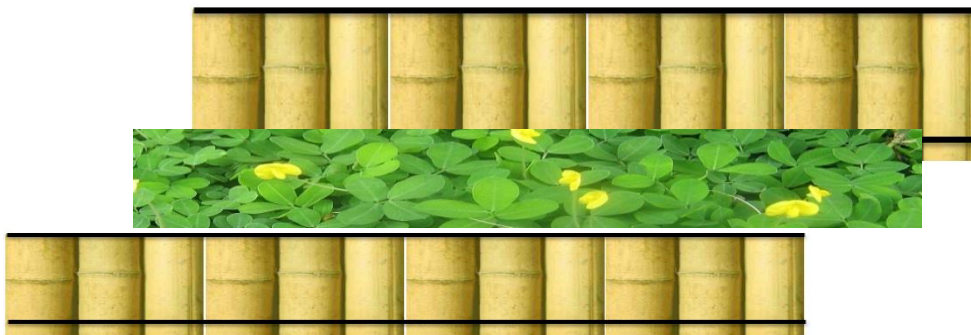


Figura 11. Sendero
Elaborado por: Josselyn Osorio

Asientos de caña guadua

Los asientos de caña guadua serán ubicados junto al riachuelo con el propósito de admirar los paseos a canoa y varias especies de peces, cangrejos y tortugas que encuentran propicio este tipo de habitat, es importante resaltar que estas especies s ya forma parte de terreno a adquirir.



Figura 12. Asientos de caña
Elaborado por: Josselyn Osorio

Asientos de neumáticos usados

Este tipo de asientos serán colocados en el área de juegos infantiles y darán un toque ecológico por lo materiales reciclados empleados en su elaboración.



Figura 13. Asientos de neumáticos usados
Elaborado por: Josselyn Osorio

Área de juegos infantiles

El área de juegos infantiles es uno de las áreas a las cuales se le debe brindar especial cuidado dado que se encuentra relacionada con la seguridad de los infantes que acudan al parque ecológico. El material que se utilizara es madera y en ciertas partes de los juegos el metal.



Figura 14. Resbaladera
Elaborado por: Josselyn Osorio



Figura 15. Columpios
Elaborado por: Josselyn Osorio



Figura 16. Sistema de entretenimiento
Elaborado por: Josselyn Osorio

Área de aguacates, zapotes y achotillos

En esta área se distribuirá tres hileras de veinte plantas en cada uno y cada fila estará compuesta por aguacates, achotillos y zapotes.

Mirador

Estará ubicada en una pequeña elevación del terreno ubicado a un costado del terreno y tendrá 120 metros cuadrados y una altura de 10 metros y construido con madera de pino, desde ahí se podrá observar todo el perímetro del parque y respirar del olor floral.



Figura 17. Mirador
Elaborado por: Josselyn Osorio

Casa en el árbol

La casa del árbol estará ubicada en el centro del perímetro del parque ecológico y será punto de concentración para las actividades de picnic, la casa estará elaborada en un árbol de Fernán Sánchez con una edad aproximada de 10 años

de edad propicia para este fin y será construido en madera de pino, laurel y tendrá una dimensión de 30m².



Figura 18. Casa del árbol
Elaborado por: Josselyn Osorio

Espacio para pasifloras

En esta área se construirá un muro con mallas que sostendrán especies de pasifloras como maracuyás, granadilla y badeas además de ofrecer alimentos a las aves son las favoritas de insectos como abejas, avispa, mariposas y picaflor; esta área estará compuesta por 30 plantas de pasifloras que será reforestadas con semillas del mismo sitio puesto que estas variedades existen en la zona.

Riachuelo

En el riachuelo que generalmente presenta un gran caudal en la temporada invernal se podrá realizar paseos en las canoas y observar peces nativos, tortugas, cangrejos y algunas especies aves y plantas nativas a sus orillas constituye una actividad relajante para los turistas propios y extranjeros.

Área de árboles maderables, cítricos y cacao

Esta área por ser la más poblada por árboles constituirá un refugio de especies de aves como pájaros carpinteros, garrapateros, tórtolas, perdices y una gran variedad de insectos y mariposas puesto que los alrededores del parque están constituidos por terrenos dedicados a los cultivos de banano y orito; para este propio se reforestará el terreno con las plántulas de especies existentes en la zona.

Puente colgante

El puente será construido en un tramo del sendero y será construido con sogas sintéticas por ser más resistentes y madera de pino con estilo rustico desde donde se podrá observar peces y especies del riachuelo.



Figura 19. Puente colgante
Elaborado por: Josselyn Osorio

Carteles de señalización

Durante todo el recorrido serán colocados carteles que muestren la ruta a seguir, el material a utilizar será madera de guayacán por su durabilidad, la misma que será revestida antes de utilizar para asegurar que los efectos del agua y el sol sobre los letreros se den en un mayor tiempo.

		NO ACERCARSE
SALIDA	INGRESO	JUEGOS INFANTILES
BAR	PARQUEADERO	NO BOTAR BASURA
NO INGRESAR CON ALIMENTOS	NO INGRESAR CON BICICLETAS	NO FUMAR

Tabla 14. Carteles de señalización
Elaborado por: Josselyn Osorio

Especies de flora y fauna del área de recreación

El principal fin de un parque ecológico es la preservación de la biodiversidad de la flora y fauna del cantón Valencia, continuación se detalla cada uno de los animales y plantas que actualmente posee el terreno seleccionado para la implementación del parque.

Especies de aves

Debido a que el terreno posee una gran variedad de árboles frutales y que ofrecen sombra se puede apreciar las siguientes especies de aves que alegraran el parque con sus trinos y colores llamativos siendo una gran atracción para niños y adultos; puesto que la mayoría de los cultivos del cantón Valencia son de banano y orito han ocasionado la disminución de muchas especies porque este tipo de plantas con de ciclo corto y no puede completar el ciclo de anidación.

1		Pájaro garrapatero (<i>Crotophaga sulcirostris</i>)	Este tipo de aves se encuentran en los árboles frutales y cerca de animales que poseen estos insectos.
2		Pájaro carpintero (<i>Picidae</i>)	El hogar predilecto de este tipo de aves son los arboles maderables por lo cual se podrá observar en el área de árboles maderables.
3		Tórtola (<i>Streptopelia turtur</i>)	Esta ave es muy desconfiada de los seres humanos por lo cual no es fácil verlas pero son muy comunes observar las entre los arboles de cacao.

4		Periquitos (<i>Melopsittacusundulatus</i>)	En el área de cañas guaduas existe una bandada de periquitos que alegrara el parque con sus trinos y coloridos plumajes.
5		Colibri (Trochilidae)	Los colibríes se sientes atraídos por las flores con el incremento de especies de orquídeas y pasifloras se lograra atraer una mayor cantidad de estas aves al parque.
6		Perdiz (<i>Perdixperdix</i>)	Este tipo de aves se encuentran en áreas poco frecuentadas por los humanos por lo cual se lo puede observar r en áreas con abundante vegetación.

Figura 20. Especies de área de recreación

Elaborado por: Josselyn Osorio

Especies de reptiles

El parque ecológico albergara a los siguientes tipos de reptiles:

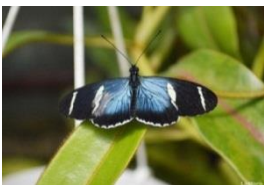
1		Lagartija enana (<i>Podarsis hispánica</i>)	Por el uso indiscriminado de los químicos en la zona este tipo de reptiles san ido desapareciendo sin embargo el parque ecológico constituirá un refugio para las lagartijas y se las podrá observa en
---	---	---	--

			toda el área de parque.
2		Tortuga (Chelonidisdonos obarrosi)	Este tipo de tortuga suele preferir los lugares cercanos a riachuelos por eso se lo puede observar cerca del riachuelo del parque ecológico como una especie nativa.
Crustáceos			
		Cangrejos (Astropotamobuis pallipes)	Este tipo de crustáceo conocido más comúnmente como cangrejo de río constituye otra de las especie a observar en el riachuelo del parque ecológico.

Figura 21. Reptiles y crustáceo del parque ecológico
Elaborado por: Josselyn Osorio

Insectos

En los últimos años la población de insectos como mariposas , abejas y avispas casi han desaparecido en el cantón Valencia, debido a la fumigaciones aéreas para el control de la sigatoka en las bananeras y el uso de plaguicidas, nematicidas y fertilizantes químicos; en los terrenos del parque aún se pueden apreciar ciertas especies de avispas, abejas y mariposas por la presencia de las flores de la granadilla, badeas, maracuyá y orquídeas que poseen un olor muy llamativo para estas especies, por lo cual al incrementar la cantidad de flores en el sendero se lograra incrementar la población de mariposas en el parque, constituyéndose en un refugio para estas especies.

1		Abeja melífera (Apis mellifera)	El lugar favorito de las abejas son las pasifloras y orquídeas por lo cual se podrá apreciar estos insectos especialmente en estas áreas.
2		Avispa colorada (Polistes cavapitta)	En la actualidad existe una población bien reducida de este tipo de avispas por lo cual el parque será un lugar propicio porque está libre de químicos y ofrece alimentos.
3		Mariposa silvestre (Danaus plexippus)	Una de las especies de mariposas que se podrá observar es la silvestre especialmente entre las diversas áreas del parque donde abundan las flores.
4		Mariposa buho (Caligo eurilochus)	Este tipo de mariposas prefieren las flores de cítricos y musáceas por los cuales se podrá observar en estas áreas.
5		Mariposa morpho azul (Morpho peleides)	Este tipo de mariposa es vistosa y muy colorida prefieren las pasifloras y orquídeas por lo cual el parque constituye un hogar para este insecto.

6		Mariposa tigre (<i>Danaus chrysippus</i>)	El tamaño de la mariposa tigre es superior a los 8cm. y sus colores alegres serán otro atractivo del parque ecológico.
---	---	---	--

Figura 22. Insectos del parque ecológico

Elaborado por: Josselyn Osorio

Madera

A lo largo y ancho del terreno se encuentran distribuidas especies de madera como: laurel, pachaco y Fernán Sánchez los cuales son hogar para especies de aves y proporcionan abono y sombra, muchos de ellos se encuentran aún pequeños, y se pueden observar semillas esparcidas los cuales servirán para reforestar algunas zonas.

1		Laurel (<i>Laurus nobilis</i>)	El terreno en el que se construirá el parque ecológico está constituido por árboles de laureles de diferentes edades y existe una gran cantidad de plántulas que serán reforestadas.
2		Pachaco (<i>Schizolobium paraguayense</i>)	Otra de las especies maderables es el pachaco el cual se encuentra distribuido a lo largo del perímetro del parque.
3		Fernán Sánchez (<i>Triplaris hirsuta</i>)	El Fernán Sánchez durante la floración se encuentra rodeado de flores rosas que lo hacen más llamativo. Este tipo de madera se encuentra en el área siendo además refugio para aves y animales.

Figura 45. Especies maderables del sendero turístico

Elaborado por:

Especies frutales

En el sendero se aprecia un sinnúmero de árboles frutales que florecen y dan sus frutos en diversas fechas del año constituyéndose en alimentos, un lugar de anidación de aves y sustento para sus propietarios.

1		Cacao (Teobroma cacao)	Una de las principales actividades agrícolas del cantón es el cultivo de cacao por lo cual es representativo de esta zona.
2		Achofrito (Nephelium lappaceum)	Esta fruta es considerada exótica para niños y adultos en los meses de invierno ofrecerá un gran colorido y alimento para aves y animales.
3		Naranja (Citrus sinensis)	El terreno posee varios árboles de esta fruta por lo cual se empleara esta semillas para repoblar y se adquirirá otras para reforestar el área del parque.
4		Limonero (citrus limonum riso)	Esta especie de limón es originaria del cantón por lo cual se encontrara distribuida por todo el perímetro del parque siendo refugio favorito de aves e insectos.

5		Zapotes (Manikarazapota)	Con el propósito de preservar esta especie frutal propia de la zona se destinara un área para su conservación.
6		Aguacates (Persea americana)	Esta fruta constituye alimento para las personas, animales y aves además de ofrecer un lugar para la especies de insectos, aves, reptiles.

Figura 46. Especies frutales del parque ecológico

Elaborado por: Josselyn Osorio

Especies de arbustos

Las badeas, maracuyá, granadillas y tomate enano crecen como arbustos y constituyen como alimentos para las aves, avispas y abejas por lo cual dentro de la reforestación estas especies son un eje fundamental y no requieren de realizar inversión extra porque se reproducen por semillas existentes.

1		Badea (Passiflora quadrangularis)	Este tipo de planta se encuentra de forma natural como arbusto en el perímetro del parque ecológico, constituye alimento para aves.
2		Maracuyá (Passiflora edulis)	Las flores poseen un aroma fuerte que atrae a los insectos y picaflores, se acondicionara un área

			para estas especies de plantas.
3		Granadilla (Passiflora ligularis)	Las granadillas constituyen alimento para las aves y fuente de alimento para las mariposas y picaflores por cuales constituyen una importante función en el parque.
4		Tomate cereza o tomatillo (Physalis philadelphica)	Este tipo de arbusto crece como maleza en el parque y ofrece alimentos para las aves y brinda un colorido especial, se destinara un área para preservar esta especie que tiende a desaparecer en el cantón.

Figura 23. Arbustos frutales del parque ecológico
Elaborado por: Josselyn Osorio

Arbustos de retención de agua

En los últimos años se ha observado la desaparición de algunos riachuelos y esteros del cantón Valencia, debido a la tala indiscriminada de las riberas de los mismos, especies como el bijao, toquillas y caña guadua constituyen aliados para disminuir en gran parte este problema por lo cual se empleara estas especies con el propósito de lograr contribuir a la retención de las aguas y poner el ejemplo para el resto de la ciudadanía pueda aplicar en sus terrenos; para este propósito se cuenta con la suficiente plantas para reforestar.

1		Bijao Calathea lutea	Este tipo de planta favorece a la retención de agua por lo cual se repoblará las plantas existentes alrededor del riachuelo del parque.
2		Toquilla Carludovic palmata	Otra de las plantas que favorece la retención del agua es la toquilla por lo cual también será reforestada alrededor del riachuelo.
3		Caña guadua verde (Guadua angustifolia)	En el parque se designará un espacio para la caña guadua con el propósito de contribuir a mantener una mayor retención de agua.
4		Caña guadua (Guadua angustifolia Variedad Bicolor)	La variedad de caña guadua bicolor ofrece colorido y retención de agua, además de ofrecer hogar para reptiles y aves.

Figura 24. Especies caña guadua

Elaborado por: Josselyn Osorio

Medicinales

En forma de arbustos se puede apreciar diversas plantas con propiedades medicinales a las cuales se ubicarán señalizaciones para que los turistas puedan apreciar sus nombres y beneficios.

1		Verbena (Verbena officinalis)	La verbena es conocida para contrarrestar enfermedad como el paludismo y es bastante empleada en el cantón.
---	---	---	---

2		Hierba luisa (Aloysiacitrodora)	La hierba luisa es una planta aromática medicinal consumida en muchos hogares como bebida o infusión medicinal.
3		Albahaca (Ocimum basilicum)	La albahaca se encuentra como arbusto a lo largo del perímetro del parque y se des ignara una área donde se pueda apreciar.

Figura 25. Plantas medicinales del parque ecológico

Elaborado por: Josselyn Osorio

Especies de musáceas

En la actualidad en el perímetro del terreno se evidencia varias especies de musáceas que serán reubicadas a lo largo del sendero con el propósito de brindar la oportunidad de visualizar a los turistas los tipos de banano que se cultivan en el cantón Valencia; además de incrementar la cantidad de alimentos para la fauna del parque y la zona.

1		Maqueño morado (Mussabalbisiana)	Esta especie de musácea se encontrara en un área destinada a este tipo de cultivo en el parque.
2		Maqueño amarillo (Mussabalbisiana)	En el cantón se ha ido enfocando más al cultivo de banano de la variedad Cavendish y musa acuminata y se ha dejado de lado este tipo especie por lo esta desapareciendo.

3		Plátano (Mussa paradisiaca)	Otra de las variedades en el rincón de musáceas es la musa paradisiaca.
---	---	---------------------------------------	---

Figura 26. Especies de musáceas del parque ecológico
Elaborado por: Josselyn Osorio

Especies de orquídeas

Entre los árboles frutales como naranjos, limoneros se pueden encontrar varias especies de orquídeas y otras terrestres que se aprecian en las bases de las plantas de cacao o aguacates brindan una fragancia y colorido en la época de floración; por lo cual serán plantadas a lo largo del área recreativa para lo cual se empleara especies existentes y se adquieran más plantas de las mismas variedades para complementar la decoración del parque, entre las especies existentes se encuentran las siguientes:

1		Orquídea flor de un día (Sobraliachrysostoma)	Este tipo de variedad es aérea y se encuentra de forma natural en los árboles de cítricos y cacaos en los árboles y también en un área específica.
2		Orquídea de tierra (Spathoglottisplikat)	Este tipo de especie es terrestre y se encontrara en el área para orquídeas.

3		Orquídea angelitos (<i>Oncidium bryzatum</i>)	Esta variedad es atractiva para las mariposas, abejas y avispas se entrara en los cítricos y en el área de orquídeas.
4		Orquídea mariposa (<i>Encyclia</i> spp.)	Esta variedad se encuentra en reducidas cantidades de forma natural por lo cual se adquirirá más plantas para repoblar en el área de orquídeas.

Figura 27. Especies de orquídeas del parque ecológico

Elaborado por: Josselyn Osorio

Platos típicos

En el área gastronómica los fines de semana se expenderán platos típicos de la zona que podrán ser degustados por propios y extraños entre los más apreciados se mencionan los siguientes:



Figura 28. Seco de gallina criolla

Elaborado por: Josselyn Osorio



Figura 29. Caldo de gallina criolla
Elaborado por: Josselyn Osorio



Figura 30. Maduro asado
Elaborado por: Josselyn Osorio



Figura 31. Hornado de chancho
Elaborado por: Josselyn Osorio



Figura 32. Empanadas y corviches de verde

Elaborado por: Josselyn Osorio



Figura 33. Emborrajados de maduro
Elaborado por: Josselyn Osorio

Ciclo paseo

Actualmente hablar de turismo sostenible engloba a múltiples acciones y cambios, pero principalmente tiene un solo objetivo que es concientizar a las personas el uso controlado de recursos naturales. Hoy en día las ciudades de países desarrollados son las que más se destacan referente a la sostenibilidad” para lograr una equidad entre la movilización y la accesibilidad de los usuarios, haciendo desplazamientos con mayor seguridad, que faciliten el traslado a diferentes lugares y favorezca en el tiempo y a su vez proteja al medio ambiente.

Ubicación de ciclo paseo Sector San Pablo

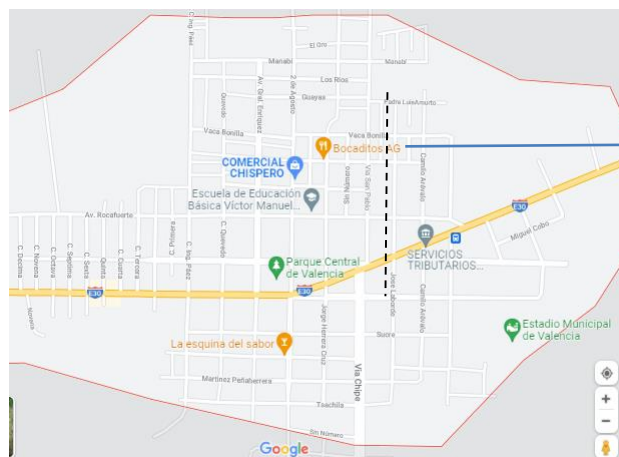


Figura 34. Elementos para definir
Elaborado por: Josselyn Osorio

Se plantea la propuesta de ciclo paseo de espaldón, es decir a un solo lado de la carretera de la siguiente manera:



Figura 35. Ciclo ruta

Fuente: <http://www.obraspublicas.gob.ec>.

El principal requisito que debe cumplir es impedir conflictos con el tránsito el cual debe reducirse las intersecciones, de esta forma ayudaría a un mejor control y así minimizaría el peligro para los ciclistas, otra manera de ayudar con la seguridad es separando los tipos de vehículos, es decir canalizando cada tipo en su red de conexión y además reduciendo las velocidades en puntos donde existe un mayor conflicto vehicular.

Requisitos mínimos para el ciclo paseo:

Tamaño estándar y en conjunto bicicleta - ciclista.

Una bicicleta convencional presenta las siguientes dimensiones:



Figura 36. Dimensiones de una bicicleta.

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2019.

Para el caso del conjunto bicicleta – ciclista, el ancho varía entre 0,75 – 1 m. y su altura va entre 1,70 – 1,90 m.

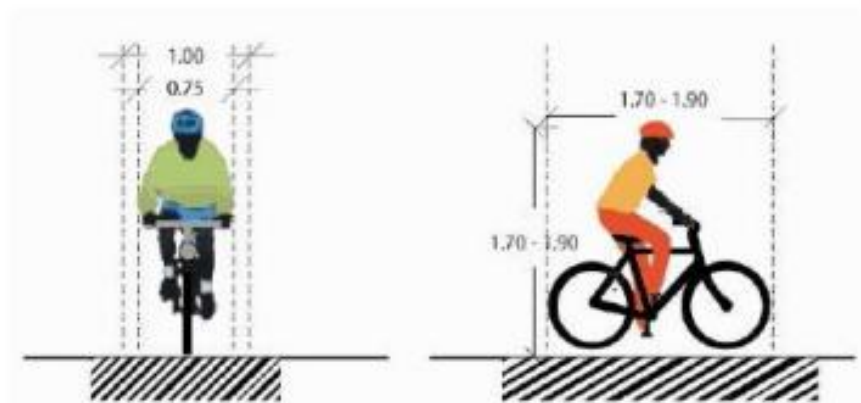


Figura 37. Dimensiones conjunto bicicleta - ciclista.
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2019.

Velocidad de diseño

La velocidad promedio de un ciclista, depende principalmente de muchos factores, como por ejemplo los peatones, vehículos, el entorno, intersecciones, acceso a predios, caminos angostos, radios de giros, visibilidad, etc. En el caso de presentarse una topografía plana la velocidad promedio oscila entre 15km/h y 20 Km/h, de existir pendientes ascendentes esta velocidad se reduce a 10Km/h y si son pendientes descendentes alcanza velocidades hasta 40Km/h.

Secciones transversales de la ruta propuesta.

A primera instancia se determinará a partir de una inspección visual y mediciones en campo de cada sección presente a lo largo del trayecto de la ruta ciclística propuesta en el sector San Pablo, del cantón Valencia, el cual se realizó el análisis tomando en cuenta la normativa vigente del Ecuador (INEN). Se identificaron 2 secciones más representativas:

- a. Desde Valencia hasta el sector San Pablo.
- b. Desde la entrada del sector El Zapote, hasta el sector San Pablo.

Señalización

La señalización puede ser vertical u horizontal, consiste en la distribución y colocación de marcas, señales para el tráfico y tránsito de todo tipo de vehículos motorizado y no motorizado. Las señales de tránsito se instalan únicamente con la aprobación de alguna autoridad pública que tenga la competencia y jurisdicción respectiva para ello. En el cantón Valencia cuenta con la Agencia Nacional de Tránsito que la autoridad competente para establecer el tipo de señalización que se puede colocar y como se lo debe hacer, para que los usuarios de vehículos, peatones compartan las vías y aceras respectivamente.

Se identifican las siguientes señalizaciones:

Carril compartido:

señala el uso compartido entre vehículos motorizados y no motorizados, con ésta el ciclista tiene prioridad de 24 circulación. La velocidad máxima de un carril compartido no deberá ser mayor a 30 km/h. La medida de esta señal oscila entre 600, 750 y 900 milímetros



Figura 38. Carril Compartido
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2019

Carril bici y carril de buses: Ésta ordena a ciclistas y conductores que circulen su propio carril y respeten el que le corresponde al otro. La medida de esta señal es de 600x600 y 900x900 milímetros.



Figura 39. Carril bici y carril de buses compartido.
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2019.

Pare y Ceda el Paso:

Estas señales se utilizan en intersecciones para que aquellos usuarios que circulen por avenidas secundarias respeten el tránsito de las calles principales. Obliga a parar al conductor al verla. Las dimensiones de éstas son: 750, 900 y 1200 milímetros.



Figura 40. Carril bici
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2019.

Mantenga derecha bicicletas y No rebasar:

La primera señalética indica que el ciclista debe transitar por la derecha de la calle, para facilitar el adelantamiento al vehículo motorizado. Ésta no aplica para carriles compartidos menores a 3 metros. La señal de no rebasar prohíbe la circulación de bicicletas en un área determinada.



Figura 41. Derecha de bicicletas y no rebasar.
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2019.

Señales preventivas.

Como su nombre lo dice, previene a los usuarios de las calles, sobre condiciones peligrosas o inesperadas en la circulación de la vía o a adyacentes a ésta. Son en forma de rombo con fondo amarillo, el texto y símbolo de color negro. Ayuda de manera significativa la seguridad vial. Éstas se clasifican en:

- Serie de obstáculos y situaciones especiales.
- Serie de placas complementarias.

Vía Resbalosa: esta señal advierte al ciclista de condiciones o senderos compartidos que se encuentre en estado peligroso para el ciclista. Las dimensiones de esta señal oscilan entre 600, 750 y 900 milímetros.



Figura 42. Vía resbalosa
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2019.

Descenso pronunciado: Se utiliza para advertir al ciclista de una pendiente pronunciada.



Figura 43. Descenso Pronunciado.
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2013.

Ciclistas en la vía: advierte al conductor de vehículos motorizados de la presencia de un número considerable de ciclistas. Este tipo de señales advierte la aproximación a un ciclista y de vía compartida. Las medidas de esta señalética son: 600x600, 750x50 y 900x900.



Figura 44. Ciclistas, Cruce de Bicicletas y Vía Compartida.
Fuente: Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2013

Material publicitario del plan de marketing

Diseño de página web

<https://reacvalencia.wordpress.com/>

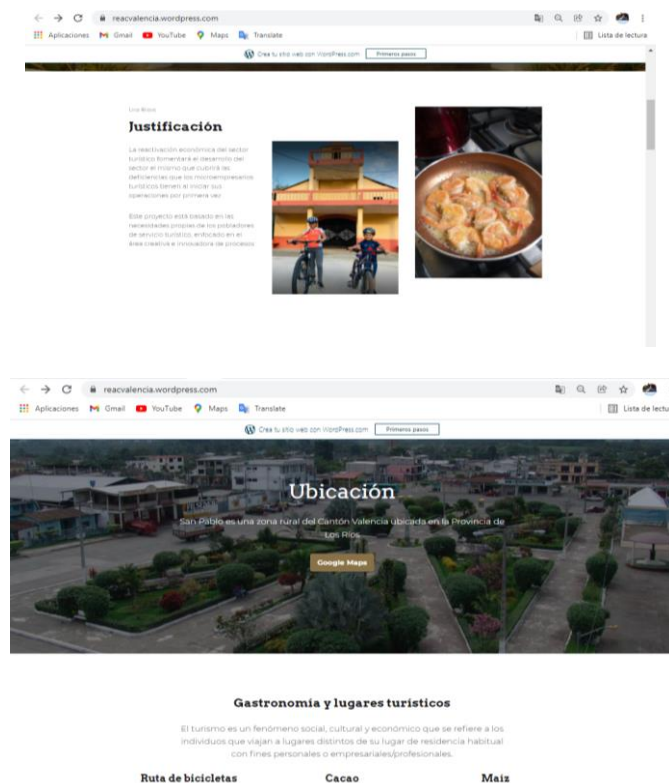


Figura 45. Portal de la Pagina Web
Elaborado por: Josselyn Osorio

La idea de plasmar una página web de manejo accesible permitirá establecer la difusión de programas, atractivos turísticos, propuestas gastronómicas, entre otros aspectos consolidando de forma dinámico el desarrollo activo de cada uno de los emprendedores del sector.

Diseño de material publicitario físico y digital.



Figura 46. material publicitario físico y digital
Elaborado por: Josselyn Osorio

La idea de plasmar un material que busque atraer a los turísticas es una estrategia que enfoca captar la atención de los visitantes, a nivel local y regional con el propósito de consolidar el crecimiento de turistas.

Postales informativas de ciclo paseo para banners y redes sociales



Figura 47. Postales informativas de ciclo pase

Elaborado por: Josselyn Osorio
Postales informativas del domingo gastronómico para banners y redes sociales. “San Pablo, te deleita”



Figura 48. Postales informativas del domingo gastronómico
Elaborado por: Josselyn Osorio

Las estrategias de marketing están enfocadas en aprovechar cada uno de los recursos naturales, gastronómicos y culturales que el sector presenta con el fin de consolidar al lugar como un referente de desarrollo turístico que busque captar semana a semana con diferentes actividades orientadas a un estrato familiar, como los festivales de comida típica.



Figura 49. Postales informativas del domingo gastronómico #2

Elaborado por: Josselyn Osorio

Material publicitario para el desarrollo de juegos populares, orientados a la publicación medios digitales y publicación impresa como banners.



Figura 50. Material publicitario juegos populares

Elaborado por: Josselyn Osorio

Dentro de las estrategias a difundir esta el desarrollo de los juegos tradicionales con concursos los fines de semana, esto va a fortalecer el nivel de actividades que desarrollan cada uno de los participantes, logrando difundir con mayor amplitud las bondades turísticas del sector.



Figura 51. Material publicitario juegos populares

Elaborado por: Josselyn Osorio

Tripticos de bienvenida

Anverso

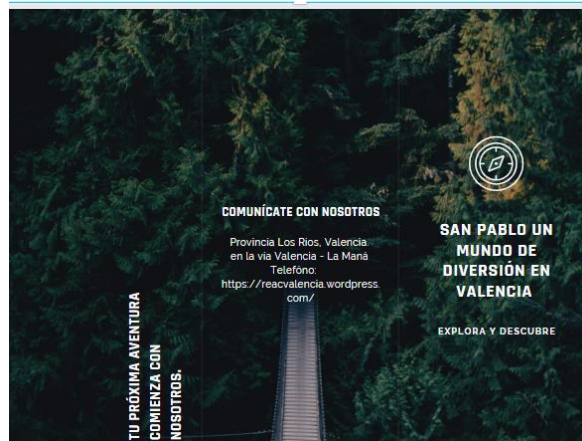


Figura 52. Trípticos "Anverso"
Elaborado por: Josselyn Osorio

Reverso



Figura 53. Tríptico "Reverso"
Elaborado por: Josselyn Osorio

Paquetes promocionales



PAQUETE INCLUYE:

Paquete Completo

A TAN SOLO \$24.99

- ✓ Renta de bicicleta
- ✓ Accesorios de seguridad
- ✓ Almuerzo de la zona
- ✓ Bebidas
- ✓ Snacks
- ✓ Guía en todo el trayectos



CONTACT US

 0999999999

 <https://reacvalencia.wordpress.com/>





EXPLORA
San Pablo



ORGANIZA TUS FINES DE SEMANA
CON TODA TU FAMILIA O AMIGOS



PAQUETE INCLUYE:

Paquete Básico

A TAN SOLO \$14.99

- ✓ Renta de bicicleta
- ✓ Accesorios de seguridad
- ✓ Almuerzo de la zona



CONTACT US

 0999999999

 <https://reacvalencia.wordpress.com/>





EXPLORA
San Pablo



ORGANIZA TUS FINES DE SEMANA
CON TODA TU FAMILIA O AMIGOS

Figura 54. Paquetes promocionales
Elaborado por: Josselyn Osorio

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Abad, J. M. (2019). *Enciclopedia de Investigación y desarrollo* . Barcelona-España: Editorial Oceano.
- Borja, J. (2016). *La producción de banano bajo el sistema de comercio justo*. Ecuador: Central University of Ecuador. doi:1390-8928
- Brigham, E. (2015). *Administracion financiera*. Mexico: DM. Impresores S.A.
- Cordoba, M. (2012). *Gestion financiera* . Colombia : Eco ediciones.
- Gitman, L. (2021). *Análisis de la realidad financiera despues del covid*. Mexico: Publicaciones económicas .
- González, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Mexico: Grupo Editorial Patria. doi:6077444855, 9786077444855
- Guerrero, M. (2016). *Administracion. Gestion organizacional, enfoque y proceso administrativo*. Mexico: Pearson Educación.
- Guzman, A. (14 de Septiembre de 2013). *El proceso Administrativo*. Recuperado el 5 de Marzo de 2015, de Universidad Nacional de Colombia: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo1/Pages/1.2/121Conceptos_autores.htm
- Halsey, R. F. (12 de Agosto de 2005). *Analisis de los estados financieros* . Recuperado el 6 de Marzo de 2015, de <http://www.economia48.com/spa/d/liquidez/liquidez.htm>
- Hecht, M. (1984). *Administracion básica. Principios y aplicaciones* . Mexico : Limusa S.A.
- Horne, V. (2018). *Fundamentos de la Administracion Financiera*. Mexico: Pearson Editorial.
- Luna, Y. B. (2012). *Auditoria integral normas y procedimiento*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Motejo, A. M. (10 de Agorto de 2013). *El proceso Administrativo*. Recuperado el 8 de Marzo de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/el-proceso-administrativo-desde-varios-autores.htm>
- Munch, L. (2010). *Administracion*. Mexico: Perason educations.

- Muñiz, L. (2 de Julio de 2012). *FUNDAMENTACION TEORICA DEL MODELO DE GESTION ADMINISTRATIVO FINANCIERO*. Recuperado el 3 de Marzo de 2015, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/2/Capitulo%201.pdf>
- Prieto, J. (2012). *Gestion estrategica Organizacional*. Bogota: Eco Ediciones.
- Quintero, J. C. (2009). *Planificación Financiera en contribuciones a la Economía*. Cuba: Emprestur S.A.
- Sanchez, F. P. (5 de Abril de 2010). *Gestion Administrativa Financiera*. Recuperado el 3 de Marzo de 2015, de http://ienormaljuanla.edu.co/documentos/GESTION_ADMINISTRATIVA_Y_FINANCIERA.pdf
- Scott, B. (2018). *Fundamentos de administracion financiera*. Mexico: Cengage Learning Editores.
- Stanley, B. (2008). *Fundamentos de administracion financiera*. Mexico: Mc. Graw-Hill.
- Strickland, G. (2012). *Administracion estrategica* . Mexico : Mc. Graw-Hill.
- Valencia, F. (13 de Noviembre de 2013). *Calculo del tamaño de la muestra* . Obtenido de <http://estadisticasca.blogspot.com/2013/11/calculo-del-tamano-de-la-muestra.html>
- Vasquez, G. (3 de Julio de 2019). *Gerencia Turística* . Recuperado el 12 de Marzo de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/no8/Gerenciafin.htm>
- Wachowicz, J. (2010). *Fundamento de administracion financiera*. Mexico: Pearson Educación.
- Zamora, J. (2018). *Desarrollo de las Pymes en el Ecuador*. Ecuador. Editorial Vásquez.

Anexos

Anexo N°1. Certificado del Urkund

Quevedo, 11 de mayo del 2022.

Señor

Ingeniero.

Roque Vivas Moreira

Decano de Posgrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo

En su despacho.

De mis consideraciones.

Por medio del presente certifico que la Ing. ING. JOSSELYN DALILA OSORIO TOSCANO, posgradista de la Maestría en Administración de Empresas, una vez revisado su trabajo de investigación titulado “GESTION ADMINISTRATIVA PARA LA REATIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO SAN PABLO DEL CANTÓN VALENCIA.”, tengo a bien

informar que se realizó la revisión respectiva por medio de la herramienta URKUND mismo que arroja un porcentaje del 8 % de similitud, lo que se detalla a continuación



Document Information

Analyzed document	TESIS PARA REVISION EN URKUND.docx (D135979902)
Submitted	2022-05-09T22:02:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	josoriot@uteq.edu.ec
Similarity	8%
Analysis address	hescobar.uteq@analysis.orkund.com

Lo que informo para fines pertinentes.

Atentamente.



Firmado electrónicamente por

**HAROLD ELBERT
ESCOBAR TERAN**

Ing. Harold Escobar
Terán Director

Anexo N°2. Operacionalización de las variables

Tabla 15. Operacionalización de las Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<u>Independiente</u> Gestión administrativa	La gestión administrativa es el área de la empresa que se encarga de emplear los recursos de la empresa de la forma más eficaz y eficiente posible para alcanzar los objetivos que se ha planteado la dirección de la empresa.	1. Diagnostico 2. Planeación	Situación actual de la gestión administrativa. Indicadores de la gestión administrativa en el área turística
<u>Dependiente</u> Reactivación económica del sector turístico	Se denomina reactivación económica al proceso mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población.	1. Sector turístico 2. Económico.	Reactivación económica Mejorar la economía de los emprendedores turísticos.

Elaborado por: Josselyn Osorio

Anexo N°3. Formato de encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

UNIDAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MBA

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN VALENCIA

TEMA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO SAN PABLO DEL CANTÓN VALENCIA.

Compromiso: Nos comprometemos a guardar absoluta reserva y confidencialidad sobre la información que usted nos proporcione. Desde ya expresamos nuestros sinceros agradecimientos por la gentil colaboración.

1. ¿Considera Usted que el sector San Pablo de Valencia es altamente turístico?

Si

No

A veces

2. ¿Con que frecuencia usted visita los lugares turísticos del cantón Valencia?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

3. ***¿Los atractivos turísticos del sector San Pablo de Valencia que usted frecuenta, cuentan actualmente con promociones que le llamen la atención para visitarla?***

Si

No

4. ***¿Qué esperaba de un nuevo lugar turístico en el cantón Valencia?***

Precio

Atención oportuna

Promociones

Servicio

5. ***¿En orden de prioridad qué aspectos considera de mayor importancia para impulsar el desarrollo turístico de la ciudad después de lo acontecido por la pandemia?***

Limpieza

Seguridad

Innovación y publicidad

6. ***¿Ha recibido alguna promoción cuando ha estado en algún lugar turístico del cantón Valencia?***

Si

No

7. ***¿Qué factores considera usted antes de visitar un lugar turístico?***

Higiene

Actividades

Precio

Referencias

8. ¿Cree usted que el cantón Valencia debe aperturar nuevas ofertas turísticas en el sector San Pablo?

Si

No

9. ¿Considera que el sector San Pablo del cantón Valencia cuenta con ofertas turísticas atractivas que puedan brindar a los visitantes?

Si

No

10. ¿Al existir un mayor número de atractivos en el sector San Pablo, Ud. visitaría con mayor frecuencia el sector?

Si

No

A veces

11. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación prefiere, para mantenerse informado de nuevos lugares turísticos a visitar?

Radio

Online

Tríptico

Hojas Volantes

Redes Sociales

Anexo N°4. Formato de entrevista

Entrevista aplicada a emprendedores del sector San Pablo, cantón Valencia, provincia Los Ríos.

Tema:

¿Manejan algún tipo de estrategias de marketing para promocionar el sector San Pablo?

¿Cree usted que la pandemia afectó al desarrollo de las actividades económicas derivadas del turismo en el sector San Pablo del Cantón Valencia?

¿Cómo emprendedor, considera usted que las autoridades del GAD Valencia han generado estrategias que contribuyan al proceso de reactivación del sector?

¿Considera usted que es necesario reactivar el sector turístico – comercial a través de estrategias para potenciar el desarrollo de la localidad?