

# CIENCIA Desde la EXPERIENCIA

Contribuir al desarrollo del turismo sostenible y del marketing experiencial, a través de una ruta turística histórico-arqueológico, a partir del mantenimiento de la calidad de las playas para el control observacional de la gestión en el proceso cultural turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales



Lilia Villacís Zambrano  
Eduardo Caicedo Coello  
Frank Lemoine Quintero  
César Carbache Mora

  
Ediciones  
**Uleam**

Proyectos de la Universidad Eloy Alfaro de Manabí

Extensión Bahía de Caráquez

## **Ciencia desde la experiencia**

**Contribuir al desarrollo del turismo sostenible y del marketing experiencial, a través de una ruta turística histórico-arqueológico, a partir del mantenimiento de la calidad de las playas para el control observacional de la gestión en el proceso cultural turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales**

Lilia Villacís Zambrano

Eduardo Caicedo Coello

Frank Lemoine Quintero

César Carbache Mora





Texto arbitrado bajo la modalidad doble par ciego

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí**

Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta)

[www.uleam.edu.ec](http://www.uleam.edu.ec)

**Dr. Marcos Zambrano Zambrano, PhD.**

Rector

**Dr. Pedro Quijje Anchundia, PhD.**

Vicerrector Académico

**Dra. Jackeline Terranova Ruiz, PhD.**

Vicerrectora de Investigación, Vinculación y Postgrado

**Lcdo. Klever Delgado Reyes, Mg.**

Dirección de Investigación, Publicaciones y Servicios Bibliográficos

**CIENCIA DESDE LA EXPERIENCIA**

**Contribuir al desarrollo del turismo sostenible y del marketing experiencial, a través de una ruta turística histórico-arqueológico, a partir del mantenimiento de la calidad de las playas para el control observacional de la gestión en el proceso cultural turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales**

Lilia Villacís Zambrano

Eduardo Caicedo Coello

Frank Lemoine Quintero

César Carbache Mora

**Edición: Primera. Agosto de 2024. Publicación digital**

**ISBN: 978-9942-7234-8-2**

Trabajo de edición y revisión de texto: Mg. Alexis Cuzme Espinales

Diagramación, edición de estilo y diseño de portada: Mg. José Márquez Rodríguez

Una producción de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, registrada en la Cámara Ecuatoriana

del Libro.

Sitio Web: [www.uleam.edu.ec](http://www.uleam.edu.ec)

Correo institucional: [diist@uleam.edu.ec](mailto:diist@uleam.edu.ec)

Teléfonos: 2 623 026 Ext. 255

## **Comisión de Investigación**

Lcda. Lilia Villacís Zambrano, PhD.  
Presidenta Comisión de Investigación

Lcdo. Eduardo Caicedo Coello, Dr.C.  
Decano de la Extensión Bahía de Caráquez

Ing. Frank Lemoine Quintero, Mg.  
Miembro Comisión de Investigación

Lcdo. César Carbache Mora, Mg.  
Miembro Comisión de Investigación

La investigación permite encontrar respuestas lógicas a preguntas diversas, coherentes; desarrollar habilidades, destrezas para renovarlas, aprenderlas y aplicarlas; poner en práctica el pensamiento crítico, reflexivo, productivo y estar informado desde la realidad, cambiante, propositiva a partir de la sociedad del conocimiento. (Liviza)

# Índice

<b>Introducción</b> .....	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>11</b>
Programa de investigación .....	11
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>26</b>
OBSERVATORIO TURÍSTICO PARA EL CONTROL DE LA GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES.....	26
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>78</b>
APLICACIÓN DEL MARKETING EXPERIENCIAL EN LA CREACIÓN, PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO POST TERREMOTO DE LA NUEVA IMAGEN DE LOS DESTINOS SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES .....	78
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>115</b>
DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA HISTÓRICO ARQUEOLÓGICO PARA EL DESTINO COSTA NORTE.....	115
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>160</b>
DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE LAS PLAYAS QUE CONSTITUYEN ATRATIVOS TURÍSTICOS EN LOS CANTONES SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES.....	160
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	<b>194</b>
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL DESTINO TURÍSTICO SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES.....	194

## Integrantes de los proyectos de investigación

<b>PROGRAMA</b>			
<b>Contribuir al desarrollo del turismo sostenible y del Marketing Experiencial en el destino turístico Sucre-San Vicente-Jama-Pedernales</b>			
<b>PROYECTO</b>	<b>LÍDER</b>	<b>CO-LÍDER</b>	<b>INTEGRANTES</b>
1.-Contribución al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Navas Moscoso Mariela Fernanda, Mg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pazmiño Chica Vicente Eduardo, Ing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Román Vélez Víctor Manuel, Mg.</li> <li>• Romero Zambrano Miguel Alberto, Mg.</li> <li>• Chica Cepeda Ricardo, Mg.</li> <li>• Patiño López María Carmen, Lcda.</li> <li>• Ferrín Delgado Estrella Gloria, Mg.</li> <li>• Macías Sera Raisa, Mg.</li> </ul>
2.-Aplicación del Marketing Experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento postterremoto de la nueva imagen de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carbache Mora César Arturo, Mg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herrera Bartolomé Carolina Jenny, Mg.</li> <li>• Villacís Zambrano Lilia Moncerrate,</li> <li>• PhD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iriarte Vera Edison Rafael, Mg.</li> <li>• Carvajal Zambrano Gema Viviana, Mg.</li> <li>• Almeida Lino Ericka Vanessa, Mg.</li> <li>• Lemoine Quintero Frank Ángel, Mg.</li> </ul>
3.-Observatorio turístico para el control de la gestión del	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carvajal Zambrano Gema Viviana, Mg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almeida Lino Ericka Vanessa, Mg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caicedo Coello Eduardo Antonio, Dr.C.</li> <li>• Subía Veloz Roberto</li> </ul>

<p>destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.</p>			<p>Carlos, Ing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lemoine Quintero Frank Lemoine, Mg.</li> <li>• Zambrano Molina Luis Daniel, Mg.</li> </ul>
<p>4.-Diseño de una ruta turística histórico arqueológico para el destino Costa Norte</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meneses Pantoja William René, Mg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cedeño Falconí Oscar Fabián, Mg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Villacís Zambrano Lilia Moncerrate, PhD</li> <li>• De La Rosa Villao Arturo Santiago, Mg.</li> <li>• Chica Medranda Carlos Enrique, Mg.</li> <li>• Jácome Villacrés Leyla Vanezza, Mg.</li> <li>• Espinoza Arauz Mayra Jazmina, Mg.</li> <li>• Centeno Martínez José Leonardo, Mg.</li> <li>• Vásconez Alvarado Luis Fernando, Mg.</li> <li>• Centeno Martínez José Leonardo, Mg.</li> <li>• Lemoine Quintero Frank Ángel, Mg.</li> </ul>
<p>5.-Diagnóstico de la calidad de las playas que constituyen atractivos turísticos en los cantones Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Álvarez Ojeda Vladimir, Mg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sisalema Naranjo Allan Rodrigo, Mg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caicedo Coello Jimmy Alberto, Lcdo.</li> <li>• Nevárez Barberán Víctor Hugo, Mg.</li> </ul>

# Introducción

*Todo lo que somos es el resultado de lo que hemos pensado,  
está fundado en nuestros pensamientos y está hecho de nuestros pensamientos.*

**Buda**

Hacer ciencia desde la experiencia es uno de los indicadores más significativos para dar respuestas a las necesidades de la comunidad, de esta manera como universidad integramos los procesos sustantivos, brindando una formación holística en la académica. Jhon Creswell decía formar una conciencia investigativa, te lleva a mejorar la práctica desde el aprendizaje significativo, a mejorar la práctica desde el conocimiento que ayuda al proceso de aprendizaje, corrige las deficiencias del conocimiento, abordando áreas que poco se sabe, descubriendo todo el potencial desde los estilos de aprendizaje, de esta manera se va replicando el conocimiento para confrontar los hallazgos realizado a través de los métodos usados en los diversos tipos de aprendizaje, la misma que permite revisarla teoría y la práctica reflejando las diversas necesidades de los estudiantes desde el trabajo comunitario.

En el siguiente libro se encuentran 5 proyectos de gran importancia en los procesos sustantivo de la Extensión, los mismo que son parte de la academia vinculados con comunidad desde la perspectiva de las 5 carreras que hoy se dan en universidad a partir del aplicación del marketing experiencial, desde la promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos, compilando información desde la perspectiva del observatorio turístico para el control de la gestión del destino turístico y contribuyendo al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico, diseñando una ruta turística histórico arqueológico para el destino Costa Norte, en el proceso diagnóstico de la calidad de las playas que constituyen atractivos turísticos en los cantones Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

Hoy la investigación científica en nuestra extensión se está dando como un modo de actuar y hacer ciencia, conlleva a solucionar problemas urgentes y relevantes de la sociedad. Cuando se plantean los proyectos, se está pensando en 3 ejes fundamentales investigativos, el primero es dar respuesta a los problemas que la



sociedad impone y estos son los trabajos de titulación, que, aunque son propuestas que presentan alternativas que han sido evaluadas y llevadas al proceso investigativo que dan un producto como respuesta a una necesidad y a responder a una problemática existente. Que comienza con una investigación básica que se torna aplicada en el momento que da respuesta al problema, conlleva a una investigación aplicada, es decir las dos están cohesionadas, porque la investigación toma sentido.

El segundo eje importante que se está viviendo en el proceso investigativo en los estudiantes. La investigación efectiva, no efectivísima que conlleva al desarrollo humano y social, a través de la investigación se potencia las capacidades investigativas las mismas que preparan para el futuro una educación superior en la era de la globalización.

Y el tercer elemento es mejorar la calidad de la educación elemento que se evidencia en los nuevos profesionales que la Extensión da a la comunidad, profesionalista crítico, competitivo y con calidad humana, que están respondiendo a los nuevos desafíos que la sociedad impone.

Estos 3 ejes conllevan a un gran reto para responder desde lo formativo a lo científico generando una cultura del pensamiento y del método, asumiendo una realidad como un todo complejo y transformable en función del mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Este sistema de investigación científica contemplan la existencia del grupo de investigación, proyectos entre otras instancias que dinamizan el sistema investigativo y regularizan la producción que se hacen visibles en los estudiantes y a la comunidad que se benefician, de esta manera la investigación es parte del desarrollo social económico de la universidad, los resultados, son la razón de ser de los procesos sustantivos de la universidad que se deben a la dinámica de crecimiento en todas las esferas sociales, por lo tanto, los docentes estamos ligados estrechamente a la investigación científica como motivadores e investigadores porque es el soporte esencial de nuestra labor formativa.

El libro que a continuación se describe está enmarcado en un programa general donde se encuentran 5 proyectos que dan respuesta a las necesidades de la comunidad como son:

1. Observatorio turístico para el control de la gestión del destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

2. La Aplicación del Marketing Experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.
3. Diseño de una ruta turística histórica arqueológico para el destino Costa Norte.
4. Contribución al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.
5. Diagnóstico de la calidad de las playas que constituyen atractivos turísticos en los cantones Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

# CAPÍTULO I

## Programa de investigación

### 1. Facultad, extensión, campus:

Extensión Bahía de Caráquez

### 2. Carreras:

Licenciatura en Mercadotecnia

Ingeniería en Marketing

Licenciatura en Marketing

Hospitalidad y Hotelería

Ingeniería en Turismo

### 3. Denominación del programa de investigación

Desarrollo del turismo sostenible y del marketing experiencial para el posicionamiento post terremoto de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

### 4. Objetivos del programa:

Contribuir al desarrollo del turismo sostenible y del marketing experiencial en el destino turístico de Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

### 5. Integración a las líneas institucionales de investigación:

- El programa se desarrollan 4 dominios, los mismos que integran 4 líneas, para el primer dominio de **la cultura y el buen vivir** la línea 9. Valoración y Mantenimiento de la integridad de los Bienes Culturales de la Zona 4. Interculturalidad y Patrimonio Cultural.
- En lo concerniente al dominio 2. **Economía, Emprendimiento, Comercio, Administración, Industria y Construcción**, este integra 2 líneas que es la línea 2. Economía y Desarrollo Sustentable. El dominio 3 **Biología, ecología y conservación de los recursos hidrobiológicos** con la línea 3. Ecología,

Medio Ambiente, y Sociedad y el dominio 4 **Automatización tecnología e información cultura del buen vivir** con la línea 6 comunicación informática y tecnología de la información y la comunicación.

## **6. Impactos esperados:**

Resultados esperados de este programa desde el ámbito académico, científico ambiental económico social cultural, es multidisciplinario porque permitirá desarrollar proyectos desde la producción científica de docentes y estudiantes, desarrollando diferentes actividades que mejorará la producción de los estudiantes, profesionales y comunidad dentro del ámbito educativo. Como la

- Creación del observatorio turístico para el control de gestión en el destino Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.
- Un sistema de indicadores de gestión para el destino Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales. Con su respectivo Sistema Informativo.
- Una Ruta turística Histórica-Arqueológica para el destino Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.
- Un circuito Histórico Cultural para la ciudad de Bahía de Caráquez, Todos estos tributan al Macroproyecto de turismo aprobado en el 2016 y en fase de aplicación y propiciarán la reactivación del turismo y económica de los cantones objeto de estudio.
- Producción científica
  - 4 libros
  - 2 artículos en revistas de alto impacto
  - 12 artículos en revistas regionales
- Además, se evidenciaron memorias científicas que ayudan a desarrollar algunas actividades de macroproyecto, como son:

-del destino turístico de Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

## **7. Proyectos adscritos al programa:**

### **1.- Observatorio turístico para el control de la gestión del destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.**

Docentes y maestros que acompañan los micro-proyectos:

Docentes

Ing. Viviana Carvajal Zambrano

Ing. Ericka Almeida Lino

Lcdo. Eduardo Antonio Caicedo Coello

Dr. Valls Figueroa Wilfredo

## **2. Diseño de una ruta Turística Histórico Arqueológico para el destino Costa Norte.**

Líder del Proyecto: Mg. Carlos Chica Medranda, Dr. Wilfredo Valls Figueroa

8 estudiantes, 2 docentes.

<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>No. de cédula</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<b>No. celular</b>
ZAMBRANO DEMERA JEFFERSON JAVIER	1313728022	<a href="mailto:master605jeff@gmail.com">master605jeff@gmail.com</a>	0939207741
ZAMBRANO RODRÍGUEZ LISETH	1309309225	<a href="mailto:gata.211494@hotmail.com">gata.211494@hotmail.com</a>	0988170648
ZAMBRANO VERA ANDREA	1313179986	<a href="mailto:samiyauh@outlook.com">samiyauh@outlook.com</a>	0987279191
DÍAZ FAICÁN JAIRO ALEXANDER	1313965863	<a href="mailto:j.xanderdiaz96@gmail.com">j.xanderdiaz96@gmail.com</a>	0939082909
DELGADO CAICEDO YOSELIN LICETH	1316745957	<a href="mailto:decayoli95@gmail.com">decayoli95@gmail.com</a>	0981892159
ESPINOZA GARCÍA EMILIO GERMÁN	1311385510	<a href="mailto:emilioespinozagarcia@gmail.com">emilioespinozagarcia@gmail.com</a>	0979793297
ZAMBRANO CHICA JAVIER EDUARDO	1314709351	<a href="mailto:jzambrano161995@gmail.com">jzambrano161995@gmail.com</a>	0987049690
ZAMBRANO PITA KAREN LICETH	1315348639	<a href="mailto:karen_zampita_02@hotmail.com">karen_zampita_02@hotmail.com</a>	0968038834

### 3. Diagnóstico de la Calidad de las playas del destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

Líder del Proyecto: Lcdo. César Carbache Mora y Dr. Wilfredo Valls Figueroa

14 estudiantes, 2 docentes

APELLIDOS Y NOMBRES:	No. de cédula	CORREO ELECTRÓNICO	No. celular
HERNÁNDEZ CENTENO ROBERTO ALEXANDER	1314148766	<a href="mailto:rohercen50@gmail.com">rohercen50@gmail.com</a>	
MERO ZAMBRANO JENIFFER ELIZABETH	1314412865	<a href="mailto:elizabethmero22@gmail.com">elizabethmero22@gmail.com</a>	0999675731
PÉREZ MERA KEVIN JOEL	1313975599	<a href="mailto:kevin2617bb@gmail.com">kevin2617bb@gmail.com</a>	0978923510
VERA JAMA JAVIER CELESTINO	1315134443	<a href="mailto:celestino@19gmail.com">celestino@19gmail.com</a>	098628988
ANDRADE LOOR NARCISA	1315056836	<a href="mailto:narxyandlot@gmail.com">narxyandlot@gmail.com</a>	0986821410
ARIAS INTRIAGO BRYAN HOMERO	1314142603	<a href="mailto:bryan.arias2626@gmail.com">bryan.arias2626@gmail.com</a>	0990321068
CHÁVEZ LÓPEZ ANABEL CAROLINA	1315608925	<a href="mailto:chavezanabel213@gmail.com">chavezanabel213@gmail.com</a>	0997430512
CHÁVEZ MERA JOYCE KATHERINE	1314954239	<a href="mailto:joycechavez1998@gmail.com">joycechavez1998@gmail.com</a>	0983211689
CHICA MEDRANDA SILVIA MERCEDES	1314709302	<a href="mailto:schicamedranda@gmail.com">schicamedranda@gmail.com</a>	0959918377
MARÍN MOREIRA MICHELL ESTEFANÍA	1314776228	<a href="mailto:michu.michu.95@gmail.com">michu.michu.95@gmail.com</a>	0959945712
MENDOZA SAENZ LESTER HERNÁN	1314881259	<a href="mailto:lestermendoza21@gmail.com">lestermendoza21@gmail.com</a>	0967850018

MOREIRA GUANOLUISA GLADYS VALERIA	1316005147	valery.moreira,g@gmail. com	0969148595
SALTOS SALTOS JENNIFER ESTHER	0705660058	<a href="mailto:jennifita95@gmail.com">jennifita95@gmail.com</a>	0990018470
ZAMBRANO ANDRADE STEFANY NICOLL	1313402180	<a href="mailto:nicoza96@gmail.com">nicoza96@gmail.com</a>	0988601294

#### 4.-Circuito Histórico Cultural en Bahía de Caráquez. Bahía en el tiempo.

Líder del proyecto: Mg. Jairo Intriago Torres, Raisa Sera, Vicente Pazmiño, Miguel Romero Zambrano, Jacob Santos.

14 estudiantes, 5 docentes

APELLIDOS Y NOMBRES:	No. de cédula	CORREO ELECTRÓNICO	No. celular
ÁLVAREZ GARCÍA ROBERTO	1312542242	<a href="mailto:chiquichiqui@hotmail.com">chiquichiqui@hotmail.com</a>	0993860627
CEDEÑO MEJÍA BEATRIZ MONSERRATE	1315587749	<a href="mailto:beatriz.corazoncito@hotmail.com">beatriz.corazoncito@hotmail.com</a>	0990905498
CEVALLOS ZAMBRANO KARLA ALEXANDRA	1315182210	<a href="mailto:karlitacevallos22@gmail.com">karlitacevallos22@gmail.com</a>	0999871011
CHÁVEZ DOMÍNGUEZ ROSA DELMIRA	1316124005	<a href="mailto:dominguezrosad@hotmail.com">dominguezrosad@hotmail.com</a>	0959791208
DELGADO CHICA ERICK FABIÁN	1314754084	<a href="mailto:efabian_1994@hotmail.com">efabian_1994@hotmail.com</a>	0959095939
DELGADO LUCAS JOSSELYN STEFANÍA	1350129860	<a href="mailto:josselynsirina@hotmail.com">josselynsirina@hotmail.com</a>	0993994241
FALCONES ANDRADE JESSICA	1313252700	<a href="mailto:yesi_isme@hotmail.com">yesi_isme@hotmail.com</a>	0967843204

FALLAÍN VILLACÍS KAREN VIVIANA	1313452243	<a href="mailto:karenvillacis33333@hotmail.com">karenvillacis33333@hotmail.com</a>	0998486029
FARFÁN RODRÍGUEZ CARMEN VICTORIA	1314756097	<a href="mailto:punkprincesvikita1995@hotmail.com">punkprincesvikita1995@hotmail.com</a>	0979293194
GARCÍA CARRILLO JONATHAN DAVID	1313116335	<a href="mailto:jonathan1995garci@hotmail.com">jonathan1995garci@hotmail.com</a>	0968670698
MENDOZA CUEVA SARA RUSHELL	1311739670	<a href="mailto:sura_rashell93@hotmail.com">sura_rashell93@hotmail.com</a>	0983368154
MORÁN BARCIA KARINA LISSETE	1312488842	<a href="mailto:moran1972001@gmail.com">moran1972001@gmail.com</a>	0967857650
REYES MERO INÉS ALEXANDRA	1312511163	<a href="mailto:alexandrareyes87@hotmail.com">alexandrareyes87@hotmail.com</a>	0994629601
RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ JULEMY	1316573003	<a href="mailto:julyrodriguez1995@gmail.com">julyrodriguez1995@gmail.com</a>	
ZAMBRANO CEDEÑO MARÍA ALEXANDRA	1316470150	<a href="mailto:alexandrazambrano7@live.com">alexandrazambrano7@live.com</a>	0990241030

**5. Aplicación del marketing experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.**

13 estudiantes, 8 profesores

Mg. César Carbache Mora

Dra. Lilia Villacis Zambrano

Mg. Frank Lemoine Quintero

Mg. Viviana Carvajal Zambrano

Mg. Ericka Almeida Lino

Mg. Carolina Herrera Bartolomé

Abog. Verónica Mieles Solórzano



<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>No. de cédula</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<b>No. celular</b>
ZAMBRANO CEVALLOS LEIDY VANESSA	1314913888	<a href="mailto:lzcevallos86@gmail.com">lzcevallos86@gmail.com</a>	0967313115
ZAMBRANO ZAMBRANO CARLOS WILIAMS	1350231864	<a href="mailto:carloswilliamszambrano@gmail.com">carloswilliamszambrano@gmail.com</a>	0980001515
ARTEAGA GÓNGORA EVELYN MARIELA	1313176305	<a href="mailto:mariela.gn1995@gmail.com">mariela.gn1995@gmail.com</a>	0960112499
COELLO MACÍAS RAMÓN ANDRÉS	1313118067	<a href="mailto:monchoandres51@gmail.com">monchoandres51@gmail.com</a>	0979706795
FARÍAS VELEZ MARICELA DALITA	1726083528	<a href="mailto:fariasmari16@hotmail.com">fariasmari16@hotmail.com</a>	0991164287
FIGUEROA LUCAS ARIANA ROXANA	1313290288	<a href="mailto:arirox-2016@hotmail.com">arirox-2016@hotmail.com</a>	0981511854
LOOR REZABALA VANESSA LICETH	1315364883		0978797104
MARIN MOREIRA MICHELL ESTEFANÍA	1314776228	<a href="mailto:michu.michu.95@gmail.com">michu.michu.95@gmail.com</a>	0959945712
MENDOZA SAENZ LESTER HERNÁN	1314881259	<a href="mailto:lestermendoza21@gmail.com">lestermendoza21@gmail.com</a>	0967850018
MOREIRA	1316005147		0969148595

GUANOLUISA GLADYS VALERIA		<a href="mailto:valery.moreira.g@gmail.com">valery.moreira.g@gmail.com</a>	
SALTOS SALTOS JENNIFER ESTHER	0705660058	<a href="mailto:jennifita95@gmail.com">jennifita95@gmail.com</a>	0990018470
ZAMBRANO ANDRADE STEFANY NICOLL	1313402180	<a href="mailto:nicoza96@gmail.com">nicoza96@gmail.com</a>	0988601294

## **6. Grupo científico estudiantil 12, que están incluidos en los diversos proyectos**

Promover, contribuir al perfeccionamiento en los estudiantes en el uso de métodos científicos de trabajo.

Alcance: proyectar estrategias para la formación investigativa, a partir de las condiciones reales existentes y necesarias para el éxito profesional del profesional en formación.

Implementar una estrategia (Proyecto) que promueva el trabajo científico estudiantil en y desde la asignatura (disciplina) que desarrollan, como método ideal para encontrar y proponer alternativas viables de solución a los problemas estudiantiles, docentes, de su profesión y de la vida a los que se enfrenta el estudiante en su interacción social.

## **TEMAS DE TITULACIÓN QUE APORTARÁN AL PROGRAMA, CUANDO SE DESARROLLEN COMO PROYECTO (estudiantes)**

- Metodología para determinar los costos de producción departamento de Alimentos y Bebidas y su efectividad en el hotel (observatorio-infraestructura hotelera).
- Patrimonio cultural gastronómico de la parroquia para promover el desarrollo turístico local. Diseño de ruta turística gastronómica patrimonial.
- Implementación de un sistema de calidad en la gestión del departamento de

ama de llave del hotel (actualización del estado de la infraestructura turística existente).

- Calidad percibida por los clientes en los servicios de alimentos y bebida del hotel (actualización del estado de la infraestructura turística existente).
- Procedimiento para la evaluación y selección de proveedores, en los hoteles.
- Influencia en la calidad productiva del restaurant bufet en el hotel (análisis de las propuestas de producto turístico y atractivos a desarrollar en el destino).
- Propuesta para la elaboración de un manual de procedimientos para el área de A&B, de un hotel.
- Diseño de un plan de mejoramiento de calidad para los restaurantes del sector hotelero.
- Plan de negocios de un bar restaurante multifuncional, ubicado en el sector turístico.
- Diseño de un manual de procedimientos para minimizar la pérdida de alimentos elaborados en restaurantes hoteleros y extra-hoteleros de la zona turística.
- Análisis de los costos de calidad en la gestión operativa del departamento de A&B en el hotel.
- Análisis SERVQUAL para medir la Calidad del Servicio, y su impacto en el desempeño del personal de contacto en el hotel.
- Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de catering multi-eventos como alternativa de desarrollo turístico del cantón.
- Gestión de calidad en atención al huésped y su vinculación con la motivación y la capacitación en los colaboradores del departamento de recepción del hotel.
- Bahía y San Vicente como destino para la práctica de turismo náutico-deportivo.
- Análisis de la evolución económica de los servicios hoteleros posterremoto del 16A en el cantón.
- Diseño de un sistema de gestión de la calidad (SGC) para el desarrollo de la actividad hotelera basada en normas internacionales ISO 9001 del sector hotelero.

## **TEMAS DOCTORALES QUE APORTANRÁN AL PROGRAMA, CUANDO SE DESARROLLEN COMO PROYECTO (docentes)**

- Modelo de evaluación del comportamiento del consumidor en la gestión comercial de destinos turísticos.
- Modelo para el control de la gestión del destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.
- Análisis de los atractivos turísticos ancestrales de la zona norte de Manabí.
- Aplicación de la tecnología en el destino turístico, Jama - Pedernales.

**6 profesores investigadores criticados por el SENESCYT que ayudan al acompañamiento de los macroproyectos.**

### **8. Profesores y profesionales en el programa**

#### **Profesores Investigadores**

Gema Carvajal Zambrano (REG-INV-16-01656)

Frank Lemoine (REG-INV-16-01382)

Ricardo Chica (REG-INV-16-01431)

Javier Zambrano (REG-INV-17-09908)

Lilia Villacís (REG-INV-16-01387)

Raisa Macías (REG-INV-17-01770)

Eduardo Caicedo Coello (REG-INV-19-04099)

Carlos Medranda Chica (REG-INV-19-04138)

#### **Profesores doctorantes**

Ing. Gema Viviana Carvajal Zambrano

Ing. Frank Lemoine

Ing. Daniel Zambrano

Ing. Carlos Chica

Ing. Vladimir Álvarez

### **9. Estudiantes**

3 estudiantes en turismo que están en el grupo científico.

1. Herrera Zambrano Luis Jamil, 3 año de Turismo

2. Olgún Tenecota Evelyn Carolina, 6 año de Turismo
3. Zambrano Zambrano Jeniffer Lisseth, 6 año de Turismo

30 estudiantes protagonistas de los proyectos. 12 en el grupo científico, de los 41 estudiantes están integrados las tres carreras que se dan en la universidad.

<b>No.</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>CURSO</b>
1	ANDRADE LOOR NARCISA	3 MKT
2	ARIAS INTRIAGO BRYAN HOMERO	3 MKT
3	BERMEO MOREIRA MARÍA JOSÉ	3 MKT
4	CHÁVEZ LÓPEZ ANABEL CAROLINA	3 MKT
5	CHÁVEZ MERA JOYCE KATHERINE	3 MKT
6	CHICA MEDRANDA SILVIA MERCEDES	3 MKT
7	CHICAIZA CRISANTO ALEX DARÍO	3 MKT
8	MERO VÉLEZ THALÍA	3 MKT
9	OSTAIZA BRAVO JOSÉ ANDRÉS	3 MKT
10	VERA VERA JOC DAVID	3 MKT
11	ZAMBRANO CEVALLOS LEIDY VANESA	3 MKT
12	ZAMBRANO ZAMBRANO CARLOS WILIAMS	3 MKT
13	CASTILLO CONDOY MARÍA FERNANDA	4 MKT
14	FARÍAS MENDOZA LICETH CAROLINA	4 MKT
15	PÉREZ ALVARADO JOSÉ MANUEL	4 MKT
16	ROSADO RODRÍGUEZ ALEJANDRA	4 MKT
17	SANTANA REGALADO KEVIN MARCELO	4 MKT

18	URETA REINA GREGORIO JESÚS	4 MKT
19	ZAMBRANO ZAMBRANO WALTER JESÚS	4 MKT
20	ARTEAGA GÓNGORA EVELYN MARIELA	6 MKT
21	COELLO MACÍAS RAMÓN ANDRÉS	6 MKT
22	FARÍAS VÉLEZ MARICELA DALITA	6 MKT
23	FIGUEROA LUCAS ARIANA ROXANA	6 MKT
24	MARÍN MOREIRA MICHELL ESTEFANÍA	6 MKT
25	MENDOZA SAENZ LESTER HERNÁN	6 MKT
26	MOREIRA GUANOLUISA GLADYS VALERIA	6 MKT
27	SALTOS SALTOS JENNIFER ESTHER	6 MKT
28	ZAMBRANO ANDRADE STEFANY NICOLL	6 MKT
29	HERRERA ZAMBRANO LUIS JAMIL	3 T
30	OLGUÍN TENECOTA EVELYN CAROLINA	6 T
31	ZAMBRANO ZAMBRANO JENIFFER LISSETH	6 T
32	ÁLVAREZ GARCÍA ROBERTO	9 H
33	CEVALLOS ZAMBRANO KARLA ALEXANDRA	9 H
34	CHÁVEZ DOMÍNGUEZ ROSA DELMIRA	9 H
35	DELGADO CHICA ERICK FABIÁN	9 H
36	DELGADO LUCAS JOSSELYN STEFANÍA	9 H
37	FALLAÍN VILLACÍS KAREN VIVIANA	9 H
38	GARCÍA CARRILLO JONATHAN DAVID	9 H
39	REYES MERO INÉS ALEXANDRA	9 H

40	RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ JULEMY	9 H
41	ZAMBRANO CEDEÑO MARÍA ALEXANDRA	9 H

## **10 Proyección de producción científica e integración de los procesos sustantivos docencia-investigación-vinculación con la sociedad**

La producción científica que se obtienen de los estudiantes junto con sus maestros en los grupos, como en el grupo científico, y trabajo coordinado dentro de las asignaturas les sirve de base para cumplir la misión, conseguir la visión y objetivos estratégicos, mediante la aplicación de las políticas y la implementación de las estrategias establecidas por los procesos de investigación, orientadas a proporcionar productos sus artículos, trabajos de titulación y experiencias preprofesionales.

## **11. Formación de redes de investigación e inter-multi-transdisciplinaridad del programa**

Los programas se realizan con las tres carreras que se desarrollan en la Extensión Bahía, tanto de marketing, administración de empresas hoteleras y turismo, desde la inter-multi-transdisciplinaridad, con el área de vinculación y prácticas de pasantías, temas ponencias y programas doctorales.

En virtud del oficio No. 080 ULEAM-CI-LVZ correspondiente al 19 de septiembre del 2019 rindió cuenta de las actividades realizada por el área de vinculación del proyecto que tributaron al macroproyecto de turismo, de los cuales 4 de ellos aportaron con las siguientes actividades.

### **Actividades ejecutadas**

- Levantamiento estadístico de los negocios de las parroquias de Leónidas Plaza, Bahía de Caráquez y San Vicente.
- Capacitación en empresas de servicios gastronómicos.
- Instrumento de medición para medir satisfacción y fidelización de empresas gastronómica de la cabecera cantonal de Bahía de Caráquez.
- Estudio de comportamiento de los servidores hoteleros en la cabecera

cantonal Bahía de Caráquez.

- Acción correctiva a favor de la escolita de niños con capacidades especiales de la escolita Talita Kum, proyecto: UELAM CHALLENGE 2017.
- Socialización del proyecto a nivel institucional, federaciones deportivas, Gobiernos Autónomos Descentralizados, Organismos públicos e instituciones.
- Elaboración de publicidad.
- Actividades de auspiciantes y logísticas.
- Desarrollo de programas por medios de comunicación (radiales y de TV).

### **Productos:**

- Estadística a nivel de servicios y razón social de los locales ubicados en las parroquias de Leónidas Plaza, Bahía de Caráquez y San Vicente. Artículos en proceso de revisión.
- Resultados de estudio de comportamiento de turistas en empresas gastronómicas. Artículos en proceso de revisión.
- Diseño de un Manual Operativo de Servicios Hoteleros como herramienta para mejorar el servicio. En fase de publicación en la editorial Mar Abierto de la ULEAM. Artículos en proceso de edición.
- Levantamiento estadístico de deportistas que se inscribieron y los que asistieron. Artículo científico en fase de elaboración.

### **12. Tiempo de ejecución del programa.**

Duración del Programa en meses

30 meses

### **13. Financiamiento del programa**

Cabe indicar que el financiamiento fue de 9.072.00, sirvió para comprar materiales de escritorio y los gastos de los proyecto y actividades se están financiando con gastos propios de cada grupo.

Además, se envían 5 nuevos proyectos que tributan al programa, cuyo montoes de \$2008.9830.



# PROYECTOS

## CAPÍTULO II

### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

### **OBSERVATORIO TURÍSTICO PARA EL CONTROL DE LA GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES**

La presente investigación se realiza con el objetivo de crear un Observatorio Turístico que permitirá: analizar la información turística relevante y facilite la toma de decisiones. Entre las principales herramientas utilizadas se encuentran la revisión documental, el análisis de indicadores, los métodos de experto Delphi y Kendall, encuestas, entrevistas, análisis de las cinco fuerzas de la competencia, entre las fundamentales. Para el procesamiento y análisis de información Excel, SPSS, Access. Como principales resultados de la investigación se puede mencionar: la creación del observatorio turístico para el registro, análisis y procesamiento de la información que facilite la toma de decisiones en el destino en mención, la actualización y diagnóstico de la situación real del destino, la creación y gestión de un sistema de indicadores resumidos en un cuadro de mando integral, desarrollar la inteligencia de mercado y brindar servicios informáticos a las empresas que lo requieran.

Este proyecto tributa a un Macroproyecto que lo lidera la Extensión Bahía de Caráquez de la Universidad Laica de Manabí “Eloy Alfaro” y se trabaja en la creación de una red universitaria de la zona de la Costa y en coordinación con los GAD del destino objeto de estudio, como clientes.

**Palabras claves:** Observatorio turístico, indicadores, control de gestión, efectividad, toma de decisiones.

Gema Viviana Carvajal Zambrano, Mg.

Líder de proyecto

<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</b>			
<b>CONVOCATORIA GESTIÓN DE LA CIENCIA 2018</b>			
<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN</b>			
<b>Carrera/facultad: Extensión Bahía de Caráquez</b>			
<b>1. DATOS GENERALES</b>			
Título del proyecto de investigación: Observatorio turístico para el control de la gestión del destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.	Tipología del proyecto de investigación		
	Investigación básica		
	Investigación aplicada		x
	Desarrollo tecnológico		
<b>Áreas de conocimiento</b>			
	Ciencias de la Vida y Salud		
	Ciencias Sociales		
	Ciencias Exactas		
x	Ciencias Técnicas		
<b>Duración del proyecto</b>		36 meses	
Fecha de inicio	Febrero 2017	Fecha de terminación estimada	Febrero 2021
<b>Financiamiento</b>			
Monto total USD	\$9859.33		Financiamiento externo
Estado del	Propuesta nueva	x	Unidad responsable de Extensión Bahía de Caráquez

proyecto de investigación			ejecución (Facultad, Extensión, Campus)	
	Propuesta de continuación			
<b>2. OBJETIVO GENERAL</b>				
<p>Crear un Observatorio Turístico que permita el control de la gestión de turística, que facilite la eficacia, la eficiencia, la efectividad y el proceso de toma de decisiones en el destino Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.</p>				
<b>3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>				
Objetivos específicos	Metas cumplidas		Metas por cumplir	
Diseñar la estructura organizativa y los procedimientos de trabajo del observatorio turístico. (Cumplido)	x			
Definir los indicadores para el control de la gestión del destino turístico. (Cumplido)	x			
Diseñar un sistema de información que facilite el control de la gestión y de los indicadores en cada empresa del destino.			X (es la fase que se debe de cumplir en este año)	
Implementar un cuadro de mando integral para el control de la gestión de los indicadores fundamentales, en cada una de las perspectivas que sirva de base para la toma de decisiones.			x	
Diseñar otros servicios que pueda brindar el observatorio al turismo y			x	

otros sectores.		
<b>4. HIPÓTESIS PRINCIPAL</b>		
<p>Si se crea un observatorio turístico para el control de la gestión turística se facilitaría la gestión de la eficacia, la eficiencia, la efectividad y el proceso de toma de decisiones en el destino Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.</p>		
<b>5. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO</b>		
<p><b>1. Introducción</b></p> <p>El desarrollo del turismo en el Ecuador tiene el reto de convertir el país en un destino de referencia y contribuir decisivamente al cambio de la matriz productiva, convirtiéndose en el primer sector de ingreso no petrolero.</p> <p>Dentro de los cuatro mundos existentes para el desarrollo sostenible se encuentra Galápagos, la Amazonía, la Sierra y el destino Costa; todos con amplia diversidad y con un conjunto de atractivos potenciales que pueden ser explotados sostenidamente, ofreciendo beneficios sustanciales a la economía del país.</p> <p>En el mundo de la Costa y específicamente en el destino costa-norte existe un número de atractivos que poseen vocación y tradición turística importante, los cuales permiten desarrollar las 11 líneas de productos establecidas por el Ministerio de Turismo (MINTUR) en el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Circuitos turísticos generales</li> <li>• Sol y playa</li> <li>• Turismo comunitario</li> <li>• Turismo cultural: mercados y artesanías</li> <li>• Ecoturismo y turismo de naturaleza: observación de flora y fauna (observación de ballenas)</li> <li>• Parque temático</li> <li>• Deportes y Aventura: Surf</li> <li>• Agroturismo</li> <li>• Turismo de salud</li> <li>• MICE</li> <li>• Cruceros</li> </ul> <p>Otros de los documentos rectores del desarrollo turístico del Ecuador es el Plan Nacional de Competitividad turística, que establece 12 factores claves de los cuales se</p>		

considera que este proyecto incide en los que a continuación se detallan:

El factor de **éxito** es impactado directamente por el proyecto brindando **Información**, oportuna, veraz y en tiempo real, que permita establecer un sistema informativo y de indicadores que facilite el control de gestión de destino y la toma de decisión; a través de un observatorio turístico y con un cuadro de mando integral. Que aporta directamente con el Desarrollo tecnológico, formación y capacitación profesional.

**Ambiente hospitalario, cultura de servicio, facilitación y seguridad:** el proyecto contribuirá a este factor clave con dos de las perspectivas del cuadro de mando integral, perspectiva ambiental con indicadores de calidad de la playa, playa con certificación bandera azul y otros indicadores ambientales; la hospitalidad y cultura de servicio será impactada con las perspectivas de procesos internos y clientes especialmente con la satisfacción de los clientes, número de quejas y reclamos e imagen entre otros.

Marco jurídico y normatividad: el proyecto contribuirá en la parte normativa al establecer un sistema de información e indicadores general para el destino que establecerá el control de gestión facilitando la toma de decisiones; y en marco jurídico solo si el MINTUR lo establece.

Apoyo gubernamental a la inversión y cargas fiscales al sector y al turista, que la perspectiva financiera es la que va a tributar, más eficiencia es igual a más inversión.

Mercadeo y comercialización, el proyecto facilitará la inteligencia del mercado en la perspectiva cliente, va a ser inteligencia de mercado segmentado por imagen, posicionamiento y estudio de necesidades de cliente, dentro de mercadeo promoción, seguimiento de los mercados metas, mercados consolidación y mercado de oportunidades.

Gestión de calidad, esa es impactada directamente por la perspectiva del cliente, a través del análisis de la satisfacción de los clientes internos y externos y la imagen.

Medición de la productividad, por la perspectiva procesos internos y formación. La preparación del personal contribuye directamente a la productividad del personal y el incremento de la eficacia de los procesos internos también impacta a la productividad al existir menos procesos, trabajo, quejas y reclamaciones.

Orientación empresarial y del sector público hacia el mercado externo, que aunque el sistema de indicadores y observatorio gestionará el destino del proyecto se monitoree se va a ser énfasis en la inteligencia del mercado internacional.

Articulación de la cadena de valor, el sistema informativo que se implantará establecerá indicadores para toda la cadena de valor tanto para las empresas turísticas y no

turísticas lo que contribuye a su integración.

Rivalidad competitiva y vocería del sector, en la perspectiva cliente se harán estudio de imagen, posicionamiento de la competencia.

El proyecto se elaborará en total correspondencia con los objetivos establecidos en el PLANDETUR 2020, que a continuación se detallan:

Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.

Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada.

En estos objetivos las cuatro perspectivas se encuentran involucradas debido a que PLANDETUR desea mejorar a través del turismo sostenible la calidad de vida de las poblaciones, por medio de la realización de proyectos que favorezcan a las comunidades incrementando sus ingresos, lo cual se podría realizar asertivamente si se posee información que permita medir la factibilidad y sostenibilidad de estos.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Un Observatorio es un conjunto dinámico de actividades y productos que toma diferentes modalidades y dimensiones, dependiendo de los objetivos y necesidades de la entidad financiadora en materia de mercado laboral y tiene sostenibilidad de largo plazo.

En este contexto, las actividades que debe cumplir son fundamentalmente cinco:

- La recolección y manejo de la información sobre el mercado de trabajo,
- El monitoreo del mismo,
- La investigación en temas laborales,
- La formulación de propuestas de políticas de empleo
- La difusión de los productos elaborados.

A estas actividades se asocian unos productos principales, los cuales son: un sistema de información, análisis coyunturales y estructurales del mercado de trabajo, seguimiento a las políticas de empleo, investigaciones y proyecciones de demanda y

oferta laboral. El documento explica en qué consisten estas actividades y estos productos y como se relacionan entre ellos.

En 1937, la Sociedad de las Naciones, bajo un criterio estadístico definen de la siguiente manera: "Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto, dicho desplazamiento y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa".

Para Kraft y Walter Huzinker, el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanta dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa.

Un observatorio turístico, en definitiva, se trata de una herramienta estadística de recopilación y generación de información sobre la actividad turística de la ciudad, que permite disponer de datos sistematizados, ordenados y actualizados de la misma, lo cual supone una ventaja competitiva de gran valor que posibilita.

#### **Características de un observatorio turístico:**

Debe incluir la recopilación, análisis e interpretación de información relevante para el sector.

Debe obtener información de todos los factores que intervienen en el sector (atractivos, hotelería, servicios complementarios, fuentes de reserva, visitantes, percepción de marca, etc.)

La información se obtiene de diversas fuentes y de manera periódica. No es un estudio de mercado.

#### **Estructura:**

Valor total del mercado

Inventario

Categorías

Precios

#### **Comercialización:**

Canales de venta

Distribución geográfica del mercado natural y emergente

Estudios de posicionamiento de marca



**Visitantes:**

Perfil

Percepción del destino

Comportamiento de compra y turismo

Para que el proceso de planificación se lleve a cabo de forma exitosa y sostenible, el destino necesita contar con una serie de soportes: el ente coordinador de la estructura organizativa; el observatorio turístico, que tiene como función la búsqueda permanente de información al servicio de la toma de decisiones adecuadas; la imagen de marca, que debe servir para identificar el destino ante los públicos internos y externos, diferenciarlo de la competencia e impulsar relaciones afectivas con los clientes; y el cuadro de mando integral, que mide la consecución de la estrategia.

**Historia de los observatorios o antecedentes**

El Observatorio Turístico es sin lugar a duda una institución que genera información científica y estadística constantemente del acontecer de la actividad turística (Conde, Schmidt y Covarrubias, 2011). La información estadística que proporciona ayuda a efectuar un análisis y diagnóstico que auxilia a la toma de decisiones de la política pública y a los proyectos de inversión privada (Marco, García y Sabater, 2009).

Si bien, el Observatorio tiene como encomienda legitimar las acciones en condiciones y servicios cuando exista una situación de incertidumbre, también se concentra en observar y proveer información constante, con el fin de lograr la toma de decisiones y el diseño de estrategias de desarrollo que se adecuen a las necesidades y a la realidad de cada territorio en todo momento. Ello se puede llevar a cabo, por ejemplo, por medio de estudios sobre la estacionalidad; ocupación; gasto; estudios de precios de la competencia; la facturación anual, entre otros.

El Observatorio en Turismo es un organismo apropiado para la compilación, generación y reflexión de información pertinente para la toma de decisiones acertadas en el ámbito del turismo (Conde, Schmidt y Covarrubias, 2011). Es posible considerar paralelismos entre los diferentes Observatorios existentes en el mundo, aunque cada país tiene matices en cuanto a las regulaciones de la actividad. Además, la distancia de los diferentes Observatorios de uno a otro se marca en cuanto a su intención, así como lo es la valoración de los diferentes instrumentos. Ejemplo de ello se encuentra en la configuración de la misión y visión. En diferentes partes del mundo, desde la Unión Europea (EU) hasta de forma independiente como país (entre ellos Inglaterra, Italia, etc.),

es posible aventurar una hipótesis respecto a que el 95% de los Observatorios en el mundo tienen actividades semejantes, mientras que solo el 5% son los que se diferencian del resto. Otra característica que comparten la mayoría de los Observatorios es que casi siempre son institucionales. En cualquier caso, lo relevante en el enfoque del Observatorio, es que proporcionan un análisis diferenciado de la situación, de manera que todo destino tenga la oportunidad de ser inteligente.

En el mundo existen diversos modelos de Observatorios nacionales (Nacca, Di Maula y Flavia, 2010), así como regionales y locales. En Europa se encuentra el Virtual Tourism Observatory de la UE. Entorno a diez ciudades españolas cuentan con uno, como el Observatorio Turístico de Euskadi; Observatorio de Turismo de Canarias; Observatorio de la Comunidad de Valencia; Observatorio de Turismo de Galicia; Observatorio de Turismo de Pamplona. También se pueden encontrar Observatorios temáticos, como el Observatorio Turístico de la ruta del Vino o el Observatorio de Turismo Rural. Muy pocas ciudades en Latinoamérica, como lo son Buenos Aires y San Paulo, disponen de la herramienta. México aún no se incorpora formalmente con este apoyo (ver Centro universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara).

En el caso de México, la falta de una adecuada cultura turística ocasiona detalles no solo en la captura de la información, sino además en la configuración. Es así como el organismo encargado de la recopilación de estadísticas en turismo a nivel federal, DataTur, presenta problemas de confianza, y no proporciona información veraz. De aquí que se torne necesario el ordenar el destino, y para ello es importante sensibilizar a los actores. Además, se requiere considerar los segmentos adecuados a la realidad imperante del destino.

En este sentido, se cuenta con la experiencia del Observatorio de Turismo de la Universidad de Quintana Roo, el cual tiene como objetivo general “sistematizar y generar información cualitativa y cuantitativa de temas vinculados a la actividad turística, para medir la evolución del turismo y la sustentabilidad en el sector público y privado del Estado, para determinar la relevancia de las acciones locales emprendidas en el sector turístico, así como apoyar la planificación del destino turístico de la localidad” (Segrado, Arroyo y Palafox, 2009, p. 156).

### **Tipos de observadores turísticos que existen en el mundo**

El Observatorio Turístico de la ciudad de Málaga es una iniciativa que el Área de Turismo del Excmo. Ayuntamiento de Málaga y la Universidad de Málaga ponen en marcha en el año 2008.

El objetivo de este informe estadístico, de carácter anual, es conocer de una forma completa e integrada las pautas de la visita y el perfil del visitante, tanto turistas como excursionistas, entre otros aspectos. Es decir, se trata de determinar los perfiles del visitante que llega a la ciudad de Málaga: cuáles son sus motivaciones iniciales, cómo organizan su viaje, qué tipo de actividades realizan durante su estancia, cómo valoran la oferta disponible y el viaje en función de sus expectativas iniciales, entre otros aspectos relevantes.

Este informe nos invita a actuar, a tomar decisiones a múltiples niveles y nos invita a asumir la realidad turística de forma dinámica, facilitando un espíritu de innovación.

En definitiva, se trata de una herramienta estadística de recopilación y generación de información sobre la actividad turística de la ciudad, que permite disponer de datos sistematizados, ordenados y actualizados de la misma, lo cual supone una ventaja competitiva de gran valor que posibilita:

Dotar al sector turístico de anticipación y reacción ante los cambios del entorno.

Ofrecer mayor probabilidad de éxito en la estrategia de promoción y marketing del área de turismo y del destino.

Identificar oportunidades de apoyo al diseño de técnicas de segmentación del universo de turistas, pudiendo a posteriori elaborar actuaciones específicas para cada uno de ellos.

Es en el año 2013 cuando la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE) toma el relevo de la UMA, siempre bajo las directrices y supervisión del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, encargándose de la realización del trabajo de campo, explotación de datos y posterior elaboración de dos informes: Observatorio Turístico y Balance Anual. Mediante el Observatorio Turístico se realiza un estudio detallado encaminado a conocer el perfil turístico del visitante y excursionista que acude a la ciudad de Málaga. Con el Balance Anual se obtienen los resultados del sector analizando el comportamiento de los indicadores turísticos más relevantes y se conoce la evolución coyuntural y variación interanual.

#### **Otros observatorios turísticos del mundo:**

Buenos Aires, Argentina,

Córdoba, Argentina

Lugo, España

Rias Baixas, Pontevedra, España

Bruselas, Bélgica

Sao Paulo, Brasil

Var, Francia

Rhone Alpes, Francia

Auvergne, Francia

### **Control de gestión**

En términos generales, se puede decir que el control debe servir de guía para alcanzar eficazmente los objetivos planteados con el mejor uso de los recursos disponibles (técnicos, humanos, financieros, etc.). Por ello podemos definir el control de gestión como un proceso de retroalimentación de información de uso eficiente de los recursos disponibles de una empresa para lograr los objetivos planteados.

Se entiende por control de gestión el conjunto de procesos que la empresa aplica para asegurarse de que las tareas que en la misma se realizan están encaminadas a la consecución de sus objetivos.

Para Pérez Campaña (2003), el Control de Gestión es una de las herramientas fundamentales para que las empresas puedan obtener productos y servicios con una eficiencia relevante, que le permitan el acceso al mundo competitivo de hoy, se ha convertido en un tema de gran actualidad.

### **Sistema informativo**

Un sistema informático es un sistema de información que está informatizado. No todos los sistemas de información son sistemas informáticos, pero todos los sistemas informáticos son sistemas de información. Por lo tanto, se puede decir que un sistema informático es un subconjunto de un sistema de información.

### **Indicadores**

Es algo que indica o que sirve para indicar. Este verbo, por su parte, refiere a significar o mostrar algo con señales o indicios. Un indicador puede ser un instrumento físico que indica algo. En este sentido, una flecha dentro de un esquema gráfico, una señal de tráfico que advierte sobre el fin de una carretera o la aguja de un reloj son indicadores. Se divide en indicadores globales y de proceso.

### **Cuadro de Mando Integral**

Cuatro son las perspectivas o puntos de vista que componen normalmente un Cuadro de Mando Integral y, desde las cuales se observa y recopila la información que será medida

después. Aunque las que citamos a continuación son las más frecuentes, no son las únicas, ni siempre son las mismas: pueden variar en función de las características concretas de cada negocio.

Eso sí, para un buen aprovechamiento del Cuadro de Mando Integral, no se recomienda utilizar más de siete indicadores en cada perspectiva. Es conveniente no recargar excesivamente el CMI para que resulte operativo y realmente funcional.

### **1. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento**

Se refiere a los recursos que más importan en la creación de valor: las personas y la tecnología. Incide sobre la importancia que tiene el concepto de aprendizaje por encima de lo que es en sí la formación tradicional. Los mentores y tutores en la organización juegan un papel relevante, al igual que la actitud y una comunicación fluida entre los empleados.

### **2. Perspectiva de procesos internos**

Las métricas desde esta perspectiva facilitan una valiosa información acerca del grado en que las diferentes áreas de negocio se desarrollan correctamente. Indicadores en procesos de innovación, calidad o productividad pueden resultar clave, por su repercusión comercial y financiera.

### **3. Perspectiva del cliente**

La satisfacción del cliente como indicador, sea cual sea el negocio de la compañía, se configura como un dato a considerar de gran trascendencia. Repercutirá en el posicionamiento de la compañía en relación con el de su competencia, y reforzará o debilitará la percepción del valor de la marca por parte del consumidor.

### **4. Perspectiva financiera**

Refleja el propósito último de las organizaciones comerciales con ánimo de lucro: sacar máximo partido de las inversiones realizadas. Desde el punto de vista de los accionistas, se mide la capacidad de generar valor por parte de la compañía y, por tanto, de maximizar los beneficios y minimizar los costes.

### **3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

¿Con el diseño de la estructura organizativa y la creación de los procedimientos de trabajo del observatorio turístico, se lograría el correcto funcionamiento de este?

¿Al definir los indicadores para el control de la gestión del destino turístico, se lograría mejorar el control de gestión en cada uno de los cantones que comprende este proyecto?

¿Si se diseña un sistema de información que facilite el control de la gestión y de los indicadores en cada empresa del destino, se mejoraría el control de gestión?

¿Al implementar un cuadro de mando integral para el control de la gestión de los indicadores fundamentales, en cada una de las perspectivas que sirva de base para la toma de decisiones?

¿Con el diseño de otros servicios que pueda brindar el observatorio al turismo y otros sectores, se crearían nuevas fuentes de trabajo?

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

El siguiente proyecto se realiza con la idea de crear un observatorio turístico para que puedan conocer a que nos referimos con la palabra observatorio y de qué manera ayudara a dinamizar la economía de la zona donde se pretende ejecutar este proyecto de impacto turístico.

Explica cómo la información recopilada en la revisión bibliográfica apoya la hipótesis propuesta, como la ejecución del proyecto propuesto contribuirá a los avances en el conocimiento en ese campo y/o mejorará nuestro entendimiento acerca del tema de investigación. Muestra la necesidad de resolver un problema en relación con las prioridades establecidas por el Plan Nacional de Desarrollo.

El desarrollo de este proyecto contribuirá a la obtención de la sostenibilidad y competitividad turística enfocado en la zona norte de Manabí, este se sumaría al observatorio de Galápagos, y el de Guayaquil siendo el tercero que se implementaría en Ecuador, debido a que las demás ciudades se basan en estadísticas emitidas por el Ministerio de Turismo y otras entidades.

Debido a la gran crisis económica por la que está atravesando en la actualidad nuestro país y especialmente nuestra provincia que fue afectada por un terremoto, se piensa en base a investigaciones que la creación de este observatorio turístico ayude a dinamizar nuestra economía y la entrada de divisas a nuestro país. La zona norte de la provincia de Manabí cuenta con un sin número de atractivos turísticos que por falta de recursos del estado o porque simplemente no se invierte en ellos, están dejando morir este sector económico que movería miles de dólares anuales.

Muchos especialistas del ámbito turísticos señalan que el Ecuador y especialmente la provincia costera de Manabí tienen una forma muy importante de hacer crecer su

economía en base al turismo, señalan que el turismo sería una de las fuentes mayores de ingresos económicos de los países que depende mucho del petróleo como Ecuador.

Además, otro de los propósitos de este proyecto es dar a conocer la cultura de esta zona a través del turismo, que conozca nivel mundial lo que existe en Ecuador.

En la actualidad el turismo tiene una gran importancia en el mundo, ha influido de manera positiva en el crecimiento económico de varias ciudades del mundo, porque mueve grandes cantidades de dinero generando grandes fuentes de empleo. Es por ello por lo que muchos países apuntan por invertir en el desarrollo del turismo de sus ciudades, esta actividad.

Existen en el mundo un sin número de observadores turísticos, donde los administradores señalan que han tenido grandes resultados con la ejecución de este tipo de proyectos.

Las investigaciones que resulten del observatorio permitirá posteriormente poder contar con indicadores que reflejen datos reales y actuales que nos permitan analizar la situación actual de la actividad turística, en base a las cuatro perspectivas cliente, formación y procesos internos, ambiental y Financiera que permitirán contribuir con el PLANDETUR, PIMTE, Plan Nacional del Buen Vivir, Plan Nacional de Competitividad Turística y MINTUR del Ecuador.

La información recabada permitirá determinar la factibilidad y sustentabilidad en la implementación de futuros proyectos turísticos; así mismo mejorar los procesos orientadores que permitan crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana.

## **5. METODOLOGÍA**

### **5.1 Diseño del estudio**

La investigación utiliza el método descriptivo y utiliza la investigación cuantitativa y cualitativa, entre las principales herramientas utilizadas se pueden citar: la revisión de fuentes bibliográficas, la aplicación del método de experto Delphi y Kendall, la observación, la entrevista, la encuesta, análisis de indicadores y análisis de las cinco fuerzas de la competencia, entre las fundamentales. Para el procesamiento y análisis de información Excel, SPSS, Access.

La investigación se desarrolla mediante un procedimiento de cinco fases las cuales se describen a continuación:

Fase 1: Preparación del levantamiento de los atractivos turísticos e infraestructura.

Para esta fase se realizan trabajos de campo, obteniendo un inventario actual de los atractivos turísticos y el estado de la infraestructura turística; permitiendo obtener y recopilar la información del observatorio turístico que fue proporcionada previamente por el MIDUVI. Logrando la confección del primer boletín de información del observatorio turístico. La cual fue cumplida y se refleja la respectiva evidencia.

Fase 2: Selección de los indicadores.

En esta fase se realiza una búsqueda y registro de los indicadores que se utilizan para el control de la gestión del destino turístico a nivel mundial por medio de una revisión bibliográfica, obteniendo como resultado 53 indicadores, luego se realizó un filtrado por medio del método Delphi con 24 expertos resumiendo los indicadores a 16; para la selección de los expertos se aplicó la metodología de evaluación de expertos de Oñate Ramos, que evalúa el coeficiente de experticidad a partir del conocimiento de científicos y concordancias. Cabe indicar que, de los 24 expertos evaluados, 9 cuentan con PHD, con más de 10 años de experiencia en Gestión Turística, 5 directivos de MINTUR y el resto son Magister conocedores de la actividad turística. Luego se socializan los indicadores con los hoteleros, gastronómicos y personal del gremio turístico para diseñar un sistema informativo que permita el control y actualización de esos indicadores sistemáticamente, definiendo la frecuencia en que se recogerá la información (mensual, trimestral, semestral o anual), métodos de actualización de información, responsables de proporcionar la información y herramientas a utilizarse. La cual se cumplió con mediante un trabajo de titulación se adjunta la respectiva evidencia.

Fase 3: Implementación del Sistema de Información

Se implementa un sistema informativo que permita gestionar los indicadores.

Fase 4. Diseño de un Cuadro de Mando Integral

Se distribuyen los 16 indicadores de acuerdo con las 4 perspectivas.

Fase 5. Servicios al sector turístico

Propuesta de otros servicios que puede ofrecer al sector turístico y demás, se pueden mencionar la inteligencia de mercado, desarrollar perfiles de clientes, análisis estadístico y de tendencias, la elaboración y procesamiento de encuesta de satisfacción y de imagen servicios más destacados del observatorio como servicios complementarios de otros



sectores, además puede funcionar como una plataforma virtual donde se promocióne los atractivos, hoteles que se encuentran en el destino. Convertirse en una plataforma informática que pueda promocionar los atributos y hoteles de los cuatro cantones logrando convertirse en una empresa independiente.

## **5.2. Sujetos y tamaño de la muestra**

Los turistas que visitan el destino

Los gremios del sector turístico (hoteleros, restaurantes, agencias de viaje, aeropuertos, transportistas)

Los trabajadores

La sociedad

## **5.3. Definición de variable**

Variable independiente:

Control de la gestión turística

Variable Dependiente:

La eficacia, la eficiencia, la efectividad y el proceso de toma de decisiones en dicho destino.

## **5.4. Medición de variable y procedimientos**

Las variables se medirán a través de los 16 indicadores del cuadro de mando integral.

Para ello se medirán:

La eficacia de herramientas de la satisfacción de clientes

La eficiencia a través de los modelos de frontera

La imagen a través de la imagen y posicionamiento web

## **5.5. Estandarización**

Por la naturaleza de nuestra de nuestra investigación y por los instrumentos que se van a utilizar no es necesario la estandarización.

## **5.6. Manejo de datos**

Se contará con los formularios de selección de expertos, además de los instrumentos de jerarquización de atractivos y recursos turísticos, en físicos y en base electrónica generada en programas y software adecuados, así mismo se contará con una página web donde se publicarán periódicamente boletines. Los mismos que serán responsabilidad de los integrantes del grupo de trabajo del observatorio.

### **5.7. Análisis estadístico**

El proyecto utiliza la investigación cuantitativa y cualitativa, entre las principales herramientas utilizadas se pueden citar: la revisión de fuentes bibliográficas, la aplicación del método de experto Delphi y Kendall, la observación, la entrevista, la encuesta, análisis de indicadores y análisis de las cinco fuerzas de la competencia, entre las fundamentales. Para el procesamiento y análisis de información Excel, SPSS, Access.

Se utilizará la estadística descriptiva que permitirá analizar bases de datos mediante la media, moda, mediana o sea datos estadísticos. Así mismo se utilizará en la estadística inferencial se aplicará en el muestreo en los modelos de frontera para cálculo de eficiencia.

### **6. Consideraciones éticas**

El presente proyecto aborda el tema de los aspectos éticos involucrados en las investigaciones científicas donde participan los turistas como sujetos de estudio. El tópico es abordado con el objeto de establecer los puntos de mayor relevancia en la vigilancia ética de los trabajos de investigación desarrollados en el turismo, en forma particular, porque los turistas son la parte más importante del proyecto.

El esquema básico del documento pasa por mencionar datos históricos, como casos paradigmáticos vinculados a problemas éticos en las investigaciones, los principales valores éticos de las investigaciones científicas, los modos de participación de las personas en los estudios, el perfil de las investigaciones y los requisitos básicos necesarios para que las investigaciones, se ajusten a los estándares éticos.

### **7. Resultados esperados**

Creación del Observatorio Turístico que garantice el control de gestión, el observatorio ya está creado y se encuentra en funcionamiento dentro de los predios de la institución.

Sistema de Información para Observatorio Turístico.

Cuadro de Mando Integral.

Modelo para el control de la gestión del destino Turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

## 6. REFERENCIAS

- Muñoz, A. (2002). Concepto e Instrumentalización. Una aproximación a la Comunicación como Instrumento de Política.
- Balagué, J. y Brualla, P. (2001). La gestión eficaz de un destino turístico del siglo XXI. [https://es.wikipedia.org/wiki/Destino\\_tur%C3%ADstico](https://es.wikipedia.org/wiki/Destino_tur%C3%ADstico).
- Batista, J. (2011). Buenas Tareas. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Introduci%C3%B3n-Al-Control-De-Gesti%C3%B3n-De/2010684.html>.
- Benavides, L. (2011). Gestión, liderazgo y valores en la administración de la Unidad Educativa "San Juan de Bucay" del cantón General Antonio Elizalde (Bucay). Durante periodo 2010-2011. (Tesis de pregrado, UTPL). [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides\\_Gaibor\\_Luis\\_Hernan.pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf)
- Bigné, E. (2001). Marketing de Destinos Turísticos.
- Bou, R. (s.f.). Qué es el control de gestión. <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/4594/que-es-el-control-de-gestion/>.
- Campaña, M. (2003). El sistema de control de gestión. Conceptos básicos para su diseño. <http://www.gestiopolis.com/sistema-control-gestion-conceptos-basicos-diseno/>
- De, Definición. (2015). Definición de gestión. <http://definicion.de/gestion/>
- MX, Definición. (s.f.). Definición. <http://definicion.mx/gestion/>.
- Render, H. (2009). Principios de Administración de operaciones.
- Rubio, J., Gimeno, J. y Repullo, S. (2006). Manuales de Dirección Médica y Gestión Clínica. Ediciones Díaz de Santos.
- Santágata, H. (2010). La importancia de un observatorio turístico en provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25780/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25780/Documento_completo.pdf?sequence=1).
- Significados. (s.f.). Gestión. <http://www.significados.com/gestion/>.
- Turismo, Ministerio de. (2013). Inicio por procesos. <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Estatuto-Org%C3%A1nico-por-Procesos.pdf>.
- Turística, Sistema de Gestión de la Calidad. (s.f.). ISQ turística Implantación de Sistemas de Qualitat S.L.N.E. <http://www.isq-turistica.com/sectores-tur%C3%ADsticos/>.
- Valls, F. (2000). Gestión de destinos turísticos.

<http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1-6%20Destinos%20Tur%C3%ADsticos%3A%20Definici%C3%B3n,%20funciones,%20agentes,%20componentes%20y%20estructura#footnote-anchor-1>.

Velastegui, W. (2013). Control de gestión. <http://es.slideshare.net/wilsonvelas/control-de-gestion-24989890>.

## **7. RESUMEN EJECUTIVO**

Este proyecto se elabora en total correspondencia con los objetivos establecidos para el Plan del Buen Vivir, el cambio de la Matriz productiva; con el PLANDETUR 2020, el Plan Nacional de Competitividad turística y el PIMTE 2014.

La presente investigación se realiza con el objetivo de crear un Observatorio Turístico que permitirá: analizar la información turística relevante y facilite la toma de decisiones. Entre las principales herramientas utilizadas se encuentran la revisión documental, el análisis de indicadores, los métodos de experto Delphi y Kendall, encuestas, entrevistas, análisis de las cinco fuerzas de la competencia, entre las fundamentales. Para el procesamiento y análisis de información Excel, SPSS, Access. Como principales resultados de la investigación se puede mencionar: la creación del observatorio turístico para el registro, análisis y procesamiento de la información que facilite la toma de decisiones en el destino en mención, la actualización y diagnóstico de la situación real del destino, la creación y gestión de un sistema de indicadores resumidos en un cuadro de mando integral, desarrollar la inteligencia de mercado y brindar servicios informáticos a las empresas que lo requieran.

Este proyecto tributa a un Macroproyecto que lo lidera la Extensión Bahía de Caráquez de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y se trabaja en la creación de una red universitaria de la zona de la Costa y en coordinación con los GAD del destino objeto de estudio, como clientes.

Palabras Claves: Observatorio turístico, indicadores, control de gestión, efectividad, toma de decisiones.

## **8. DESCRIBIR LOS IMPACTOS DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DEL PROYECTO**

Mejora sustancial del control de gestión

Deducción de la reserva eficacia, eficiencia y efectividad.

Mejora de los procesos

Establecer un Flujo informativo adecuado que permita una toma de decisiones eficaz.  
 Contar con una base de datos actualizada de información relevante del destino.  
 Elaboración de Manuales estadístico de pronóstico de serie.  
 Servicios complementarios al sector turístico

**9. BENEFICIARIOS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO**

Beneficiarios directos	Comercios, negocios, empresas, entre otros		Beneficiarios indirectos	Residentes de cada cantón
Empleo directo	Hombres		Empleo indirecto	Hombres
	Mujeres			Mujeres
% Insumos nacionales	100%	100%	% Insumos importados	100%

**10. BENEFICIARIOS DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PLAZAS DE TRABAJO)**

Calificado	Hombres		No calificado	Hombres
	Mujeres			Mujeres
Total				

**11. PARTICIPANTES EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

LIDER DEL PROYECTO (PROFESOR TITULAR O NO TITULAR A TIEMPO COMPLETO)			
APELLIDOS	Carvajal Zambrano	NOMBRES	Gema Viviana
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1312050105	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Chone, parroquia San Antonio
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniera Comercial mención Proyectos de Inversión	TÍTULO CUARTO NIVEL	Magister en Administración de Empresas con mención en Marketing
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente Contratada	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Marketing Extensión Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0998256422

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	vivicarvajalzambrano@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	gema.carvajal@uleam.edu.ec
<b>LIDER DEL PROYECTO (PROFESOR TITULAR O NO TITULAR A TIEMPO COMPLETO)</b>			
APELLIDOS	Almeida Lino	NOMBRES	Ericka Vanessa
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0921886420	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leónidas Plaza
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniera en Sistemas Informáticos	TÍTULO CUARTO NIVEL	Magister en Telecomunicaciones
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente Contratada	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente – Responsable de Prácticas Pre Profesionales	CARRERA-FACULTAD	Marketing Extensión Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0988574865

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	kek_1182@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	ericka.almeida@uleam.edu.ec
PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Lemoine Quinteros	NOMBRES	Frank Ángel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0932189863	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	San Vicente
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniero en Telecomunicaciones	TITULO CUARTO NIVEL	Magister en Administración de Empresas
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Agregado 3	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA- FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo



TELÉFONO FIJO	x	TELÉFONO MÓVIL	0996759458
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	fangel64@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	frank.lemoine@uleam.edu.ec

PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Caicedo Coello	NOMBRES	Eduardo Antonio
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	130564201-7	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Master en Pedagogía	TITULO CUARTO NIVEL	Doctor en Ciencias Técnicas
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Principal	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo

CARGO ACTUAL	Decano	CARRERA- FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	X
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0987870064
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL		CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	Eduardo.caicedo@uleam.edu.ec

PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Zambrano Mero	NOMBRES	Javier Antonio
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131258078-8	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Chone
TITULO TERCER NIVEL	Licenciado CC.EE. -Inglés	TITULO CUARTO NIVEL	Master en Lingüística

CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	DOCENTE	CARRERA-FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Agregado	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0990194056
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	javierzmero@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	javier.zambrano@uleam.edu.ec

<b>PROFESORES E INVESTIGADORES</b>			
APELLIDOS	Subía Veloz	NOMBRES	Roberto Carlos
NÚMERO DE		DIRECCIÓN	

CÉDULA DE IDENTIDAD	091890027-0	DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniero Comercial	TITULO CUARTO NIVEL	En proceso
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Agregado	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Presidente de la comisión de aseguramiento de la calidad	CARRERA-FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0985576773

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	robertosubiaveloz@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	Roberto.subia@uleam.edu.ec
-----------------------------------	-----------------------------	--	----------------------------

PROFESORES E INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Zambrano Molina	NOMBRES	Luis Daniel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	096300225-8	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	San Vicente
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniero Mecánico	TITULO CUARTO NIVEL	Master en Exploración , Explotación y producción de petróleo
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Auxiliar	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo

CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA- FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0985505736
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	danielzambrano10@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	luis.zambrano@uleam.edu.ec
<b>INVESTIGADORA ADMINISTRATIVA</b>			
APELLIDOS	Pisco García	NOMBRES	Jenifer Doris
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1310905979	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Ciudadela Norte, calle Padre Laennen y Octavio Viteri, Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Economista  Ingeniera Contabilidad y Auditoria	TITULO CUARTO NIVEL	

CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD		TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Técnico	CARRERA-FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO	052690713	TELÉFONO MÓVIL	0992281220
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	jpisco_10584@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	jenifer.pisco@uleam.edu.ec
<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO</b>			
APELLIDOS	León Palma	NOMBRES	María Cristina

NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	2300697378	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0993592319	CARRERA/ FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Décimo

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Olguín	NOMBRES	Evelyn Carolina
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	180466513-9	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0985013720	CARRERA/FACULTAD	Turismo, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Turismo	SEMESTRE	Noveno



ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Estacio Muñoz	NOMBRES	Mario Jonathan
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131409446-5	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0994881794	CARRERA/ FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Noveno

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Mendoza Sáenz	NOMBRES	Lester Hernán
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131488125-9	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0981085748	CARRERA/ FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez

CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Noveno
---------	-----------	----------	--------

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Zambrano Zambrano	NOMBRES	Jeniffer Lisseth
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1314993005	DIRECCIÓN	Leónidas Plaza
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0991179016	CARRERA/FACULTAD	Turismo, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Turismo	SEMESTRE	Noveno

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Andrade Brito	NOMBRES	Ariana Talía
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1315417475	DIRECCIÓN	Leónidas Plaza

TELÉFONO FIJO/MOVIL	0939856947	CARRERA/FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Quinto

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	García Morán	NOMBRES	José Alejandro
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1314678937	DIRECCIÓN	San Clemente
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0995767534	CARRERA/FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Quinto

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Moncayo Villavicencio	NOMBRES	María Mar

NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1315636926	DIRECCIÓN	Barrio El Astillero
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0979489445	CARRERA/FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Séptimo

<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO</b>			
APELLIDOS	Zambrano Macías	NOMBRES	Edgar Gabriel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1315608834	DIRECCIÓN	San Vicente
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0968635000	CARRERA/FACULTAD	Hotelería, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Hotelería	SEMESTRE	Cuarto

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Ramos Salazar	NOMBRES	Junior Alfredo
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1311417347	DIRECCIÓN	San Vicente
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0993536569	CARRERA/FACULTAD	Hotelería, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Hotelería	SEMESTRE	Cuarto

LÍDER DEL PROYECTO (PROFESOR TITULAR O NO TITULAR A TIEMPO COMPLETO)			
APELLIDOS	Carvajal Zambrano	NOMBRES	Gema Viviana
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1312050105	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Chone, parroquia San Antonio
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniera Comercial mención Proyectos de Inversión	TITULO CUARTO NIVEL	Magister en Administración de Empresas con mención en

			Marketing
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente Contratada	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Marketing Extensión Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0998256422
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	vivicarvajalzambrano@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	gema.carvajal@uleam.edu.ec

LÍDER DEL PROYECTO (PROFESOR TITULAR O NO TITULAR A TIEMPO COMPLETO)			
APELLIDOS	Almeida Lino	NOMBRES	Erika Vanessa
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0921886420	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leónidas Plaza
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniera en Sistemas	TITULO CUARTO NIVEL	Magister en Telecomunicaciones

	Informáticos		
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente Contratada	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente – Responsable de Prácticas Pre Profesionales	CARRERA-FACULTAD	Marketing Extensión Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0988574865
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	kek_1182@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	ericka.almeida@uleam.edu.ec

PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Lemoine Quinteros	NOMBRES	Frank Ángel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0932189863	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	San Vicente
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero en Telecomunicaciones	TÍTULO CUARTO NIVEL	Magister en Administración de Empresas

CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Agregado 3	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO	x	TELÉFONO MÓVIL	0996759458
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	fangel64@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	frank.lemoine@uleam.edu.ec

PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Caicedo Coello	NOMBRES	Eduardo Antonio
NÚMERO DE CÉDULA DE	130564201-7	DIRECCIÓN	



IDENTIDAD		DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TÍTULO TERCER NIVEL	Master en Pedagogía	TITULO CUARTO NIVEL	Doctor en Ciencias Técnicas
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Principal	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Decano	CARRERA-FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	X
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0987870064
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL		CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	Eduardo.caicedo@uleam.edu.ec

PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Subía Veloz	NOMBRES	Roberto Carlos
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	091890027-0	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero Comercial	TITULO CUARTO NIVEL	En proceso
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Agregado	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Presidente de la comisión de aseguramiento de la calidad	CARRERA-FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0985576773

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	robertosubiaveloz@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	Roberto.subia@uleam.edu.ec
-----------------------------------	-----------------------------	--	----------------------------

PROFESORES E INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Zambrano Molina	NOMBRES	Luis Daniel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	096300225-8	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	San Vicente
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero Mecánico	TITULO CUARTO NIVEL	Master en Exploración , Explotación y producción de petróleo
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Auxiliar	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo

CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA- FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0985505736
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	danielzambrano10@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	luis.zambrano@uleam.edu.ec

<b>INVESTIGADORA ADMINISTRATIVA</b>			
APELLIDOS	Pisco García	NOMBRES	Jenifer Doris
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1310905979	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Ciudadela Norte, calle Padre Laennen y Octavio Viteri, Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Economista Ingeniera Contabilidad y Auditoria	TITULO CUARTO NIVEL	

CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD		TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Técnico	CARRERA-FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO	052690713	TELÉFONO MÓVIL	0992281220
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	jpisco_10584@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	jenifer.pisco@uleam.edu.ec
NIVEL DE TITULARIDAD	Nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
TELÉFONO FIJO	052690713	TELÉFONO MÓVIL	0992281220

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	jpisco_10584@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	jenifer.pisco@uleam.edu.ec
-----------------------------------	--------------------------	--	----------------------------

<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO</b>			
<b>APELLIDOS</b>	León Palma	<b>NOMBRES</b>	María Cristina
<b>NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD</b>	2300697378	<b>DIRECCIÓN</b>	Bahía de Caráquez
<b>TELÉFONO FIJO/MOVIL</b>	0993592319	<b>CARRERA/ FACULTAD</b>	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
<b>CARRERA</b>	Marketing	<b>SEMESTRE</b>	Décimo

<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO</b>			
<b>APELLIDOS</b>	Olguín	<b>NOMBRES</b>	Evelyn Carolina
<b>NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD</b>	180466513-9	<b>DIRECCIÓN</b>	Bahía de Caráquez

TELÉFONO FIJO/MOVIL	0985013720	CARRERA/FACULTAD	Turismo, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Turismo	SEMESTRE	Noveno

<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO</b>			
APELLIDOS	Estacio Muñoz	NOMBRES	Mario Jonathan
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131409446-5	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0994881794	CARRERA/ FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Noveno

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Mendoza Sáenz	NOMBRES	Léster Hernán
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131488125-9	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0981085748	CARRERA/ FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Noveno

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Zambrano Zambrano	NOMBRES	Jeniffer Lisseth
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1314993005	DIRECCIÓN	Leónidas Plaza
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0991179016	CARRERA/FACULTAD	Turismo, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Turismo	SEMESTRE	Noveno



ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Andrade Brito	NOMBRES	Ariana Talía
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1315417475	DIRECCIÓN	Leónidas Plaza
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0939856947	CARRERA/FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Quinto

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	García Morán	NOMBRES	José Alejandro
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1314678937	DIRECCIÓN	San Clemente
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0995767534	CARRERA/FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Quinto

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Moncayo Villavicencio	NOMBRES	María Mar
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1315636926	DIRECCIÓN	Barrio El Astillero
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0979489445	CARRERA/FACULTAD	Marketing, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Marketing	SEMESTRE	Séptimo

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Zambrano Macías	NOMBRES	Edgar Gabriel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1315608834	DIRECCIÓN	San Vicente
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0968635000	CARRERA/FACULTAD	Hotelería, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Hotelería	SEMESTRE	Cuarto

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN PROYECTO			
APELLIDOS	Ramos Salazar	NOMBRES	Junior Alfredo
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1311417347	DIRECCIÓN	San Vicente
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0993536569	CARRERA/FACULTAD	Hotelería, Extensión Bahía de Caráquez
CARRERA	Hotelería	SEMESTRE	Cuarto

## **FORMULARIO PARA PRESENTACIÓN DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1. CARRERA:**

Nombre de la carrera proponente del grupo de investigación.

Marketing

### **2. FACULTAD, EXTENSIÓN, CAMPUS:**

Nombre de la facultad proponente del grupo de investigación.

Extensión Bahía de Caráquez.

### **3. NOMBRE DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN**

(Máximo 100 caracteres que caracterice lo esencial del contenido de las tareas del grupo)

### **4. LÍDER DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN**

(Deberán tener prioritariamente el título de 4to nivel de conocimiento de la temática de estudio)

Gema Viviana Carvajal Zambrano, magíster en Administración de Empresas con mención en Marketing

### **5. PROFESORES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN**

Gema Viviana Carvajal Zambrano

Ericka Vanessa Almeida Lino

Frank Ángel Lemoine Quintero

Eduardo Antonio Caicedo Coello

Javier Antonio Zambrano Mero

Roberto Carlos Subía Veloz

Luis Daniel Zambrano Molina

### **6. ESTUDIANTES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN**

María Cristina León Palma

**7. DESCRIPCIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN: PROBLEMÁTICA LOCAL O REGIONAL DE ESTUDIO.**

Debe estar alineado al proyecto, programa y línea de investigación de la universidad

## **CAPÍTULO III**

### **TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

#### **APLICACIÓN DEL MARKETING EXPERIENCIAL EN LA CREACIÓN, PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO POST TERREMOTO DE LA NUEVA IMAGEN DE LOS DESTINOS SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES**

Luego del terremoto del 16 de abril de 2016, la situación socioeconómica de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, quedó ostensiblemente afectada en sus actividades turísticas y comerciales que le impidieron seguir generando economía y desarrollo y por tanto sustento a los habitantes de este sector del país.

La ULEAM, extensión Bahía de Caráquez, a través de la carrera de Marketing y Mercadotecnia sensibles a esta realidad se plantearon el reto de contribuir al levantamiento anímico, social y económico de estos cantones aportando mediante un proyecto de investigación denominado “Aplicación del marketing experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales”.

Con un equipo integrado por docentes y estudiantes se procedió a emprender la tarea de investigar las deficiencias, pero también las fortalezas de la zona norte de Manabí, que lavuelva única frente a otros sectores turísticos, para proyectar a cada cantón con su distintivo de imagen, pero visibilizarlo y venderlo como un solo destino de características múltiples y maravillosas con diversos servicios y comercios que lo vuelvan atractivo a los turistas nacionales y extranjeros.

Proyecto que en la actualidad cuenta con una Sala Creativa, dotada de instrumentos tecnológicos donde los estudiantes de la extensión Bahía de Caráquez, diseñarán, crearán, promocionarán la nueva imagen de los cantones mencionados a través de productos publicitarios visuales y audiovisuales, estrategias de marketing, utilización de redes sociales canales en línea que contribuyan a potencializar la zona norte de la provincia.

César Carbache Mora, Mg.

Líder de proyecto

<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</b>			
<b>CONVOCATORIA GESTIÓN DE LA CIENCIA 2018</b>			
<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN</b>			
CARRERA/FACULTAD: Ingeniería en Mercadotecnia			
1.- DATOS GENERALES			
Título de proyecto de investigación: Aplicación del marketing experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.	Tipología del proyecto de investigación		
	Investigación Básica		
	Investigación Aplicada	X	
	Desarrollo Tecnológico		
ÁREAS DE CONOCIMIENTO			
	Ciencias de la Vida y Salud		
X	Ciencias Sociales		
	Ciencias Exactas		
	Ciencias Técnicas		
Duración del Proyecto (en meses)		36 meses	
Fecha de Inicio:	ENERO 2017	Fecha de terminación (estimada):	DICIEMBRE 2020

<b>Financiamiento: INSTITUCIONAL</b>			
<b>Monto Total \$USD:</b>	US\$ 29.537,25		<b>Financiamiento Externo:</b>
<b>Proyecto de investigación:</b>	<b>Propuesta Nueva</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Unidad Responsable de ejecución (Facultad, Extensión, Campus):</b>
	<b>Propuesta de Continuación</b>	<input type="checkbox"/>	
EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ			

## **2. OBJETIVO GENERAL**

Objetivo general: identificar la finalidad de la investigación. El objetivo responde a las preguntas “qué” y “para qué”. Es el conjunto de resultados cualitativos que el proyecto se propone alcanzar a través de las actividades planificadas.

Desarrollar un conjunto de estrategias inbound de marketing experiencial que permitan la correcta difusión de productos publicitarios experienciales post terremoto, que faciliten el arribo de turistas, el incremento de los ingresos de la población de los destinos objeto de estudio.

## **3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Objetivo(s) específico(s): son los pasos que se han de seguir para la consecución del objetivo general. Deben ser bien delimitados, estar claramente expuestos y se coherentes con el tema propuesto, ser medibles en términos de logros observables y verificable durante el periodo de ejecución del proyecto. Máximo hasta cinco objetivos. Deben ser alcanzados durante del desarrollo de la investigación.



**IMPACTO PROYECTO “APLICACIÓN DEL MARKETING EXPERIENCIAL EN LA CREACIÓN, PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO POST TERREMOTO DE LA NUEVA IMAGEN DE LOS DESTINOS SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES”.**

	METAS CUMPLIDAS	METAS POR CUMPLIR	ACTIVIDADES REALIZADAS
<b>Componente I:</b>			
<b>Actividades:</b>			
Diagnóstico de la situación post terremoto de la imagen en empresas de servicios de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales para determinar la deficiencia en la gestión de la comunicación publicitaria.	X		Salida técnica a los cuatro cantones (octubre 2018) PONENCIA
Análisis del comportamiento, características y preferencias del mercado por segmentos y tendencias.	X		Banco de temas 2 PONENCIAS INTERNACIONALES- CUBA - ESPAÑA
Definición de los mercados metas, de sus necesidades y expectativas.	X		Elaboración de Ponencias a eventos locales, nacionales e internacionales # 23
Análisis de los tipos de mensajes publicitarios utilizados.		X	Publicación de Artículos Científicos en revistas indizadas # 9. En revisión # 4
Análisis de las estrategias publicitarias aplicadas.		X	Temas de titulación 4 cohortes: 2018 (1) y (2). 2019 (1) y (2)
Creación de una sala de investigación de mercadotecnia para la elaboración, diseño, creación y promoción de productos publicitarios visuales y audiovisuales.	X		Creación de Sala Creativa Creación de Revista Digital (Trimestral) 2 números al aire. En diagramación 3era. revista
Capacitación en el manejo de equipos a docentes y estudiantes.		X	Proyecto de Vinculación 2019
Asesoría-capacitación para el mejoramiento de los contenidos publicitarios de acuerdo a cada negocio.	X		Elaboración de Manual para capacitación
Análisis de la imagen y posicionamiento competitivo del negocio.	X		1 artículo revista Marketing Fest; Incubadora de emprendimientos

Aplicación de la matriz de convergencia para la determinación de una estrategia publicitaria a través de medios ATL, BTL y Digitales.		X	Tema de tesis de maestría Lic. César Carbache Mora, <u>Mag.</u>
<b>Componente II:</b>			
Análisis de las propuestas de productos publicitarios de acuerdo a los productos-servicios desarrollados en el destino.		X	Tema de tesis Doctoral <u>Ing Frank Lemoine, Mag</u>
Determinación del mercado meta y posibles estrategias de difusión en los diversos medios existentes.	X		Ponencias .nacional, artículo de revista
Planificación de visitas a empresas público-privadas a nivel nacional para promocionar la nueva imagen de los destinos con materiales publicitarios diseñados.		X	
Elaborar eventos publicitarios de todo tipo en las ciudades más importantes del país para la promoción de la imagen.		X	1- Márquetin <u>Fest.</u> ( libro proceso) 2- Aporte a la 4ta jornada científica 3- L3vanta la cabeza
Creación de contenidos <u>transmedia</u> en base a <u>storytelling</u> que emocionen a la audiencia.		X	Tesis de maestría
Elaboración de materiales publicitarios: dípticos, trípticos, banners, afiches, audiovisuales, entre otros.	X		Trípticos de publicidad
<b>Componente III:</b>			
Implementación de las macro y micro estrategias de difusión, promoción y posicionamiento de la nueva imagen de los atractivos, productos, servicios de los destinos.		X	Artículo de revisita 2
Sistematización de los procesos de posicionamiento de los destinos in situ: lugares de gran asistencia de personas y oficinas gubernamentales y privadas.		X	
Monitoreo de las estrategias <u>inbound</u> de marketing experiencial para ajustar y mejorar las mismas.		X	

## PRODUCCIÓN CIENTÍFICA

Trabajos de titulación 2019

25 sustentados

28 en proceso

4 artículos revistas – 4 en revisión

2 ponencias internacionales 5 nacionales

1 libro

**Actividades:**

De los siguientes objetivos específicos:

1. Diagnosticar la situación post terremoto de la imagen de las empresas de servicios de los cantones Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales para determinar la deficiencia en la gestión de comunicación publicitaria.
2. Crear una sala de investigación de mercadotecnia, con una sala de edición, para la elaboración, diseño, creación, difusión y posicionamiento de productos publicitarios visuales y audiovisuales.
3. Diseñar la imagen desde la perspectiva emocional de los destinos objeto de estudio en base a las características de su público objetivo.

Para cumplir estos tres objetivos se desarrollaron las siguientes actividades:

- Un diagnóstico de la realidad San Vicente - Canoa, a través de dos fichas de imagen y posicionamiento de los comercios.
- Se realizaron los procesos de compras públicas, adquiriendo el 90% de lo planificado.
- Se presentaron 6 ponencias en eventos locales con el binomio docentes-estudiantes.
- Se envió un artículo a nivel regional binomio docentes-estudiantes.
- Se estructuró la sala creativa con los insumos recibidos de la cédula presupuestaria
- Los estudiantes están trabajando en el diseño de imagen desde la perspectiva de los trabajos de titulación.

**4. HIPÓTESIS PRINCIPAL**

Responder de forma amplia a las dudas que el investigador tiene acerca de la relación que existe entre las variables. Se debe llenar cuando amerite.

Si se logra desarrollar un conjunto de estrategias inbound de marketing experiencial que permitan la correcta difusión de productos publicitarios post terremoto, se facilitaría el arribo de turistas, el incremento de los ingresos, los niveles de ocupación de la población de los destinos turísticos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

## 5. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO

Expone de manera concreta el problema científico que el proyecto busca resolver. La descripción del proyecto debe ser concisa y responder a preguntas tales como ¿cuál es el problema? ¿por qué es importante investigar sobre el tema? ¿qué se conoce al respecto hasta ahora? ¿cómo lo va a hacer? ¿cuáles son los resultados esperados?

Se proponen los siguientes apartados para mejorar la exposición de esta sección (ignorar aquellos que no apliquen).

### e. Introducción

El incremento de la competencia en los mercados y la existencia de una mayor competitividad entre las empresas, así como los cambios en el comportamiento de compra de los consumidores ha puesto de manifiesto la necesidad de adoptar una concepción del marketing más adaptada a la realidad actual del mercado y de las demandas de los consumidores (Palmer, 2010; Srinivasan y Srivastava, 2010). Así surge el denominado de los últimos avances de la disciplina del marketing, que se dirige a ofrecer al consumidor una experiencia de consumo única, estableciendo una vinculación con la marca o empresa, basada en las emociones, sentimientos o pensamientos, entre otros aspectos, que despierta el producto en el consumidor.

### f. Marco teórico

Según Schmitt (2006), el marketing experiencial se refiere a la creación de diferentes tipos de experiencias para los clientes, este se diferencia en ciertos aspectos esenciales del marketing tradicional, el cual se centra en las características y ventajas de un producto o servicio. Asimismo, señala que en la actualidad los consumidores dan por hecho cosas como: las características, ventajas funcionales, la calidad del producto o una imagen de marca positiva. Ahora los individuos desean productos, comunicaciones y campañas de marketing que encandilen sus sentidos, es decir, que realmente les lleguen al corazón, estimulen su mente generando experiencias.

Por su parte Lenderman y Sánchez (2008), aseguran que el marketing experiencial es una disciplina cuyo centro es el consumidor. Según estos autores, debe haber reciprocidad personal entre la publicidad y el marketing. Además, aseguran referirse a una metodología basada en la interacción humana. La finalidad es que el consumidor tenga una experiencia positiva con el mensaje del producto o de la marca.

En ese mismo orden de ideas, Niembro y Rivero (2010), explican que el marketing

experiencial también es conocido como marketing emocional o de sensaciones, el cual supone la puesta en marcha de una poderosa estrategia para poder diferenciarse de la competencia cuando parece que todo está dicho sobre algún producto o servicio. Esto se debe a que lo más importante no es el qué, sino el cómo, es decir, cómo lo vendes, con cuáles estrategias.

En ese caso, apelar a las emociones es parte de la actualidad en marketing, porque son muy diversas, permitiendo a los mercadólogos explorar en un sinnúmero de oportunidades, considerando que cada individuo tiene una percepción diferente sobre el mundo que le rodea. En ese sentido, los clientes no se comportan siempre de modo racional, según explican los autores, sino el componente emocional es el determinante al momento de elegir el producto.

En ese sentido, se establece el marketing experiencial como la creación de diferentes tipos de experiencias deseadas por los consumidores, para lograr diferenciarse de la competencia. Es vital crear una conexión directa con la marca de productos libres de gluten, a través de experiencias únicas, permitiendo así el posicionamiento de la misma en la mente de los clientes celíacos.

#### **g. Preguntas de investigación**

¿Cómo incide la aplicación del marketing experiencial en la creación de la imagen de un producto?

¿Qué recursos comunicacionales publicitarios experienciales se requieren para promocionar un destino?

¿Qué estrategias del marketing experiencial ayudarían a potenciar la difusión de una marca ciudad?

¿Qué tipo de contenidos experienciales se necesitarán para posesionar las marcas de destino, productos y servicios?

#### **h. Justificación**

Esta investigación se justifica por la necesidad de visibilizar local, nacional e internacionalmente los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, desde la perspectiva macro (como marca ciudad) y micro (como empresas de servicios), post terremoto, en base a un análisis FODA de las empresas para crear, promocionar, difundir y posicionar la nueva imagen de estos cantones, sus comercios y servicios; aplicando estrategias emocionales, sensoriales que posibilita el marketing experiencial, con la finalidad de mejorar el arribo de turistas (por ser una zona netamente turística), y con

ello el incremento de los ingresos, los niveles de ocupación, mejorando el estilo de vida de la población de los destinos objeto de estudio.

## **i. Metodología**

### **a. Diseño del estudio**

La presente investigación será de tipo descriptiva, explicativa, a partir de métodos inductivo, deductivo, analítico, sintético, estadístico, hipotético, deductivo, en base a un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), ya que se trabajará en los grupos objetivos de los cinco cantones objeto de estudio.

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

El muestreo se realizará a partir de la norma ISO2853 muestreo de aceptación por tributos del 2014.

### **c. Definición de variables**

Las variable que propone esta investigación son:

Variable independiente

- Aplicación de marketing experiencial
- Variable dependientes
- Creación de piezas publicitarias experienciales
- Promoción estratégica de piezas publicitarias experienciales
- Difusión de productos publicitarios experienciales
- Posicionamiento de la imagen

### **d. Medición de variable y procedimientos**

Para la medición de las variables se construirán instrumentos semi estructurados y estructurados en base a la escala de Likert, la misma que permitirá conocer la comprensión de las opiniones y actitudes de un consumidor hacia una marca, producto o mercado meta.

### **e. Estandarización**

Debido a que la investigación propuesta tiene por objetivo “Desarrollar un conjunto de estrategias inbound de marketing experiencial” se estructurarán instrumentos cualitativa y cuantitativa con criterios, contenidos y variables que permitan estructurar campañas de creación, difusión y posicionamiento de una nueva imagen.

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

Antes del manejo de los datos se utilizará la herramienta OpenREFINE, para limpiar la base de datos generada, con la finalidad de aplicar las estrategias específicas en el diseño de la nueva imagen de los destinos objeto de estudio.

#### **g. Análisis estadístico**

El análisis estadístico del proceso de la recogida de la información se la realizará con instrumentos como los softwares: QDA Miner que analizará la parte cualitativa de la investigación y el SPSS que nos permitirá conocer la parte cuantitativa de la misma.

#### **j. Consideraciones éticas**

Las consideraciones éticas que plantea la investigación son entre otras:

- Desarrollar las zonas de influencia en la que se aplicará la investigación.
- Tendrá una validez científica, ya que los intervinientes o entrevistados no perderán su tiempo en facilitarnos la información.
- Las personas para la recogida de la información serán justas y equitativamente consideradas sin prejuicios personales y de preferencias.
- El riesgo de los participantes será mínimo en consideración de los beneficios que obtendrán aportando con sus respuestas.
- Los participantes serán informados y se les pedirá antes de participar su consentimiento para la recogida de la información.
- Todos los entrevistados que participen en la investigación tendrán protegida su privacidad.

#### **k. Resultados esperados**

##### **a. Productos esperados**

Los productos que se generarán y aportarán al desarrollo de la presente investigación serán:

- Proyectos de vinculación
- Temas de investigación de titulación
- Artículos científicos
- Ponencias
- Temas de tesis de maestrías

- Temas para tesis doctoral / PhD
- Publicación de libros

## **6. REFERENCIAS**

- Barrios, M. (2012). Marketing de la experiencia: principales conceptos y características. *Revista Palermo Busines Review*, 7, 67-89.
- Bravo, C. (2013). Marketing de guerrilla para emprendedores valientes. La esfera de los libros.
- García, J. (2011). *Neuromarketing: Alicia y el espejo. El otro lado del marketing*. Ediciones Starbook.
- Schmitt, B. (2006). *Experiential marketing*. Ediciones Deusto.
- Kotler, P. (2012). *Los diez pecados capitales del marketing: signos y soluciones*. Ediciones Gestión 2000.
- Lenderman, M. (2008). *Marketing experiencial: la revolución de las marcas*. Edición ESIC.
- Lindstrom, M. (2008). *Buyology: verdades y mentiras sobre por qué compramos*. Ediciones Gestión 2000.
- Levinson, J. (1993). *La excelencia en el marketing guerrillero: 50 reglas de oro para el éxito de la empresa*. Ediciones Deusto.
- Martí, J. y Muñoz, P. (2008). *Engagement marketing: una nueva publicidad para un marketing de compromiso*. Ediciones Pearson Educación.
- Oliver, X. y Serra, E. (2013). *Marcas que sueñan*. Ediciones Libros de cabecera.
- Palmer, A. (2010). Customer experience management: a critical review of an emerging idea. *Journal Service Marketing*, 24(3), 196-208.
- Pine, J. y Gilmore, J. (1999). *Welcome to the experience economy*. Edición Harvard Business.
- Roberts, K. (2005). *Lovemarks: el futuro más allá de las marcas*. Edición Empresa Activa.
- Pacheco, M. (2008). *Street marketing el espectáculo está en la calle, en La publicidad en el contexto digital*. Comunicación social ediciones y publicaciones.
- Srinivasan, S. y Srivastava, R. (2019). Creating the futuristic retail experience through experience marketing: is it possible? an exploratory study. *Journal of Retail and Leisure Property*, 9(3), 193-199.



## **7. RESUMEN EJECUTIVO**

Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto. Incluye introducción, objetivo general, métodos y resultados esperados.

El incremento de la competencia en los mercados y la existencia de una mayor competitividad entre las empresas, así como los cambios en el comportamiento de compra de los consumidores ha puesto de manifiesto la necesidad de adoptar una concepción del marketing más adaptada a la realidad actual del mercado y de las demandas de los consumidores (Palmer, 2010; Srinivasan y Srivastava, 2010). El objetivo general de la presente investigación es desarrollar un conjunto de estrategias inbound de marketing experiencial que permitan la correcta difusión de productos publicitarios experienciales post terremoto, que faciliten el arribo de turistas, el incremento de los ingresos, los niveles de ocupación de la población de los destinos objeto de estudio. La investigación será de tipo descriptiva, explicativa, a partir de métodos inductivo, deductivo, analítico, sintético, estadístico, hipotético deductivo en base a un enfoque Mixto (cualitativo-cuantitativo), ya que se trabajará con los grupos objetivos de los cinco cantones objeto de estudio. Los resultados o productos esperados son: Proyectos de vinculación, Temas de investigación de titulación, Artículos científicos, Ponencias, Temas de tesis de maestría, Temas para tesis doctoral / PhD, Publicación de libros.

## **8. DESCRIBIR LOS IMPACTOS DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DEL PROYECTO**

Los impactos que prevé la investigación son:

- Visibilizar la nueva imagen comercial y de servicio de cada uno de los cantones objeto de estudio.
- Posicionar la marca ciudad y la de los comercios y servicios en el ámbito local, nacional e internacional.
- Hacer competitivos los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales tanto comercial como turísticamente.
- Incrementar el arribo de turistas, la generación de nuevos negocios creando nuevos puestos de trabajo.
- Mejorar el estilo de vida de los ciudadanos residentes de la zona norte de Manabí.

9.- BENEFICIARIOS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO							
Beneficiarios Directos	Comercios, negocios, empresas, entre otros.				Beneficiarios Indirectos	Residentes de cada cantón	
Empleo Directo	Hombres				Empleo Indirecto	Hombres	
	Mujeres					Mujeres	
% Insumos Nacionales	100%				% Insumos Importados	100%	
10.- BENEFICIARIOS EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PLAZAS DE TRABAJO)							
CALIFICADO	HOMBRES				NO CALIFICADO	HOMBRES	
	MUJERES					MUJERES	
TOTAL							
GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA							
Capacidades Diferentes					Mujeres Embarazadas		

Privadas de Libertad					Enfermedades		
					Catastróficas		
<b>11.- PARTICIPANTES EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>							
<b>LIDER DEL PROYECTO (PROFESOR <small>LIDER DEL PROYECTO / PROFESOR</small> TITULAR TIEMPO COMPLETO)</b>							
APELLIDOS	Carbache Mora		NOMBRES	César Arturo			
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0910578848		DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Rocafuerte 506. Parroquia Leonidas Plaza			
TITULO TERCER NIVEL	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social		TITULO CUARTO NIVEL	Maestría en Educación Superior (título en trámite). Maestría en Comunicación Digital (En estudio).			
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Titular Auxiliar con nombramiento		TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo			

CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Marketing, Turismo, Hotelería
TELÉFONO FIJO	05 2398045	TELÉFONO MÓVIL	0985348495
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	<a href="mailto:cesarbahia65@gmail.com">cesarbahia65@gmail.com</a>	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:cesar.carbache@uleam.edu.ec">cesar.carbache@uleam.edu.ec</a>

<b>CO-LÍDER (PROFESOR TITULAR O NO TITULAR A TIEMPO COMPLETO )</b>			
APELLIDOS	Herrera Bartolomé	NOMBRES	Jenny Carolina
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	130817076-8	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniera en Marketing	TITULO CUARTO NIVEL	Máster en marketing
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Hotelería, Turismo, Marketing
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0986954942

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	<a href="mailto:jenca27-msn@hotmail.com">jenca27-msn@hotmail.com</a>	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:Jenny.herrera@uleam.edu.ec">Jenny.herrera@uleam.edu.ec</a>
CO-LÍDER PROFESOR TITULAR O NO TITULAR A TIEMPO COMPLETO			
APELLIDOS	Villacis Zambrano	NOMBRES	Lilia Moncerrate
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1304583048	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Barrio San Francisco. Calle Dimas Zambrano. San Vicente
TÍTULO TERCER NIVEL	Licenciada en ciencia de la educación. Administradora y supervisora educativa	TÍTULO CUARTO NIVEL	Máster en desarrollo de la inteligencia Doctora en ciencias administrativas
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Titular auxiliar	TIEMPO DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Marketing, Turismo, Hotelería
TELÉFONO FIJO	052674671	TELÉFONO MÓVIL	0982742817
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	liviza@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:lilia.villacis@uleam.edu.ec">lilia.villacis@uleam.edu.ec</a>
PROFESORES INVESTIGADORES			

APELLIDOS	Iriarte Vera	NOMBRES	Edison Rafael
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131193260-0	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Chone
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero en marketing	TÍTULO CUARTO NIVEL	Máster en administración
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Marketing, Turismo, Hotelería
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	099104554
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	rafael_10_20@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:rafael.iriarte@uleam.edu.ec">rafael.iriarte@uleam.edu.ec</a>
PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Carvajal Zambrano	NOMBRES	Gema Viviana
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1312050105	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Chone, parroquia San Antonio
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniera comercial	TÍTULO CUARTO NIVEL	Magíster en administración de

			empresas con mención en marketing
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente contratada	TIEMPO DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente - Miembro comisión de Vinculación	CARRERA-FACULTAD	Marketing
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0998256422
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	<a href="mailto:gemavivi@hotmail.com">gemavivi@hotmail.com</a>	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:gema.carvajal@uleam.edu.ec">gema.carvajal@uleam.edu.ec</a>
PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Almeida Lino	NOMBRES	Ericka Vanessa
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0921886420	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniera en sistemas informáticos	TÍTULO CUARTO NIVEL	Magíster en telecomunicaciones
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente contratada	TIEMPO DEDICACIÓN	Completo

CARGO ACTUAL	Docente - Responsable de prácticas preprofesionales	CARRERA-FACULTAD	Marketing
TELÉFONO FIJO	052398774	TELÉFONO MÓVIL	0988574865
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL		CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	ericka.almeida@uleam.edu.ec
PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Lemoine Quintero	NOMBRES	Frank Ángel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0932118986-3	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Barrio San Francisco San Vicente
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero en ciencias de la comunicación	TÍTULO CUARTO NIVEL	Magíster en administración
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Titular auxiliar	TIEMPO DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Marketing, Turismo, Hotelería
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0996759458



CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	fangel64@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:frank.lemoine@uleam.edu.ec">frank.lemoine@uleam.edu.ec</a>
PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Mejía Ruperti	NOMBRES	Luis Miguel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131143763-4	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Manta
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero en marketing	TÍTULO CUARTO NIVEL	Magíster en admnistración
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Marketing, Administración de empresas hoteleras, Mercadotecnia
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0960933222
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	fangel64@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:luis.mejia@uleam.edu.ec">luis.mejia@uleam.edu.ec</a>
PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Muñoz Chávez	NOMBRES	Jorge Armando

NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1309702742	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Manta
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero en comercio exterior y negocios internacionales	TÍTULO CUARTO NIVEL	Magíster en comercio exterior mención en gestión tributaria aduanera Especialista en diseño curricular por competencias
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Contabilidad y auditoría, mercadotecnia, hospitalidad hotelera, administración de empresas hoteleras
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0960933222
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL		CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	jorge.armando@uleam.edu.ec
<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO</b>			
APELLIDOS	Delgado Caicedo	NOMBRES	Yoselin Liceth
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1316745957	DIRECCIÓN	Leonidas Plaza

TELÉFONO FIJO/MÓVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO</b>			
APELLIDOS	Alcívar Basurto	NOMBRES	Leonor Hernán
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131357802-1	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MÓVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO</b>			
APELLIDOS	Arteaga Vélez	NOMBRES	María Guadalupe
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1350811798	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez

TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO</b>			
APELLIDOS	Coello Macías	NOMBRES	Ramón Andrés
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131311806-7	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO</b>			
APELLIDOS	Farías Vélez	NOMBRES	Maricela Dalita

NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	171608352-8	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
<b>ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO</b>			
APELLIDOS	Figueroa Lucas	NOMBRES	Ariana Roxana
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131329028-8	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Superior
		FACULTAD	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Marín Moreira	NOMBRES	Michell Estefanía
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131477622-8	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Moreira Guanoluisa	NOMBRES	Gladys Valeria
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131600514-7	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Mosquera Lindao	NOMBRES	Patricio Raul
NÚMERO DE CÉDULA DE INDENTIDAD	131332269-5	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Mendoza Saen	NOMBRES	Lester
NÚMERO DE CÉDULA DE INDENTIDAD	131488125-9	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Zambrano Andrade	NOMBRES	Nicoll
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131340218-0	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Ureta Reina	NOMBRES	Gregoria Jesús
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131340218-0	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez



ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Zambrano Zambrano	NOMBRES	Walter Jesús
NÚMERO DE CÉDULA DE INDENTIDAD	035023184-9	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez
ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Torres Endara	NOMBRES	María José
NÚMERO DE CÉDULA DE INDENTIDAD	131505844-4	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Villacís	NOMBRES	Ana
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131477442-1	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Ureta	NOMBRES	Sara
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131441895-3	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Nevárez	NOMBRES	Joel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131317750-1	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TELÉFONO FIJO/MOVIL		CARRERA	Marketing
CORREO ELECTRÓNICO/		FACULTAD	Extensión Bahía de Caráquez

COLABORADORA ÁREA ADMINISTRATIVA			
APELLIDOS	Zambrano Quijije	NOMBRES	José Eduardo
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	131189703-5	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero en Turismo		
CARGO:	Auxiliar		
CORREO ELECTRÓNICO	j-eduardodj@hotmail.com		Eduardo.quijie@uleam.edu.ec

## **FORMULARIO PARA PRESENTACIÓN DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **CARRERA:**

Nombre de la carrera proponente del grupo de investigación.

Licenciatura en Marketing

### **FACULTAD, EXTENSIÓN, CAMPUS:**

Nombre de la Facultad proponente del grupo de investigación.

Extensión Bahía de Caráquez

**NOMBRE DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN** (Máximo 100 caracteres que caracterice lo esencial del contenido de las tareas del grupo).

Aplicación del marketing experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

**LÍDER DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN** (deberán tener prioritariamente el título de 4to nivel en el área de conocimiento de la temática de estudio).

### **PROFESORES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN.**

1. Carbache Mora César Arturo
2. Herrera Bartolomé Jenny Carolina
3. Villacís Zambrano Lilia Moncerrate
4. Carvajal Zambrano Gema Viviana
5. Almeida Lino Ericka Vanessa
6. Lemoine Quintero Frank Angel
7. Mejía Rupert Luis Miguel
8. Muñoz Chávez Jorge Armando

### **ESTUDIANTES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN.**

Ver Anexo

**DESCRIPCIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN: PROBLEMÁTICA LOCAL O REGIONAL DE ESTUDIO. Debe estar alineado al proyecto, programa y línea de investigación de la Universidad.**

La falta del hábito de la lectura se nota en la universidad. La mayoría de los estudiantes se resisten a leer; les gustaría conformarse con lo que uno les da en clase; si leen, lo hacen a medias, por consiguiente les cuesta escribir, es por esta razón que se ve necesario crear espacios para manejar nuevas técnicas de lectura y escritura donde los estudiantes dejen los “métodos tradicionales” de lectoescritura que no potencian la comprensión de lectura, sino solo la decodificación, o sea, los estudiantes leen, pero no entienden.

La producción científica que se obtienen de los estudiantes junto con sus maestros en los grupos, como en el grupo científico, y trabajo coordinado dentro de las asignaturas les sirve de base para cumplir la misión, conseguir la visión y objetivos estratégicos, mediante la aplicación de las políticas y la implementación de las estrategias establecidas por los procesos de investigación, orientadas a proporcionar productos sus artículos, trabajos de titulación y experiencias preprofesionales.

Estudiantes de 2do.3ro.5to.6to.7mo.8avo. Semestre de Marketing Estudiantes de 2do.5to.7mo. Semestre de Turismo

-Las actividades a cumplir las realizarán los estudiantes desde cada una las asignaturas acompañados por los docentes de las mismas.

28 estudiantes de trabajo de titulación

71 estudiantes del grupo científico estudiantil de 3ero, 4to 6to año de marketing.

**1. DESCRIPCIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN: PROBLEMÁTICA LOCAL O REGIONAL DE ESTUDIO. Debe estar alineado al proyecto, programa y línea de investigación de la Universidad.**

Línea de investigación 3. Ecología, Medio Ambiente y Sociedad y pertenece al Programa Desarrollo del turismo sostenible y del marketing experiencial para el posicionamiento post terremoto de los destinos Sucre-San Vicente-Jama-Pedernales

**Cronograma.** Ordena en el tiempo las actividades relevantes para el desarrollo de la investigación. El grueso de estas actividades se desprende de la metodología

que se detalló anteriormente, y persigue alcanzar los objetivos del proyecto.

El cronograma de actividades se presenta como un cuadro con las siguientes columnas:

- a) Actividad: Nombre de la actividad.
- b) Descripción: Descripción breve de la misma.
- c) Responsables: Miembros del grupo que van a participar en ella.
- d) Presupuesto: Valoración monetaria de la actividad.
- e) Duración: Tiempo de realización de la actividad

### **ESTUDIANTES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN.**

Ver Anexo

### **ESTUDIANTES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN.**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Cédula No.</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<b>CELULAR No.</b>
ZAMBRANO CEVALLOS LEIDY VANESSA	1314913888	lzcevallos86@gmail.com	0967313115
ZAMBRANO ZAMBRANO CARLOSWILIAMS	1350231864	carloswilliamszambrano@gmail.com	098000155
ARTEAGA GÓNGORA EVELYN MARIELA	1313176305	<a href="mailto:mariela.gn1995@gmail.com">mariela.gn1995@gmail.com</a>	096011249
COELLO MACÍAS RAMÓN ANDRÉS	1313118067	<a href="mailto:monchoandres51@gmail.com">monchoandres51@gmail.com</a>	097970675
FARÍAS VELEZ MARICELA DALITA	1726083528	<a href="mailto:fariasmari16@hotmail.com">fariasmari16@hotmail.com</a>	099116427

FIGUEROA LUCAS ARIANA ROXANA	1313290288	<a href="mailto:arirox-2016@hotmail.com">arirox-2016@hotmail.com</a>	098151184
LOOR REZABALA VANESSA LICETH	1315364883		0978797104
MARIN MOREIRA MICHELL ESTEFANÍA	1314776228	<a href="mailto:michu.michu.95@gmail.com">michu.michu.95@gmail.com</a>	0959945712
MENDOZA SAENZ LESTER HERNÁN	1314881259	<a href="mailto:lestermendoza21@gmail.com">lestermendoza21@gmail.com</a>	0967850018
MOREIRA GUANOLUISA GLADYS VALERIA	1316005147	valery.moreira,g@gmail.com	0969148595
SALTOS SALTOS JENNIFER ESTHER	0705660058	<a href="mailto:jennifita95@gmail.com">jennifita95@gmail.com</a>	0990018470
ZAMBRANO ANDRADE STEFANYNICOLL	1313402180	<a href="mailto:nicoza96@gmail.com">nicoza96@gmail.com</a>	0988601294

**2. DESCRIPCIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN: PROBLEMÁTICA LOCAL O REGIONAL DE ESTUDIO. Debe estar alineado al proyecto, programa y línea de investigación de la Universidad.**

La falta del hábito de la lectura se nota en la universidad. La mayoría de los estudiantes se resisten a leer; les gustaría conformarse con lo que uno les da en clase; si leen, lo hacen a medias, por consiguiente les cuesta escribir, es por esta razón que se ve necesario crear espacios para manejar nuevas técnicas de lectura y escritura donde los estudiantes dejen los “métodos tradicionales” de lectoescritura que no potencian la comprensión de lectura, sino solo la decodificación, o sea, los estudiantes leen, pero no entienden.

La producción científica que se obtienen de los estudiantes junto con sus

maestros en los grupos ,como en el grupo científico, , y trabajo coordinado dentro de las asignaturas les sirve de base para cumplir la misión, conseguir la visión y objetivos estratégicos, mediante la aplicación de las políticas y la implementación de las estrategias establecidas por los procesos de investigación, orientadas a proporcionar productos sus artículos, trabajos de titulación y experiencias pre profesionales.

Estudiantes de 2do.3ro.5to.6to.7mo.8avo. Semestre de Marketing Estudiantes de 2do.5to.7mo. Semestre de Turismo

-Las actividades a cumplir las realizarán los estudiantes desde cada una las asignaturas acompañados por los docentes de las mismas.

28 estudiantes de trabajo de titulación

71 estudiantes del grupo científico estudiantil de 3ero, 4to 6to año de marketing



Responsables: Miembros del grupo que van a participar en ella.

Presupuesto: Valoración monetaria de la actividad.

Duración: Tiempo de realización de la actividad

<b>CRONOGRAMA VALORADO</b>															
Actividad	Descripción	Responsable	Presupuesto	Duración: tiempo/mes (puede variar)											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fase 1 2018	Organización y Diagnóstico	César ACarbache Mora	11 029.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Fase 2				X	X	X									
Fase 2 2019	Implementación de las estrategias de Mejora	Jimmy Caicedo	11 629.00				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Fase 3 2020	Prueba piloto, reajuste y Puesta en marcha	César ACarbache Mora	7 881.00		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Total			30000.00												

### 13. PRESUPUESTO

En el presupuesto se da cuenta de los costos de la investigación. El presupuesto se presenta en tablas por rubro de gasto. Se recuerda que en esta edición de la Convocatoria 2018 se considera un tope máximo de 10.000 USD por programa de investigación.

El financiamiento de equipos y materiales se realizará buscando la interdisciplinariedad y coparticipación de las diferentes unidades académicas de la ULEAM.

#### CÉDULA PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO DE MARKETING

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	Aplicación del marketing experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento, post terremoto de la nueva imagen de destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.					
<b>EXTENSIÓN</b>	BAHÍA					
<b>MONTO</b>						
<b>MODIFICACIÓN DE ITEMS</b>						
<b>Presupuesto 2019</b>						
<b>RUBRO</b>	<b>DESGLOSE</b>					
	<b>CANT.</b>	<b>TIEMPO (meses)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>IVA</b>	<b>TOTAL</b>
Acondicionador de aire Split 36 milBTU	2	Unidad	1,210.0000	2,420.0000	290.40	2,710.4000
Reguladores	25	Unidad	65.0000	1,625.0000	195.00	1,820.0000
					SUBTOTA	4,530.4000
					SUBTOTAL GENERAL	4,530.4000

# **CAPÍTULO IV**

## **TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

### **DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA HISTÓRICO ARQUEOLÓGICO PARA EL DESTINO COSTA NORTE**

Las costas del Pacífico fueron los lugares por donde llegaron los colonizadores. En el caso de Ecuador, éstos hicieron su arribo por el litoral de la actual provincia de Manabí y se encontraron con los pobladores de esta área, quienes tenían una organización política y religiosa. De aquí nacen las variables Arqueología e Historia para el proyecto de investigación con un enfoque turístico.

Los trabajos realizados para el proyecto de investigación han sido de las etapas pre colombianas de las culturas asentadas en los cantones de la zona norte de Manabí. Este trabajo ayudó a ubicar resultados investigativos de vestigios en arqueológica existentes en la zona, posibilitando un análisis global e integral de los cantones que hoy tienen evidencias arqueológicas para ofrecer a las personas que lo visitan. El mismo que ayudó a realizar un mapeo de los lugares con potencial arqueológico, teniendo como base una geo referencia y mapas de cada cultura existente. Además, se fundamenta con estudios por parte de reconocidos arqueólogos y antecedentes de investigaciones científicas de Karen Sthoter, César Veintimilla, Jorge Marcos, Emilio Estrada, Juan de Velasco.

Se manifiesta que el material presentado servirá como referente para las instituciones, ONG's, GAD's empresas privadas; para que determinen políticas de desarrollo e iniciativas que contribuyan al progreso y a la reformulación en al ámbito turístico histórico y cultural. Además, que sirva para trabajar de manera mancomunada con los cantones investigados y con las instituciones involucradas.

Todo el trabajo realizado hasta el momento se encuentra en el compendio crítico, entregado al departamento de investigación de la extensión Bahía de Caráquez y a su vez en la matriz. La investigación sigue abierta en las localidades mencionadas anteriormente, en los temas relacionados con la historia y la arqueología, con la finalidad de crear una ruta turística y así contribuir al desarrollo económico, social y cultural de los cantones Pedernales, Jama, San Vicente y Sucre.

Meneses Pantoja William René, Mg.  
Líder de proyecto

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ			
CONVOCATORIA GESTIÓN DE LA CIENCIA 2018			
<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN</b>			
CARRERA/FACULTAD: Extensión Bahía de Caráquez			
1.- DATOS GENERALES			
Título del proyecto de investigación: Diseño de una ruta turística arqueológica-histórica. Caso costa norte de la provincia de Manabí.	Tipología del Proyecto de Investigación		
	Investigación Básica		
	Investigación Aplicada		X
	Desarrollo Tecnológico		
ÁREAS DE CONOCIMIENTO			
	Ciencias de la Vida y Salud		
X	Ciencias Sociales		
	Ciencias Exactas		
X	Ciencias Técnicas		
Duración del Proyecto (en meses)		36 MESES	
Fecha de Inicio:	Enero 2017	Fecha de terminación (estimada):	Diciembre 2020
Financiamiento:			

Monto Total \$USD:	11.200,00		Financiamiento Externo:	
Estado del proyecto de investigación	Propuesta Nueva	X	Unidad Responsable de ejecución (Facultad, Extensión, Campus):	Extensión Bahía de Caráquez
	Propuesta de Continuación			
<b>2. OBJETIVO GENERAL</b>				

### Objetivo general

Diseñar una ruta turística arqueológica-histórica. Caso costa norte de la provincia de Manabí, para incrementar la oferta, el arribo de turistas, la eficiencia y eficacia del destino Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales

### 3.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS CUMPLIDAS	METAS POR CUMPLIR
1. Levantamiento de la información de los atractivos y recursos en la zona norte de la provincia de Manabí. Especialmente los relacionados con los recursos históricos, culturales y arqueológicos.	X	
2. Jerarquizar los atractivos existentes para su posterior identificación y comparación con otros inventarios levantados en años anteriores.	X	
3. Analizar la posible demanda en función de las necesidades del mercado tanto del turismo nacional e internacional que llega al Ecuador.		X

	4. Realizar la propuesta de ruta arqueológica Pedernales.		X	
<p>En el proceso de desarrollo del proyecto se han cumplido dos objetivos, el primero y el segundo con las fases correspondientes.</p> <p>El objetivo 1 que se encuentra en la primera fase, se hizo un levantamiento de información de los recursos arqueológicos de la zona, San Isidro y Pedernales, utilizando la ficha diagnóstica, la misma que proporcionó información pertinente para sacar dos artículos que fueron sustentados en la Jornada Científica del cantón Pedernales con los temas Diagnóstico situacional del patrimonio arqueológico ubicado en el cantón Pedernales y Estado y conservación de los atractivos arqueológicos ubicados en la parroquia San Isidro.</p> <p>El segundo objetivo que se encuentra en la fase 2 se cumple con 19 temas de trabajo de titulación referente a jerarquización de atractivos, productos turísticos, los mismos que se han llevado a artículos, con temas muy significativos como estrategias para la sostenibilidad de negocios turísticos, calidad de servicios turísticos, parajes turísticos, mitos y leyendas en rescate de la cultura y otros que se han expuesto en el congreso científico de la Extensión Chone.</p>				
<b>4. HIPÓTESIS PRINCIPAL</b>				
<p>Responde de forma amplia a las dudas que el investigador tiene acerca de la relación que existe entre las variables. Se debe de llenar cuando amerite.</p>				
<p>Con la implementación de una ruta turística arqueológica-histórica. Caso costa norte de la provincia de Manabí, se verá mejorado el incremento de la oferta, el arribo de turistas, la eficiencia y eficacia del destino turístico Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales.</p>				

## **5. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO**

### **2. Introducción**

El continente americano y particularmente lo que comprende América Central y del Sur, constituyó un asiento permanente de muchas culturas, cuyos legados es motivo de estudio de la arqueología, los mayas, los aztecas en México y Guatemala, el mismo imperio incásico en la región andina lo que corresponde hoy día a Bolivia, Perú y Ecuador, son referentes de esa diversidad de culturas precolombinas, circunscribiendo a lo que hoy es Ecuador. Se conoce por estudios realizados por arqueólogos nacionales y extranjeros como Emilio Estrada, Karen Stohert, Uber Laker, profesores del Smithsonian de los Estados Unidos cuyas investigaciones demostraron la diversidad de asentamientos con determinado grado de complejidad existente mucho antes de la misma llegada de los incas y otras culturas Centro Americanas.

Al hablar de arqueología en la provincia de Manabí, se manifiesta que ha tenido una acogida importante no solo en la comunidad como tal, sino que se han convertido sus áreas en verdaderos centros históricos que aportan a la investigación, educación y el turismo; es decir, que desde la puesta en marcha de proyectos de investigación en sitios arqueológicos, los mismos se han posicionado como una puerta abierta a la historia de aquellas sociedades que habitaron la costa del Ecuador antes de la llegada de los colonos españoles, entre ellos Francisco Pizarro, Pedro de Alvarado entre otros.

En lo particular la zona norte de la provincia de Manabí, sobre sale las narraciones del padre Juan de Velasco y señala dentro de la historia del Ecuador, que hace miles de años existió una cultura llamada Caran o Caras, que este grupo humano subió a la región andina para luego constituirse en el reino de Quito que es génesis de lo que hoy es Ecuador.

La zona norte se ha encontrado presencia de la cultura Valdivia, Chorrera, Bahía, Jama Coaque y Manteñamás hacia el sur.

### **3. Marco Teórico**

#### **Turismo arqueológico, turismo histórico**

El Arqueoturismo o Turismo Arqueológico es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. Ciertamente es que en el imaginario cuando se habla de turismo arqueológico vienen a la mente imágenes de Egipto, Grecia, Italia, Túnez, Turquía, México o Perú (Tresserras, 2004).

A nivel centro y sur América, Perú y México se han posicionado fuertemente en el

turismo de arqueología con sus productos estrellas como Machu Pichu, y las pirámides Mayas, pero en el mercado internacional a Ecuador no se lo asocia como un destino de turismo arqueológico, por lo tanto es un producto que requiere de mayor atención por parte de las autoridades del Ministerio de Turismo y Patrimonio Cultural del Ecuador para afianzar un recurso turístico en un producto de primer orden a nivel internacional.

Los proyectos de investigación en arqueología para la costa del Ecuador han sido significativos, abriendo puertas a sitios que antes eran totalmente desconocidos por los ecuatorianos y los propios extranjeros, la Ley de Patrimonio Cultural del Estado, permite y garantiza la puesta en valor del patrimonio arqueológico con fines educativos, turísticos y de investigación, que los lugares donde se encuentran las muestras arqueológicas tengan los requerimientos mínimos y estándares de accesibilidad a una buena parte de los recursos arqueológicos. El turismo de los últimos 5 años ha tenido un giro radical y con una proyección, no sólo dentro del mercado interno sino incluso del mercado internacional.

La Constitución plantea por primera vez la necesidad de establecer una estructura sistémica que atienda a las grandes necesidades culturales para la construcción de un Estado y una sociedad justa, democrática, intercultural y plurinacional (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015).

El Ministerio de Cultura y Patrimonio ejerce la rectoría del Sistema Nacional de Cultura para fortalecer la identidad nacional y la interculturalidad; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguarda de la memoria social y el patrimonio cultural, garantizando el ejercicio pleno de los derechos culturales a partir de la descolonización del saber y del poder; y de una nueva relación entre el ser humano y la naturaleza, contribuyendo a la materialización del Buen Vivir.

### **Número de sitios arqueológicos de Manabí**

James Zeidler, PHD en arqueología y etnohistoria, quien ha hecho estudios de las culturas prehispánicas del Ecuador, entre ellos de la cultura Jama Coaque, manifestó que en el valle del río Jama había hasta hace 10 años, 229 sitios arqueológicos, principalmente entre los sitios Santa Rosa, El Zapallo y la parroquia San Isidro, que ha variado un poco, debido a la presencia de huaqueros, construcción de casas y el uso de maquinaria.

Zeidler agregó que el embalse puede ser muy útil para Manabí, pero es necesario hacer mucho en preservación y rescate arqueológico en la zona, considerando que al concluirse



la presa de Jama se pueden inundar sitios arqueológicos.

Los ciudadanos de los sectores mencionados con altos niveles de evidencia cultural, consideran que se debe preservar y conservar la riqueza arqueológica que hay en la zona, y que el estado debe garantizar el rescate del patrimonio; los cantones con una fuerte localización de elementos arqueológicos son Manta, Sucre, Jama, Pedernales, San Vicente y Montecristi. Según los investigadores no se puede contabilizar los sitios que existen ya que son innumerables, en los sitios mencionados aún no se ha levantado proyectos macro con fines turísticos como lo tiene la comuna de Agua Blanca, a pesar de esto algunos alcaldes de la zona están dispuesto a realizar las inversiones necesarias para desarrollar proyectos arqueológicos con fines turísticos para la preservación de la memoria cultural precolombina.

#### **4. Preguntas de Investigación**

Levantamiento de la información de los atractivos y recursos en la zona norte de la provincia de Manabí a través de una ficha de identificación de los atractivos modelo del ministerio de Turismo del Ecuador

Jerarquizar los atractivos existentes para su posterior identificación con una metodología de expertos en productos turísticos

Analizar la posible demanda en función de las necesidades del mercado con métodos estadísticos de oferta y demanda

Realizar la propuesta de ruta arqueológica - histórica que potencialice el turismo en la zona Sucre, San Vicente Jama y Pedernales.

#### **5. Justificación**

El presente proyecto se justifica por la cantidad de evidencias arqueológicas que existen en toda la zona norte de Manabí, incluso se ha encontrado evidencias no exploradas en su totalidad, la arqueología se convierte en un producto turístico para que estudiantes vengán hacer sus investigaciones de pregrado y postgrado en la zona en mención. Se han presentado hasta ahora productos turísticos de diferentes índoles tanto de naturaleza, como el agroturismo, turismo montubio, dejando a un lado un potencial que tiene la provincia de Manabí como es la arqueología en sus diferentes procesos históricos.

Las estadísticas demuestran como los museos de la red del Ministerio de Cultura y Patrimonio que pertenecen a la provincia de Manabí, mueven a miles de turistas todos los años, el 2013 fue un año con un incremento mayor que el 2014, cerca de 131000

visitas según datos obtenidos por los propios gestores. La arqueología ha contribuido al sentido de pertenencia de la identidad de los ecuatorianos, cuando en algún momento uno solo de ellos ha visitado uno de estos sitios, para aprender de la vida y la dinámica que suponía la vida de los pueblos ancestrales.

## **6. Metodología**

### **a. Diseño del Estudio**

El trabajo consiste en recabar información en los cantones de Sucre, San Vicente Jama y Pedernales, para determinar a través de varios instrumentos, cuáles son los recursos arqueológicos históricos que serán usados en la elaboración de una ruta cultura - arqueológica, también se valorara las colecciones privadas que se mencionan en este documento, para analizar el impacto que tiene la arqueología en el desarrollo de la actividad cultural y turística.

La investigación utiliza el método descriptivo y utiliza la investigación cuantitativa y cualitativa, entre las principales herramientas utilizadas se pueden citar: la revisión de fuentes bibliográficas, la aplicación del método de experto Delphi y Kendall, la observación, la entrevista, la encuesta, análisis de indicadores y análisis de las cinco fuerzas de la competencia, entre las fundamentales. Para el procesamiento y análisis de información Excel, SPSS, Access.

La investigación se desarrolla mediante un procedimiento de cuatro fases las cuales se describen a continuación:

#### **Fase 1:** Preparación del levantamiento de los recursos turísticos arqueológicos.

Para esta fase se realizan trabajos de campo, obteniendo un inventario actual de los atractivos turísticos y el estado de la infraestructura turística, en especial arqueología e historia; permitiendo obtener y recopilar la información en el destino señalado que fue proporcionada previamente por los GADs. Logrando la confección del primer boletín de información de la investigación. (FASE CUMPLIDA)

#### **Fase 2:** Selección de los indicadores.

En esta fase se realiza una búsqueda y registro de los indicadores que se utilizan en el destino turístico a nivel mundial por medio de una revisión bibliográfica, obteniendo como resultado 53 indicadores, luego se realizó un filtrado por medio del método Delphi con 24 expertos resumiendo los indicadores a 16; para la selección de los expertos se aplicó la metodología de evaluación de expertos de Oñate Ramos, que evalúa el

coeficiente de experticia a partir del conocimiento de científicos y concordancias. Cabe indicar que, de los 24 expertos evaluados, 9 cuentan con PHD, con más de 10 años de experiencia en Gestión Turística, 5 directivos de MINTUR y el resto son Magister conedores de la actividad turística. Luego se socializan los indicadores con los GAD para la contra oferta de proyectos que pueden ser ejecutados en el corto, mediano y largo plazo. Los proyectos resultados de la investigación sirven para la actualización de esos indicadores sistemáticamente, definiendo la frecuencia en que se recogerá la información (mensual, trimestral, semestral o anual), métodos de actualización de información, responsables de proporcionar la información y herramientas a utilizarse. (FASE CUMPLIDA)

**Fase 3:** Diseño de la ruta arqueológica e histórica a partir de la evaluación de las primeras dos fases (está en proceso, trabajos de titulación y ponencias)

Se implementa un sistema informativo que permita gestionar los indicadores (FASE EN PROCESO)

**Fase 4:** Diseño de sub-rutas en los cantones de Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales. Se distribuyen en 8 indicadores de gestión de destino turísticos

**Fase 5:** Servicios de asesoría de proyectos históricos y arqueológicos para los GAD de los 4 cantones señalados (Se dio asesoría en Atahualpa, familia Bravo, visita insitu, al GAD de Jama. Con estudiantes que fueron parte del proyecto, que hoy son profesionales y trabajan en los GAD).

Propuesta de proyectos de inversión de rutas y parques históricos arqueológicos relacionados con estudios previos de la inteligencia de mercado, desarrollar perfiles de clientes, análisis estadístico y de tendencias, la elaboración y procesamiento de encuesta de satisfacción y de imagen servicios

### Sujetos y Tamaño de la Muestra

Sucre	57159
San Vicente	22025
Jama	23253
Pedernales	55128

Fuente: INEC. 2010

Los turistas que visitan el destino

Los gremios del sector turístico (hoteleros, restaurantes, agencias de viajes)

Los trabajadores

La sociedad

### b. Definición de Variables

#### Ruta turística

Una Ruta puede ser una carretera o camino, un recorrido o un itinerario. Turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo (la actividad que consiste en realizar un viaje y pernoctar en un lugar diferente al habitual, generalmente por ocio o placer).

Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia (A.S., 2016).

#### Ruta Arqueológica

El turismo arqueológico está ligado a sitios arqueológicos, yacimientos, museos que exhiben muestras arqueológicas, monumentos y edificios que forman parte del patrimonio histórico- cultural que se encuentran en una región. El patrimonio arqueológico de un pueblo constituye un recurso cultural muy importante que es imprescindible para su identificación y estimación social. En el arqueoturismo (también es llamado así) existen paquetes turísticos que ofrece la posibilidad de participar en excavaciones arqueológicas y así compartir con los expertos la vivencia de una

intervención arqueológica, los turistas pueden descubrir la arqueología y hacer turismo al mismo tiempo (Inforural, 2017).

### **Ruta histórica**

Estos recorridos turísticos, que toman distintas denominaciones tales como corredores, rutas, circuitos, caminos o itinerarios, tratan de diferenciarse de sus competidores resaltando determinados recursos que están presentes en el territorio o que son imaginados y creados artificialmente. En el primer caso se invita al visitante a recorrer un periplo en el que predomina una determinada categoría patrimonial, ya sean manifestaciones culturales, testimonios del pasado arqueológico o histórico, patrimonio artístico, industrial o espacios naturales. Ejemplos de estos productos serían las rutas gastronómicas y enológicas, que basan su oferta en el aprovechamiento turístico de los recursos agropecuarios de un territorio (López-Guzmán y Sánchez, 2008).

### **c. Medición de Variables y Procedimientos**

Se tomarán los resultados de la encuesta de medición de los recursos y de los atractivos ficha modelo del ministerio de Turismo para determinar cuáles son los que serán incorporados en la ruta turística – arqueológica – histórica.

Las variables de medirán a través de los 8 indicadores. Para ello cada una de las variables se medirán:

- La eficacia de la ruta arqueológica - histórica
- La eficiencia a través de los modelos aplicados en otros destinos conocidos.
- La imagen a través de productos novedosos en cada cantón.

### **d. Estandarización**

Por la naturaleza del proyecto de investigación y por los instrumentos que se van a utilizar no es necesario la estandarización en los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales.

### **e. Manejo de Datos**

Se utilizará base de datos, inventarios anteriores para comparar entre los recursos existentes cuales han alcanzado mayor nivel de promoción y publicidad, así mismo SPS para el procesamiento de los mismos y su interpretación.

## **f. Análisis Estadístico**

El análisis estadístico estará direccionado con docentes y estudiantes que son responsables de los proyectos de investigación, se realizarán cuadros, tablas, gráficos y todo tipo de instrumento fundamental para la investigación y desarrollo de una ruta arqueológica e histórica.

El proyecto utiliza la investigación cuantitativa y cualitativa, entre las principales herramientas utilizadas se pueden citar: la revisión de fuentes bibliográficas, la aplicación del método de experto Delphi y Kendall, la observación, la entrevista, la encuesta, análisis de indicadores y análisis de las cinco fuerzas de la competencia, entre las fundamentales. Para el procesamiento y análisis de información Excel, SPSS, Access.

Se utilizará la estadística descriptiva que permitirá analizar bases de datos mediante la media, moda, mediana o sea datos estadísticos. Así mismo se utilizará en la estadística inferencial se aplicará en el muestreo en los modelos de frontera para cálculo de eficiencia.

## **7. Consideraciones Éticas**

La universidad se reserva los derechos de autoría del proyecto, por lo que los resultados del mismo son exclusivamente responsabilidad de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

El esquema básico del documento pasa por mencionar datos históricos, como casos paradigmáticos vinculados a problemas éticos en las investigaciones, los principales valores éticos de las investigaciones científicas, los modos de participación de las personas en los estudios, el perfil de las investigaciones y los requisitos básicos necesarios para que las investigaciones, se ajusten a los estándares éticos.

## **8. Resultados Esperados**

Los resultados esperados son la publicación de boletines mensuales de los avances del proyecto, así mismo exposiciones en congresos internacionales sobre los resultados del mismo, desarrollo de tesis de pregrado y posgrados así como 2 tesis doctorales.

### **a. Productos esperados**

- Creación de la ruta arqueológica – histórica (proceso)
- Tesis doctorales (proceso)
- Tesis de pregrado. Terminadas 8 trabajos de titulación-2019-1- y en proceso 7 trabajos de titulación. 2019-2

- Artículos científicos. (2 artículos en revistas, 5 ponencias internacionales, y 20 ponencias nacionales)
- Compendio (cumplido)
- Memoria de los resultados (Ponencias en dos memorias, 2018-2019, con temáticas del área turística, hospitalidad y arqueología)
- Libro final (Falta por cumplir)

## 6. REFERENCIAS

Asociación Nacional de Turismo Receptivo del Ecuador. (2015). Llegadas de extranjeros al Ecuador. <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>.

Catálogo del Museo Bahía. (2010). Museo Bahía de Caráquez.

Hernández-Ramírez, M. y Ruiz-Ballesteros, E. (2011). Etnogénesis como práctica: arqueología y turismo en el pueblo Manta (Ecuador). *Revista de Antropología Iberoamericana* 6.

INEC. (2014). Ingresos y salidas de turistas al Ecuador. <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>.

Juillard G. (2007). Arqueología Ecuatoriana. <http://investigaciones.arqueo-ecuatoriana.ec/es/presentaciones-de-proyectos/costa/5-arqueologia-de-la-costa-de-manabi-central>.

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015). Misión. <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-ministerio/>.

Tresserras, J. (2004). El arqueoturismo o turismo arqueológico. Portal iberoamericano de gestión cultura.

Zeidler, J. (2015). Sitios arqueológicos de Manabí. <http://www.agua.gob.ec/en-manabi-se-dio-a-conocer-estudios-arqueologicos-en-zonas-de-proyectos-jama-y-coaque/>

## 7. RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto establecerá la importancia que tiene actualmente el turismo arqueológico en la provincia de Manabí, el mismo que se desarrolla en lugares de investigación realizados por arqueólogos, quienes han logrado posicionar una red de sitios históricos y culturales para el turismo de la provincia de Manabí, mejorando la

actividad económica, turística y social de sus habitantes. Se determinarán los sitios originales dejados por las sociedades precolombinas y que han contribuido a la investigación de muchos arqueólogos en sus tesis doctorales o postdoctorales, actualmente los turistas y visitantes pueden desarrollar de una manera interactiva un turismo consciente, enfocado al conocimiento ancestral de las sociedades precolombinas que vivieron en la costa de Manabí. Y para ello se necesita de una ruta arqueológica en los destinos de Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, pues en realidad hasta ahora el turismo se ha concentrado en la zona sur de Manabí, dejando a un lado un parte de esta provincia con un potencial fundamental para el turismo de historia como los grandes países como México y Perú.

Este proyecto se elabora en total correspondencia con los objetivos establecidos para el Plan del Buen Vivir, el cambio de la Matriz productiva; con el PLANDETUR 2020, el Plan Nacional de Competitividad turística y el PIMTE 2014, ley de patrimonio cultural.

#### **8. DESCRIBIR LOS IMPACTOS DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DEL PROYECTO**

Creación de una ruta arqueológica

Manual de guianza

Proyecto de factibilidad para la finca del señor Trino Bravo

Proyecto de factibilidad para el cantón San Vicente

Congreso de arqueología

Cierre con un libro de la realidad diagnosticada y los impactos para la mejora continua

Actualización y seguimiento para los nuevos profesionales que fueron parte del proyecto y que están trabando en los GAD

Integración de los procesos sustantivos desde la academia con las temáticas de la asignatura y proyectos de investigación



9.- BENEFICIARIOS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO						
<b>Beneficiarios Directos</b>	Comercios, negocios, empresas, entre otros.			<b>Beneficiarios Indirectos</b>	Residentes de cada cantón	
<b>Empleo Directo</b>	Hombres			<b>Empleo Indirecto</b>	Hombres	
	Mujeres				Mujeres	
<b>% Insumos Nacionales</b>	100%			<b>% Insumos Importados</b>	100%	
10.- BENEFICIARIOS EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PLAZAS DE TRABAJO)						
<b>CALIFICADO</b>	<b>HOMBRES</b>	20		<b>NO CALIFICADO</b>	<b>HOMBRES</b>	
	<b>MUJERES</b>				<b>MUJERES</b>	
<b>TOTAL</b>						

9.- BENEFICIARIOS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO						
Beneficiarios Directos	Comercios, negocios, empresas, entre otros.			Beneficiarios Indirectos	Residentes de cada cantón	
Empleo Directo	Hombres			Empleo Indirecto	Hombres	
	Mujeres				Mujeres	
% Insumos Nacionales	100%			% Insumos Importados	100%	
10.- BENEFICIARIOS EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PLAZAS DE TRABAJO)						
CALIFICADO	HOMBRES			NO CALIFICADO	HOMBRES	
	MUJERES				MUJERES	
TOTAL						
GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA						
Capacidades Diferentes				Mujeres Embarazadas		

Privadas de Libertad				Enfermedades Catastróficas	
<b>11.- PARTICIPANTES EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>					
<b>LIDER DEL PROYECTO (PROFESOR <small>LIDER DEL PROYECTO / PROFESOR</small> O NO TITULAR A TIEMPO COMPLETO)</b>					
APELLIDOS	Meneses Pantoja	NOMBRES	William Renán		
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1713420105	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez		
TITULO TERCER NIVEL	Graduado en Turismo	TITULO CUARTO NIVEL	MASTER EN TURISMO RURAL Y DESARROLLO LOCAL (III EDICION)  MASTER UNIVERSITARIO EN INNOVACION Y MARKETING TURISTICO		
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente de contrato	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo		

CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Turismo, Mercadotecnia, Marketing, ADM. Empresas Hoteleras
TELÉFONO FIJO	052399317	TELÉFONO MÓVIL	0983210397
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	willi_meneses@yahoo.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	william.pantoja@uleam.edu.ec

CO-LÍDER (PROFESOR TITULAR)			
APELLIDOS	Cedeño Falconí	NOMBRES	Oscar Cedeño
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	130356496-5	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahia de Caraquez
TITULO TERCER NIVEL	Licenciado en Comunicación social  Periodista profesional	TITULO CUARTO NIVEL	Magister en educación y desarrollo social
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Profesor principal titular	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Hospitalidad Hotelera, Turismo
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0993121774
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	oscarcf_61@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	Oscar.cedeño@uleam.edu.ec

<b>PROFESORES E INVESTIGADOR</b>			
APELLIDOS	Villacis Zambrano	NOMBRES	Lilia Moncerrate
NÚMERO DE CÉDULA	130458348	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Barrio San Francisco. San Vicente
TÍTULO TERCER NIVEL	Lic. En Ciencias de la Educación	TÍTULO CUARTO NIVEL	Máster en Desarrollo de la Inteligencia Doctora en Ciencias Administrativas
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Titular agregado	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA FACULTAD	Contabilidad y Auditoría, Mercadotecnia
TELÉFONO FIJO	052674671	TELÉFONO MÓVIL	0982742817
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	liviza@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:lilia.villacis@uleama.edu.ec">lilia.villacis@uleama.edu.ec</a>

PROFESORES E INVESTIGADOR			
APELLIDOS	Chica Medranda	NOMBRES	Carlos Enrique
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1308593464	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Licenciado en administración turística y hotelera	TITULO CUARTO NIVEL	Magister en educación y desarrollo social  DIPLOMA SUPERIOR EN EDUCACION UNIVERSITARIA POR COMPETENCIA
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente agregado titular	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Hospitalidad Hotelera, Turismo, Adm. Empresas Hoteleras
TELÉFONO FIJO	052399710	TELÉFONO MÓVIL	0982717013

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	carlositode@yahoo.comDocente	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	carlos.chica@uleam.edu.ec
INVESTIGADORES			
APELLIDOS	De la Rosa Villao	NOMBRES	Arturo Santiago



NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	090424209-6 130423074-9	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Barrio San Jorge
TÍTULO TERCER NIVEL	Abogado	TÍTULO CUARTO NIVEL	Master en Educación y Desarrollo Social
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente principal titular	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	FACULTAD	Administración de Empresas.
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0985748712
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	arturodlarosa@yahoo.es	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	arturo.delarosa@uleam.edu.ec
- OBJETIVO GENERAL <b>INVESTIGADOR</b>			
APELLIDOS	Vásquez Alvarado	NOMBRES	Luis Fernando

NÚMERO DE			Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Licenciado en Comunicación Social	TITULO CUARTO	X
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente auxiliar titular	TIEMPO DE	Tiempo completo
	Docente	CARRERA-	Marketing y TurismoAd
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0994482962
CORREO	fernandovasconez64@yahoo-com	CORREO	<a href="mailto:fernandovasconez@uleam.edu.ec">fernandovasconez@uleam.edu.ec</a>
- OBJETIVO GENERAL INVESTIGADOR			
APELLIDOS	Jácome Villacrés	NOMBRES	Leyla Vanezza

NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0913706263	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Manta
TITULO TERCER NIVEL	LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS HOTELERAS	TITULO CUARTO NIVEL	MAGISTER EN PLANIFICACION Y GESTION DE PROYECTOS AGROTURISTICOS Y ECOLOGICOS
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA- FACULTAD	Adm. Empresas Hoteleras, Turismo, Hospitalidad Hotelera

TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	098871203-8	
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	leylavjv@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	leyla.jacome@uleam.edu.ec	
INVESTIGADOR				
APELLIDOS	Lemoine Quintero	NOMBRES	Frank Angel	
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0932189863	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Barrio San Francisco. San Calle Dimas Zambrano San Vicente	

TITULO TERCER NIVEL	INGENIERO EN TELECOMUNICACIONES	TITULO CUARTO NIVEL	MASTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente agregado titular	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Marketing, Administración Empresas, Mercadotecnia
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	099675945-8
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	fangel64@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	frank.angel@uleam.edu.ec
INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Espinoza Arauz	NOMBRES	Mayra Jazmina

NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD		DIRECCIÓN DOMICILIARIA	
TITULO TERCER NIVEL	INGENIERA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS	TITULO CUARTO NIVEL	MAGISTER EN GESTION EMPRESARIAL
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Turismo, Contabilidad y Auditoría, Mercadotecnia, Administración de Empresas
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	mayraespinozaarauz@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	mayra.espinoza@uleam.edu.ec

INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Cedeño Martínez	NOMBRES	José Leonardo

NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1306629823	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Cdla. Jorge Lomas
TÍTULO TERCER NIVEL	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACION CON ESPECIALIDAD EN HISTORIA Y GEOGRAFIA	TÍTULO CUARTO NIVEL	MAGISTER EN EDUCACION Y DESARROLLO SOCIAL  DIPLOMA SUPERIOR EN EDUCACION UNIVERSITARIA POR COMPETENCIAS
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Docente auxiliar titular	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Administración de Empresas, Marketing
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	leocen10102002@gmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	leonardo.centeno@uleam.edu.ec	
-----------------------------------	--------------------------	--	-------------------------------	--

**ESTUDIANTE PARTICIPANTES EN EL PROYECTO**

APELLIDOS	ÁLVAREZ VÉLIZ	NOMBRES	CÉSAR LUIS
-----------	---------------	---------	------------

NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1309999454	DIRECCIÓN	Cantón San Vicente
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0994921330	CARRERA FACULTAD	TURISMO SEGUNDO SEMESTRE

**ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO**

APELLIDOS	ARIAS ZAMBRANO	NOMBRES	PAUL STIVEEN
-----------	----------------	---------	--------------



NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1317092466	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	EL PROGRESO VIA SAN ISIDRO
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0984871103	CARRERA FACULTAD	TURISMO SEGUNDO SEMESTRE
Correo electrónico	Stivenariasz08@hotmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Arteaga Vera	NOMBRES	Leonela Nicole
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1317210308	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Barquero vía Chone
TELÉFONO FIJO/MOVIL	0987149466	CARRERA- FACULTAD	Turismo Segundo Semestre
Correo Electrónico	Nelanicole22@gmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
--	--	--	--

APELLIDOS	Baquerizo Quiñonez	NOMBRES	Cindy Lorena
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1723611891	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	SAN VICENTE
TELEFONO FIJO/MOVIL	0994410816	CARRERA-FACULTAD	TURISMO SEGUNDO SEMESTRE

Correo Electrónico	<a href="mailto:Lorebaque4@gmail.com">Lorebaque4@gmail.com</a>		
--------------------	--	--	--

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Basurto Cedeño	NOMBRES	Romina Yexabel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1316332772	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Tosagua
TELEFONO	0998194555	CARRERA-FACULTAD	Turismo Segundo Semestre

FIJO/MOVIL			
Correo Electrónico	Rominabasurto1999@outlook.es		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Briones Vélez	NOMBRES	Gema Monserrat
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1316820156	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	portoviejo
TELEFONO FIJO/MOVIL	0978736730	CARRERA-FACULTAD	Turismo segundo semestre
Correo Electrónico	<a href="mailto:la.nena.g@hotmail.com">la.nena.g@hotmail.com</a>		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Centeno Morales	NOMBRES	Darwin Humberto
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1314087568	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	San Vicente

TELEFONO FIJO/MOVIL	0981609367	CARRERA- FACULTAD	TURISMO SEGUNDO  SEMESTRE
Correo Electrónico	darwincenteno2000@hotmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Delgado Rivas	NOMBRES	Jennyfer Dayana
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1351668452	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía-Leónidas Plaza
TELEFONO FIJO/MOVIL	0992312486	CARRERA- FACULTAD	Turismo segundo  semestre
Correo Electrónico	delgado.jennnyferj.d@gmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Falcones Zambrano	NOMBRES	Wendy Milena
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1316393659	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza - Ciudadela Jorge Lomas
TELEFONO FIJO/MOVIL	0939501501	CARRERA- FACULTAD	Turismo segundo semestre
Correo Electrónico	<a href="mailto:wendytha.fazam16@gmail.com">wendytha.fazam16@gmail.com</a>		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	García Chumo	NOMBRES	Kevin Agustín
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1314883610	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahia-Leonidas Plaza

TELEFONO FIJO/MOVIL	0993190940	CARRERA- FACULTAD	TURISMO SEGUNDO  SEMESTRE
Correo Electrónico	kevingachu@gmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Macias Garcia	NOMBRES	Mayumi Naomi
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1316865458	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahia- Leonidas Plaza
TELEFONO FIJO/MOVIL	0990421856	CARRERA- FACULTAD	TURISMO  SEGUNDO SEMESTRE
Correo Electrónico	mayumi.macias@yahoo.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Zambrano Chila	NOMBRES	Luis Miguel
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1312930090	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza - Ciudadela Francisco Marazita
TELEFONO FIJO/MOVIL	0999870500	CARRERA- FACULTAD	Turismo segundo  semestre
Correo Electrónico	Cachorromiguelito27@gmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Sanchez Ruales	NOMBRES	Romina Nicole
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0803742972	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza - la Inmaculada
TELEFONO FIJO/MOVIL	0961161766	CARRERA-FACULTAD	Turismo segundo semestre
Correo Electrónico	0989091766ro@gmail.com		
ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Vera Aveiga	NOMBRES	Betsy Alexandra
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1313566810	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza - Ciudadela Jorge Lomas



TELEFONO FIJO/MOVIL	0961321257	CARRERA- FACULTAD	Turismo segundo  semestre
Correo Electrónico	Betsy15veraa@gmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Villota Olmedo	NOMBRES	Alina Alexandra
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	08504159-28	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza - Ciudadela
TELEFONO FIJO/MOVIL	0980550764	CARRERA- FACULTAD	Turismo segundo  semestre
Correo Electrónico	Alinavillotaolmedo44@gmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Mogro Zambrano	NOMBRES	Cecilio Moises
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1314148683	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza - Barrio San Jorge
TELEFONO FIJO/MOVIL	0981011334	CARRERA-FACULTAD	Turismo segundo semestre

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Zambrano Zambrano	NOMBRES	Angélica María
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1316398443	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza - Ciudadela Jorge Loma
TELEFONO FIJO/MOVIL	0985257748	CARRERA-FACULTAD	Turismo segundo semestre
Correo Electrónico	angemariz@hotmail.com		

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Zambrano Arteaga	NOMBRES	Oscar Alberto
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1315794337	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza - Ciudadela Francisco Marazita
TELEFONO FIJO/MOVIL	0967835256	CARRERA-FACULTAD	Turismo segundo  semestre
Correo Electrónico			

ESTUDIANTE PARTICIPANTE EN EL PROYECTO			
APELLIDOS	Manzaba Zambrano	NOMBRES	Nury Malena
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	1314920867	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza

TELEFONO FIJO/MOVIL	0983542965	CARRERA- FACULTAD	Turismo segundo semestre
Correo Electrónico	<a href="mailto:nurymanzaba1@gmail.com">nurymanzaba1@gmail.com</a>		

## **FORMULARIO PARA PRESENTACIÓN DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **CARRERA:**

Nombre de la carrera proponente del grupo de investigación.

Hotelería y turismo

### **FACULTAD, EXTENSIÓN, CAMPUS:**

Nombre de la Facultad proponente del grupo de investigación.

Extensión Bahía de Caráquez

**NOMBRE DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN** (Máximo 100 caracteres que caracterice lo esencial del contenido de las tareas del grupo).

Aplicación del marketing experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.

**LÍDER DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN** (deberán tener prioritariamente el título de 4to nivel en el área de conocimiento de la temática de estudio).

Willian Meneses

### **PROFESORES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN.**

- 1.- Oscar Fabián Cedeño Falconí
- 2.- Lilia Moncerrate Villacís Zambrano
- 3.- Carlos Chica Medranda
- 4.- Arturo Santiago De la Rosa Villao
- 5.- Luis Fernando Vásconez Alvarado
- 6.- Frank Ángel Lemoine Quintero
- 7.- Leonardo Centeno

### **ESTUDIANTES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN.**

Carlos Solórzano Muñoz

Carolina Obando Mejía

Tayisiya Teplyuk

Jean Enrique Murillo

Janina Alexandra Ostaíza

Ronaldo Villamar Andrade

**DESCRIPCIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN: PROBLEMÁTICA LOCAL O REGIONAL DE ESTUDIO.** Debe estar alineado al proyecto, programa y línea de investigación de la universidad.

- Diseñar la estructura organizativa y los procedimientos de trabajo para el levantamiento de los productos turístico arqueológico e histórico.
- Definir los indicadores para la toma de decisiones del destino turístico.
- Diseñar una ruta turística arqueológica e histórica del destino.
- Implementar juntos con los GAD la ruta creada, en cada una de las perspectivas que sirva de base para la toma de decisiones.
- Diseñar otros servicios que pueda brindar junto con la ruta arqueológica – histórica.

**CÉDULA PRESUPUESTARIA 2019**

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>Diseño de una ruta turística arqueológica histórica: Caso costa norte de la Provincia de Manabí</b>					
<b>EXTENSIÓN</b>	<b>BAHÍA</b>					
<b>MONTO</b>	<b>\$8,700.00</b>					
MODIFICACIÓN DE ITEMS						
Presupuesto 2019						
<b>RUBRO</b>	<b>DESGLOSE</b>					
	<b>CANT.</b>	<b>TIEMPO (meses)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>IVA</b>	<b>TOTAL</b>
Participación en Congresos	3	Unidad	2,000.0000	6,000.0000	720.00	6,720.0000
Proyectores	3	Unidad	580.0000	1,740.0000	208.80	1,948.8000
					SUBTOTAL	8,668.8000
					SUBTOTAL GENERAL	8,668.8000

# CAPÍTULO V

## TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

### DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE LAS PLAYAS QUE CONSTITUYEN ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LOS CANTONES SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES

#### RESUMEN

Una bandera azul ondeando en la playa indica que la calidad del agua es óptima y la seguridad y los servicios cumplen los estándares más exquisitos. Es una distinción que los turistas valoran cada vez más. Hay unas 3 000 en el mundo, pero sólo 20 en Latinoamérica y el Caribe, la región con más menciones en las listas de mejores playas del planeta. El programa Bandera Azul que en 1985 inició la Fundación Europea para la Educación Ambiental. En el Caribe, República Dominicana tiene ocho playas certificadas, Puerto Rico seis y Jamaica cinco, todas en entornos con infraestructura y desarrollos turísticos.

Para que una playa reciba la certificación, monitoreada anualmente deben:

- Sus aguas y arenas deben estar limpias y bajo control periódico de la autoridad sanitaria local.
- Debe haber sistemas estables de recogida de basuras y limpieza de arena.
- Señalización y personal de vigilancia y socorrismo.
- Presencia activada de salvamento, socorrismo, primeros auxilios, y salvavidas certificados.
- Facilidades de información y programas de educación ambiental.
- Además, suministro de agua potable, accesos fáciles y seguros para personas con poca movilidad.
- Deben existir duchas y servicios sin detergentes.
- No se podrá aparcar automóviles en la playa.

#### Objetivos.

Realizar un diagnóstico de la calidad de las playas, que constituyen atractivos turísticos en los cantones Sucre - San Vicente que facilite la mejora de las mismas;



en función de los parámetros establecidos en la certificación Bandera Azul.

1. Definir el sector de playas que va hacer diagnosticado.
2. Evaluar la calidad de las aguas de baño a partir de los indicadores establecidos.
3. Evaluar los requerimientos de gestión ambiental.
4. Evaluar los requerimientos establecidos de seguridad, servicios necesarios y las instalaciones.
5. Apoyar la creación de los comités de gestión ambiental en el establecimiento del sistema de información requerida y la educación ambiental.

<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</b>			
<b>CONVOCATORIA GESTIÓN DE LA CIENCIA 2018</b>			
<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN</b>			
<b>CARRERA/FACULTAD: Extensión Bahía de Caráquez</b>			
<b>1.- DATOS GENERALES</b>			
Título del proyecto de Investigación: Diagnóstico de la calidad de las playas que constituyen atractivos turísticos en los cantones Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales.	Tipología del Proyecto de Investigación		
	Investigación Básica		
	Investigación Aplicada	X	
	Desarrollo Tecnológico		
<b>ÁREAS DE CONOCIMIENTO</b>			
	Ciencias de la Vida y Salud		
X	Ciencias Sociales		
	Ciencias Exactas		
X	Ciencias Técnicas		
Duración del Proyecto (en meses)		36 MESES	
Fecha de Inicio:	ENERO 2018	Fecha de terminación (estimada):	DICIEMBRE 2020

<b>Financiamiento: INSTITUCIONAL</b>					
Monto Total \$USD:	US \$ 10.300,00			Financiamiento Externo:	
	Propuesta Nueva	X		Unidad Responsable	
Estado del Proyecto de Investigación:	Propuesta de Continuación			de ejecución (Facultad, Extensión, Campus):	EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ
<b>2.- OBJETIVO GENERAL</b>					
<p>Objetivo General: Identifica la finalidad de la investigación. El objetivo responde a las preguntas "qué" y "para qué". Es el conjunto de resultados cualitativos que el proyecto de investigación se propone alcanzar a través de las actividades planificadas.</p>					
<p>Realizar un diagnóstico de la calidad de las playas, que constituyen atractivos turísticos en los cantones Sucre - San Vicente – Jama – Pedernales, que facilite la mejora de las mismas; en función de los parámetros establecidos en la certificación Bndera Azul.</p>					
<b>3.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>					
<p>Objetivo(s) específicos (s): Son los pasos que se han de seguir para la consecución del objetivo general. Deben ser bien delimitados, estar claramente expuestos y ser coherentes con el tema propuesto, ser medibles en términos de logros observables y verificables durante el período de ejecución del proyecto. Máximo hasta cinco objetivos. Deben ser alcanzados durante el desarrollo de la investigación.</p>					
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS CUMPLIDAS		METAS POR CUMPLIR	
	Definir el sector de playas que va a hacer diagnóstico.	X			

Evaluar la calidad de las aguas de baño a partir de los indicadores establecidos.		X
Evaluar los requerimientos de gestión ambiental.	X	
Evaluar los requerimientos establecidos de seguridad, servicios necesarios y las instalaciones.		X
Apoyar la creación de los comités de gestión ambiental en el establecimiento del sistema de información requerida y la educación ambiental.		X
Analizar las causas fundamentales que afectan la calidad de las playas y la certificación.		X
Proponer estrategias y acciones, en conjunto con los GADS y la comunidad para la certificación de las playas		X

<p>“De los siete objetivos establecidos en el proyecto solamente se han cumplido dos,1, 3 que son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Definir el sector de playas que va a ase diagnosticada</li> <li>3.- Evaluar los requerimientos de gestión ambiental.</li> </ol> <p>Cabe indicar que no se han cumplido de manera secuencial ni los planificados para el año, por la falta de incumplimiento de la cédula presupuestaria.</p> <p>Las actividades realizadas que cubren estos dos objetivos son: el mapeo de los lugares donde se va a realizar el diagnóstico de la calidad de las playas de la cual se encuentra una ficha con los indicadores pertinentes de calidad y seguridad.</p> <p>En lo referente al objetivo específico de la gestión ambiental, se han hecho asesorías interinstitucionales con los expertos en biología de la UTM (se anexa el oficio).</p> <p>Cabe señalar que no se han cumplido el resto de las actividades porque aún no se ha devengado la cédula presupuestaria planificada, queda en ejecución para el 2019” (las evidencias se encuentran en el reporte al cierre del 2018).</p>
<p><b>4.- HIPÓTESIS PRINCIPAL</b></p>
<p>Responde de forma amplia a las dudas que el investigador tiene acerca de la relación que existe entre las variables. Se debe llenar cuando amerite.</p>
<p><b>5.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO</b></p>
<p>Expone de manera concreta el problema científico que el proyecto busca resolver. La descripción del proyecto debe ser concisa y responder a preguntas tales como: ¿cuál es el problema?, ¿por qué es importante investigar sobre el tema?, ¿qué se conoce al respecto hasta ahora?, ¿cómo lo va a hacer?, ¿cuáles son los resultados esperados?</p> <p>Se proponen los siguientes apartados para mejora la exposición de esta sección (ignorar aquellos que no apliquen)</p>
<p><b>5.1. Introducción</b></p> <p>Existe una débil gestión y coordinación de acciones para promover e implementar la cultura de excelencia turística a nivel nacional y territorial. Las acciones emprendidas para elevar la calidad de los servicios turísticos se han realizado de manera aislada y generalmente por iniciativa de emprendedores privados (MINTUR, 2014-2017).</p> <p>En el Plan anual de competitividad turística elaborado en el 2004, se realizó un</p>

diagnóstico de los cuatro mundos o zonas turísticas de Ecuador y específicamente en lo referido al clúster Costa Norte, se plantea como una de las debilidades fundamentales el mal manejo de las variables ambientales de las playas, su contaminación y el poco cuidado por parte de la comunidad, los gobiernos y la sociedad en general. Esta realidad aún hoy sigue vigente y se ha corroborado mediante investigaciones realizadas por el MINTUR, el Ministerio del Ambiente y diferentes universidades. Todos estos estudios coinciden en altos índices de contaminación de las aguas, fundamentalmente en los indicadores básicos: CT= Coliformes Totales, CF= Coliformes fecales, SF= Streptococcus Fecales.

Por otra parte, las playas y específicamente la arena están sucia; la playa no cuenta con servicios sanitarios, vías de acceso, señaléticas, accesos especiales para minusválidos y servicios de seguridad. La actitud de los moradores de la comunidad es negligente, descuidada e irresponsable; lo que denota una falta de cultura ambiental y los GAD se mantienen pasivos ante dicha situación.

Sin embargo, las playas y la modalidad sol y playa ha sido el producto que caracteriza la actividad turística de los cuatro cantones que conforman el destino y tradicionalmente es el producto que arrastra la mayor cantidad de turistas a la zona, al igual que el turismo deportivo, además fue el atractivo turístico menos afectado por el terremoto.

El proyecto abarca cuatro cantones: Sucre-San Vicente-Jama – Pedernales y su objeto de estudio práctico serán las playas ubicadas en dichos cantones, así como la comunidad asentada en dichas playas, los GAD y sociedad en general. Está previsto se realice en tres Fases:

Fase 1. Organización y diagnóstico. Esta etapa tiene como objetivo la preparación del grupo de trabajo de los cantones para la realización del diagnóstico. Entre las actividades a realizar se encuentran: conciliación con los GAD de los cantones, creación del comité de gestión ambiental, la coordinación de análisis con laboratorios certificados, que validen las mediciones realizadas, el trabajo educativo con la comunidad y la realización y resumen del diagnóstico. La misma tendrá una duración de 15 meses.

Fase 2. Análisis de los elementos que afectan la calidad de las playas y propuesta de estrategias de acciones concreta de mejora. Como resultado de la diagnosis y en función de los índices de contaminación se fijarán prioridades de trabajo: inmediato (para aquellas playas poco contaminadas, mediano plazo para aquellas que presenten índices más elevados de contaminación y a largo plazo para las playas con valores excesivos y estado deplorable. Para cada una de ellas se establecerán estrategias y acciones de mejora acorde a la prioridad establecida. La duración de esta etapa es de 9 meses.

Fase 3. Prueba piloto, ajuste y puesta en marcha. En esta etapa se pretende aplicar los requerimientos e indicadores en 1 o 2 playas de prioridad 1, para prepararla para su futura certificación Bandera Azul, la misma debe durar 12 meses. Por lo tanto, se prevé que el proyecto tenga una duración de 36 meses.

Teniendo en cuenta los antecedentes y problemática existente con la conservación y estado actual de las playas y la necesidad de reactivar la actividad turística en la zona afectada por el terremoto, como fuente fundamental para la recuperación económica y la generación de empleos en dichos territorios afectados, se plantea como problema: Deficiente conservación del entorno físico y manejo de variables ambientales de las playas, carentes de servicios básicos para la seguridad de los turistas que limitan la utilización del potencial turístico de las playas y el desarrollo de una cultura ambiental que permita la sostenibilidad turística

La certificación internacional Bandera Azul es un símbolo de eco-calidad turístico para la zona distinguida. Acredita el cumplimiento de algunos estándares como la calidad del agua o la adecuada gestión ambiental, pero también la accesibilidad a esos espacios para personas con movilidad reducida y la existencia de servicios sanitarios y de salvamento. La iniciativa es apoyada por diversas organizaciones internacionales como el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA- (UNEP) y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Este programa para playas, puertos y embarcaciones es desarrollado por una organización No Gubernamental, como, la “Fundación para la Educación Medio Ambiental (FEE)”, cuya rama y gestor de sus Programas en España (ADEAC). El Programa Bandera Azul comienza en Francia, en 1985, y se extiende en Europa desde 1987. Posteriormente se expande más allá del continente europeo cuando, a partir del 2001, se une Sudáfrica. Actualmente, casi 50 países en los cinco continentes participan en Bandera Azul.

En el diagnóstico elaborado por el (MINTUR) en el Proyecto “Programa Nacional para la Excelencia Turística 2014-2017” (PNET, 2014), que incluye información del Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, “PLANDETUR 2020”, se señala que el Ecuador posee innumerables atractivos turísticos, que no han sido desarrollados como productos y servicios competitivos a escala internacional, tampoco se los ha promocionados debidamente a través de estrategias coordinadas de gran impacto en los ámbitos de desarrollo del talento humano, el mejoramiento de la calidad y la innovación de productos turísticos.

## **5.2.Marco Teórico**

### **Calidad de las aguas de baño**

Uno de los indicadores fundamentales para la certificación de las playas de acuerdo con Bandera Azul es la calidad de las aguas de baño. Las normativas europeas están destinadas a garantizar una calidad apropiada para el uso de las aguas de baño por parte de la población, protegiendo de este modo la salud de los ciudadanos. En este aspecto la experiencia española es importante ya que tiene 586 playas certificadas por Bandera Azul.

El programa Bandera Azul (ADEAC-FEE) exige que el resultado de la calificación sanitaria de sus aguas de baño sea excelente (parámetros sanitario-ambientales). Para que una playa sea certificada debe de pasar por el escrutinio del muestreo y el análisis de agua en puntos tanto donde se concentran los turistas, como en las fuentes potenciales de contaminación que puedan afectar a la calidad del agua de baño de la playa. Esto es cerca de la desembocadura en la playa de corrientes, riachuelos y otros afluentes para documentar que estos afluentes no afectan la calidad de agua de baño. El análisis es de dos tipos: microbiológico y físico-químicos, a 30 centímetros de la superficie del agua.

### **Información y educación ambiental**

El objetivo de este criterio es asegurarse de que se informa y educa adecuadamente a los usuarios de la playa acerca de los ecosistemas y espacios naturales sensibles cercanos a la playa y de animarlos a aprender acerca de dicho entorno y para actuar y relacionarse con él de un modo responsable. Ello incluye, tanto información general sobre esos espacios naturales sensibles o protegidos como, en los casos en que sea aconsejable y posible visitarlos, un código de conducta sobre los comportamientos adecuados durante la visita.

### **Gestión ambiental**

Dentro de este aspecto los requerimientos del programa Bandera Azul señalan de manera imperativa que debe constituirse un Comité de Gestión de la Playa, (PMRC) que sea responsable de la puesta en marcha y seguimiento de los métodos y actividades de gestión ambiental de la playa y del desarrollo de inspecciones o auditorías ambientales de las instalaciones de la playa.

El comité de gestión de la playa estará constituido por los sectores implicados más relevantes. Éstos podrían ser, por ejemplo, representantes de: autoridades locales, incluyendo representantes de las áreas marinas protegidas, si las hubiese; sector hotelero; gestión técnica de la playa; salvamento, socorrismo y primeros auxilios;



educación ambiental; ONG local; otros grupos (surfistas, submarinistas, pescadores, etc.), cuya actividad resulta relevante en este entorno.

### **Seguridad, servicios e instalaciones**

En este aspecto el programa exige la presencia de socorristas con certificación profesional y contratados en la playa durante la temporada de baño encargados de las labores de salvamento y socorrismo y equipo adecuado y claramente señalizado en la playa, incluyendo instrucciones sobre su modo de empleo, así como acceso inmediato a teléfono público.

La existencia de un equipo de salvamento adecuado en la playa debe contemplarse como un elemento dentro de una estrategia global, que incluye también la información y educación para la creación de una cultura en los usuarios en torno a la prevención y la seguridad.

### **Certificación Bandera Azul**

Bandera Azul es un galardón y un sistema de certificación de la calidad ambiental creado y gestionado por la FEE (Fundación para la Educación Ambiental), en 1987. La FEE está constituida por casi 74 Organizaciones No Gubernamentales (ONG), una por cada estado participante. ADEAC es el miembro responsable para España de la FEE.

La FEE concede cada año la Bandera Azul a playas, puertos y embarcaciones, que cumplen los criterios revisados periódicamente, consensuados y cada vez más exigentes de legalidad, sanidad, limpieza, seguridad e información y gestión ambiental.

Es un galardón anual y un sistema de certificación de la calidad ambiental desarrollado por la FEE o *Foundation for Environmental Education* (una organización internacional sin ánimo de lucro, que promueve la educación ambiental en cada país y se une a esfuerzos a nivel internacional) desde 1987 y se ha convertido en uno de los más importantes para Costa Rica.

Promueve y premia la participación en iniciativas ambientales voluntarias de las autoridades municipales, la población local y visitante y los agentes del sector del turismo. Los criterios para obtener la Bandera Azul se agrupan en cuatro categorías:

- Calidad de las aguas de baño
- Información y educación ambiental
- Gestión ambiental y Seguridad
- Servicios e instalaciones

## **5.2. Preguntas de Investigación**

¿Cuál será el sector de playa a seleccionar para el desarrollo de la investigación?

¿Qué indicadores se utilizarán para evaluar la calidad de las playas?

¿Cuáles requerimientos ambientales serán objeto de evaluación y gestión?

¿Cómo conformar los Comité de Gestión Ambiental para articular el trabajo con la comunidad?

¿Qué playas deben ser priorizadas para implementar los requerimientos e indicadores de la certificación Bandera Azul?

¿Cómo se establecerán las estrategias y acciones para la mejora de la calidad de las playas para su posible certificación?

¿La mejora de la calidad de las playas incrementará el arribo de turistas nacionales e internacionales?

## **5.3. Justificación**

Los cantones que abarca el proyecto fueron de los más afectados por el terremoto del 16-A, en función de las prioridades señaladas por el estado ecuatoriano para la recuperación económica de las zonas afectadas, el desarrollo del turismo.

Las playas han constituido, tradicionalmente, el atractivo por excelencia de estos destinos y realmente no sufrieron grandes afectaciones por el terremoto. El proyecto permitirá la mejora de la calidad de las playas del destino Costa Norte, el cuidado y conservación de este atractivo que tradicional ha propicia el arribo de turistas nacionales e internacionales.

Además, el presente proyecto responde al dominio 3 Biología, Ecología y conservación de los recursos hidrobiológicos, línea de investigación 3. Ecología, Medio Ambiente y Sociedad y pertenece al Programa Desarrollo del turismo sostenible y del marketing experiencial para el posicionamiento post terremoto de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales. Se sustenta en los documentos rectores: Plan Nacional del Buen Vivir (SENPLADES, 2013), PLANDETUR (2020), Touris & Leisure (2013); Plan Integral de Marketing Turístico (PIMTE, 2009); Plan de Competitividad Turística (PCT, 2007); Programa Nacional para la Excelencia Turística 2014-2017 (PMET, 2014).

## **5.4. Descripción detallada del proyecto. Diseño del Estudio**

La presente investigación será de tipo descriptiva, a partir de métodos analítico y estadístico, que combina herramientas cualitativas y cuantitativas. El proyecto abarca cuatro cantones: Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, se realizará en el sector de playas

de dichos cantones, diagnosticándose la calidad de las playas a partir de los requerimientos e indicadores establecidos por la certificación Bandera Azul. Los requisitos por diagnosticar e implementar son:

- Calidad de las aguas de baño
- Información y educación ambiental
- Gestión ambiental y Seguridad
- Servicios e instalaciones

### **Los indicadores de la calidad de las playas están: Índice BQI**

Subíndices Índices parciales  $\alpha$ : Calidad microbiológica del agua IC: Índice de saturación IEQ: Calidad medioambiental RFI: Función Recreativa ISerF: Servicios e instalaciones IAct: Actividades IAcPar: Acceso y aparcamiento IComf: Índice de confort BQI: Índice de Calidad de Playas IS: Calidad del entorno IBS: Seguridad en la playa IN: Condiciones naturales NFI: Función Natural IWSP: Polución de agua y arena IPQ: Calidad física PFI: Función de Protección IPP: Protección En la formulación del BQI, todas las puntuaciones de los tres.

La evaluación de la calidad microbiológica del agua debe realizarse a partir de los siguientes criterios CT= Coliformes Totales, CF= Coliformes fecales, SF= Streptococcus Fecales. Los valores están expresados en ufc/100 ml. CT CF SF Valor  $\alpha$  Muy bueno  $\leq 500$   
 $\leq 100$  1 Bueno  $\leq 2.000$   $\leq 500$   $\leq 500$  0,8 Moderado  $\leq 10.000$   $\leq 2.000$   $\leq 2.000$  0,5  
Deficiente  $\leq 100.000$   $\leq 20.000$   $\leq 20.000$  0 Malo  $> 100.000$   $> 20.000$   $> 20.000$  0.

Se tomarán muestra representativa de cada sector de playa, según normas de muestreo para líquidos y se medirá la granulometría, limpieza y estado de la arena; así como se evalúa también los requerimientos de seguridad y servicios.

### **5.5. Sujetos y tamaño de la muestra**

Entre los sujetos de estudio que tendrá el proyecto están: los sectores de playa de los 4 cantones, la población de las playas objeto de estudio, los GAD y clientes de las playas

### **5.6. Definición de Variables**

#### **Variable dependiente**

- Calidad de las playas
- Variables independientes
- Diagnóstico de la calidad de las playas
- Estrategias y acciones de mejora

## **Indicadores**

Calidad de las playas= índice general de la calidad de las playas BQI, el cual se calcula a través de los indicadores parciales:

$\alpha$ : Calidad microbiológica del agua

IC: Índice de saturación

IEQ: Calidad medioambiental

RFI: Función Recreativa

ISerF: Servicios e instalaciones

Act: Actividades IAcPar: Acceso y aparcamiento

Comf: Índice de confort

IS: Calidad del entorno

IBS: Seguridad en la playa

IN: Condiciones naturales

NFI: Función Natural IWSP: Polución de agua y arena

IPQ: Calidad física

PFI: Función de Protección

IPP: Protección

Diagnóstico:

Calidad de las aguas de baño

Información y educación ambiental

Gestión ambiental y Seguridad

Servicios e instalaciones

## **Estrategias de mejora:**

% de Satisfacción de los bañistas

% de Satisfacción de la comunidad

Número de bañistas por temporadas

## **5.7. Medición de Variables y Procedimientos**

La medición de las variables se realizará a partir de sus indicadores, para los relacionados con la calidad de la playa BQI, los cuales se medirán por las técnicas de laboratorio establecidas en el Laboratorio certificado que preste el servicio. El muestreo

de las aguas y la arena se realiza a partir de las normas internacionales de Muestreo de Líquidos y de sólidos, tanto en la etapa de diagnóstico, como posteriormente para el mejoramiento y seguimiento de las acciones emprendidas.

Para la evaluación de los % de satisfacción de: bañistas y de la población, se utilizarán instrumentos válidos y fiables elaborados por los investigadores, probando en cada caso la fiabilidad del instrumento, mediante el coeficiente alpha de Cronbach y la validez a partir del coeficiente de correlación múltiple  $R^2$ . Estas pruebas se realizarán utilizando el software SPSS. 21.

Para el muestreo de los bañistas y población se utilizará el muestreo probabilístico y se aplicará la norma ISO 2853:2004. Muestreo de Aceptación por Atributos.

### **5.8. Estandarización**

Por la naturaleza de los datos a manejar el proceso de estandarización no procede.

### **5.9. Manejo de Datos**

Las muestras serán tomadas por estudiantes y docentes, se procesarán en el Laboratorio y sus resultados se registran en el Observatorio Turístico del a Extensión, de forma física y digital. Los resultados de las encuestas se procesan y registran en el Observatorio Turístico.

### **5.10. Análisis Estadístico**

El análisis estadístico del proceso de la recogida de la información se la realizará con instrumentos como los softwares: QDA Miner que analizará la parte cualitativa de la investigación y el SPSS que nos permitirá conocer la parte cuantitativa de la misma.

## **6. Consideraciones Éticas**

Las consideraciones éticas que plantea la investigación son entre otras:

Desarrollar las zonas de influencia en la que se aplicará la investigación.

Tendrá una validez científica, ya que los intervinientes o entrevistados no perderán su tiempo en facilitarnos la información.

Las personas para la recogida de la información serán justas y equitativamente consideradas sin perjuicios personales o preferencias.

El riesgo de los participantes será mínimo en consideración de los beneficios que obtendrán aportando con sus respuestas.

Los participantes serán informados y se les pedirá antes de involucrarse su

consentimiento para la recogida de la información.

Todos los entrevistados que participen en la investigación tendrán protegida su privacidad

## **7. Resultados Esperados**

### **7.1. Productos esperados**

Los productos que se generarán y aportarán al desarrollo de la presente investigación serán:

Obtener un diagnóstico real de la calidad y seguridad de las playas de los cantones objeto de estudio, se analizarán los parámetros microbiológicos y físico-químicos, se evaluarán los requerimientos de gestión ambiental, requerimientos establecidos de seguridad, servicios necesarios y las instalaciones.

Apoyar la creación de los comités de gestión en el establecimiento del sistema de información requerida y la educación ambiental; realizar un análisis causal de las principales dificultades que afectan la certificación y proponer un plan de acciones en conjunto con los GADS y la comunidad para la certificación de las playas. Creación de un plan de formación en educación ambiental y cuidado de las playas. Elaborar un plan de promoción de las playas certificadas.

Además de:

- Proyectos de Vinculación asociados
- Temas de investigación de Titulación
- Artículos científicos= 3
- Ponencias = 3
- Tema de tesis de maestría = 1
- Temas para tesis Doctoral/PHD = 1
- Publicación de libros = 1

## **6.- REFERENCIAS**

ADEAC. (s.f.). ADEAC-FEE. <http://www.adeac.es/>

ADEAC-FEE. (s.f.). *Criterios de concesión / ADEAC.* <http://www.adeac.es/bandera-azul/criterios-de-concesi%C3%B3n>

COMMISSION, E. (2011). *Environment.* <http://ec.europa.eu/environment/water/water-bathing/signs.htm>

Consumer. (2014). Calidad de las playas. *Consumer*, 13,14.

COOTAD. (2013). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Registro oficial.

EMAS. (s.f.). *Sistema Comunitario de Gestión y Auditorio Medioambiental*. <http://www.magrama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/sistema-comunitario-de-ecogestion-y-ecoauditoria-emas/>

EUROPEA, C. (2011). *Environment*. <http://ec.europa.eu/environment/water/water-bathing/signs.htm>

Extremera, D. (2010). América Latina y el Caribe. Playas con Bandera Azul. *Excelencias Magazines*, 27.

Gestión, C. et al. (s.f.). *Calidad & Gestión*. [http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/62\\_integracion\\_iso\\_9000\\_iso\\_14000.html](http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/62_integracion_iso_9000_iso_14000.html)

ICTE. (s.f.). *Instituto para la Calidad Turística Española*. <http://www.ictes.es/ESP/e/14/La-marca-Q/La-marca>

LPamar.com. (s.f.). *LPamar.com*. [http://www.lpamar.com/?page\\_id=583](http://www.lpamar.com/?page_id=583)

Ministerio de Sanidad. (2014). *Calidad de las aguas de baño en España, 2013*.

MINTUR. (s.f.). Ministerio de Turismo del Ecuador. <http://www.turismo.gob.ec/>

OMT. (s.f.). Organización Mundial del Turismo. <http://www2.unwto.org/es>

PCT. (2007). PCT. MINTUR.

PIMTE. (2009). PIMTE. MINTUR.

PMET. (2014). PMET. MINTUR.

PMRC. (s.f.). *Normas Técnicas para el Turismo sostenible Sol y Playa*.

PNET. (2014). *Programa Nacional para la Excelencia Turística 2014 - 2017*. MINTUR.

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017*. SENPLADES.

Touris&Leisure. (2013). *PlandeTur 2020*.

UNEP. (s.f.). *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente*. <http://www.pnuma.org/>.

## 7.- RESUMEN EJECUTIVO:

Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto. Incluye Introducción, objetivo general, métodos y resultados esperados.

La certificación internacional Bandera Azul es un símbolo de eco-calidad turístico para playas, puertos y embarcaciones. Acredita el cumplimiento de algunos estándares como la calidad del agua o la adecuada gestión ambiental,

pero también la accesibilidad a esos espacios para personas con movilidad reducida y la existencia de servicios sanitarios y de salvamento. La iniciativa es apoyada por diversas organizaciones internacionales como el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA- (UNEP) y la Organización Mundial del Turismo (OMT). El objetivo general de esta investigación es: Realizar un diagnóstico de la calidad de las playas, que constituyen atractivos turísticos en los cantones Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales, que facilite la mejora de las mismas; en función de los parámetros establecidos en la certificación Bandera Azul. La metodología elaborada, herramientas previstas a utilizar; así como los indicadores establecidos y los métodos de valoración a utilizar deben garantizar la validez y carácter conclusivo de la investigación. Los resultados que se esperan son: obtener un diagnóstico real de la calidad y seguridad de las playas de los cantones objeto de estudio, se analizarán los parámetros microbiológicos y físico-químicos, se evaluarán los requerimientos de gestión ambiental, requerimientos establecidos de seguridad, servicios necesarios y las instalaciones. Apoyar la creación de los comités de gestión en el establecimiento del sistema de información requerida y la educación ambiental; realizar un análisis causal de las principales dificultades que afectan la certificación y proponer un plan de acciones en conjunto con los GAD y la comunidad para la certificación de las playas.

Creación de un plan de formación en educación ambiental y cuidado de las playas. Elaborar un plan de promoción de las playas certificadas. Todos estos resultados, además de los aportes en materia de publicaciones y desarrollo de otras investigaciones con enfoque sistémico, tributan directamente a las necesidades y falencias existentes en la zona 4, a las líneas y programas de la ULEAM y a las estrategias de trabajo establecidas por el DCI.



## **8.- DESCRIBIR LOS IMPACTOS DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DEL PROYECTO.**

Los impactos que prevé la investigación son:

- Crear una cultura medio ambiental en la población involucrada.
- Mejorar los sentimientos de pertinencia de la población.
- Mejorar la imagen de las playas de los cantones objeto de estudio.
- Incrementar el arribo de turistas a nivel internacional.
- Incrementar la actividad turística del destino objeto de estudio
- Mejorar la economía de los 4 cantones objeto de estudio, generando posibles fuentes de empleo.

<b>9.- BENEFICIARIOS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO</b>					
Beneficiarios Directos	Playas de los 4 cantones MINTUR			Beneficiarios Indirectos	Residentes de cada cantón GADS
	Hombres 20				
Empleo Directo	Mujeres	10		Empleo Indirecto	
% Insumos Nacionales	100%			% Insumos Importados	100%
<b>10.- BENEFICIARIOS EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PLAZAS DE TRABAJO)</b>					
	HOMBRES		50		HOMBRES
CALIFICADO			50	NO CALIFICADO	
	MUJERES				MUJERES
TOTAL			100		
<b>GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA</b>					

Capacidades Diferentes	No			Mujeres Embarazadas	
Privadas de Libertad	No			Enfermedades Catastróficas	
<b>11.- PARTICIPANTES EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>					
LIDER DEL PROYECTO (PROFESOR TITULAR O NO TITULAR A TIEMPO COMPLETO)					
APELLIDOS	Álvarez Ojeda		NOMBRES	Vladimir	
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	230014206-0		DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Ave. César Ruperti (Parroquia Leonidas Plaza)	
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniero Industrial		TITULO CUARTO NIVEL	Maestría en Gestión Turística mención alimentos y bebidas.	
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD			TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo	
CARGO ACTUAL	Docente		CARRERA-FACULTAD	Marketing, Turismo, Hotelería	
TELÉFONO FIJO			TELÉFONO MÓVIL	0997720654	

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	escuchef@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	vladimir.alvarez@uleam.edu.ec
<b>CO-LÍDER (PROFESOR TITULAR)</b>			
APELLIDOS	Sisalema Naranjo	NOMBRES	Allan Rodrigo
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	130749032-4	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	
TITULO TERCER NIVEL	INGENIERO COMERCIAL	TITULO CUARTO NIVEL	MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS MENCION DIRECCION FINANCIERA
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Auxiliar con nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	
TELÉFONO FIJO	-	TELÉFONO MÓVIL	0979465343

CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	allansisalema@hotmail.com	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	allan.sisalema@uleam.edu.ec
-----------------------------	---------------------------	----------------------------------	-----------------------------

<b>DOCENTE INVESTIGADOR</b>			
APELLIDOS	Caicedo Coello	NOMBRES	Jimmy Alberto
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	130489457-7	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TÍTULO TERCER NIVEL	Educación especialidad Cultura	TÍTULO CUARTO NIVEL	En proceso
<b>DOCENTE INVESTIGADOR</b>			
APELLIDOS	Nevárez Barberán	NOMBRES	Víctor Hugo
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	170786107-4	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Jorge Lomas
TÍTULO TERCER NIVEL	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría	TÍTULO CUARTO NIVEL	

CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Auxiliar con nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Medio tiempo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA- FACULTAD	
TELÉFONO FIJO		Licenciado Ciencias de la	0988910573
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	<a href="mailto:victnev@hotmail.com">victnev@hotmail.com</a>	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:victornevarez@uleam.edu.ec">victornevarez@uleam.edu.ec</a>

<b>COLABORADOR EXTERNO</b>			
APELLIDOS	Cruz Quintana	NOMBRES	Yanis
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	96022441-8	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TÍTULO TERCER NIVEL		TÍTULO CUARTO NIVEL	DOCTORA
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD		TIEMPO DE DEDICACIÓN	
<b>COLABORADOR EXTERNO</b>			
APELLIDOS	Santana Piñeros	NOMBRES	Ana María
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	96004815-5	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TÍTULO TERCER NIVEL		TÍTULO CUARTO NIVEL	DOCTORA
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD		TIEMPO DE DEDICACIÓN	
CARGO ACTUAL		CARRERA- FACULTAD	

**ESTUDIANTES PARTICIPANTES EN EL PROYECTO 4TO. SEMESTRE DE  
HOTELERÍA**

<b>No.</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>CÉDULA DE IDENTIDAD</b>
1	Arauz Leiva Carlos Enrique	750280064-6
2	Baluarto Moreira Javier Vinicio	1312950530-8
3	Gilces Muñoz Oliva Cecilia	131637482-4
4	Gutiérrez Toral Heriberto Leonel	804004604-6
5	González Richard Eduardo	
6	Hidalgo Rosado Yaritza Nicoll	131530719-7
7	Lucas Caicedo Genesis Mariana	131304589-8
8	Moreno Saldarriaga Diego Vinicio	172017839-9
9	Mejía Orellana José Gustavo	131530713-7
10	Murillo Marcillo Maritza Estefanía	131470771-0
11	Narvárez Flavio Gonzalo	107053382-9
12	Mero Mantuano Miryam Maricela	131191111-1
13	Orozco Campaz José Fernando	FB540499
13	Ramos Franco Fernando Alexander	172555602-9
14	Rivadeneira Vera Rixy Rosanna	135054966-1
15	Solórzano Pinargote Vanessa Lilibeth	80274325-2
16	Vargas Basurto Tania Lisseth	131455393-2
17	Vera Zambrano Andrea Alejandra	135092879-0



## **FORMULARIO PARA PRESENTACIÓN DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **CARRERA:**

Nombre de la carrera proponente del grupo de investigación.

Licenciatura en Turismo

### **FACULTAD, EXTENSIÓN, CAMPUS:**

Nombre de la Facultad proponente del grupo de investigación.

Extensión Bahía de Caráquez

**NOMBRE DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN** (Máximo 100 caracteres que caracterice lo esencial del contenido de las tareas del grupo).

Grupo científico de turismo

**LÍDER DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN** (deberán tener prioritariamente el título de 4to nivel en el área de conocimiento de la temática de estudio).

Álvarez Ojeda Vladimir, Mg.

### **PROFESORES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN.**

Álvarez Ojeda Vladimir, Mg.

Sisalema Naranjo Allan Rodrigo, Mg.

Caicedo Coello Jimmy Alberto Mg.

Nevárez Barberán Víctor Hugo, Mg.

### **ESTUDIANTES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN.**

Ver Anexo No 1

**DESCRIPCIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN: PROBLEMÁTICA LOCAL O REGIONAL DE ESTUDIO. Debe estar alineado al proyecto, programa y línea de investigación de la universidad.**

Línea de investigación 3. Ecología, Medio Ambiente y Sociedad y pertenece al Programa Desarrollo del turismo sostenible y del marketing experiencial para el posicionamiento post terremoto de los destinos Sucre-San Vicente-Jama-Pedernales.

**Cronograma.** Ordena en el tiempo las actividades relevantes para el desarrollo de la investigación. El grueso de estas actividades se desprende de la metodología que se detalló anteriormente, y persigue alcanzar los objetivos del proyecto.

El cronograma de actividades se presenta como un cuadro con las siguientes columnas:

Actividad: Nombre de la actividad.

- Descripción: Descripción breve de la misma.
- Responsables: Miembros del grupo que van a participar en ella.
- Presupuesto: Valoración monetaria de la actividad.
- Duración: Tiempo de realización de la actividad

CRONOGRAMA VALORADO															
Actividad	Descripción	Responsable	Presupuesto	Duración: tiempo/mes (puede variar)											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fase 1 2018	Organización y Diagnóstico	César A Carbache Mora	11 029.00	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Fase 2				X	X	X									
Fase 2 2019	Implementación de las estrategias de Mejora	Jimmy Caicedo	11 629.00				X	X	X	X	X	X	X	X	
Fase 3 2020	Prueba piloto, reajuste y puesta en marcha	César A Carbache Mora	7 881.00		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Total			30000.00												

## **PRESUPUESTO**

En el presupuesto se da cuenta de los costos de la investigación. El presupuesto se presenta en tablas por rubro de gasto. Se recuerda que en esta edición de la Convocatoria 2018 se considera un tope máximo de 10.000 USD por programa de investigación.

El financiamiento de equipos y materiales se realizará buscando la interdisciplinariedad y coparticipación de las diferentes unidades académicas de la ULEAM.

<b>EXTENSIÓN</b>	<b>BAHIA</b>					
<b>TITULO DEL PROYECTO</b>	<b>DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE LAS PLAYAS QUE CONSTITUYEN ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LOS CANTONES SUCRE-SAN VICENTE-JAMA -PEDERNALES</b>					
<b>U. INVESTIGACION</b>	<b>BAHIA</b>					
<b>MONTO D.I.</b>	<b>\$ 10.000</b>					
<b>MONTO PRESUPUESTO-PLANEAIENTO</b>	<b>\$ 10.000</b>					
<b>Presupuesto 2018</b>						
<b>RUBRO</b>	<b>DESGLOSE</b>					
	<b>CANT</b>	<b>TIEMPO (meses)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>IVA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>FASE I</b>						
<b>EQUIPAMIENTO -TOMA DE MUESTRA (Insumos desechables)</b>	20		15.00	300.00	36.00	336.00

Insumos para muestras (guantes, camisetas, gorras, botas)	20		20.00	400.00	48.00	448.00
Toma muestras para líquidos de acero inoxidable	20		13.00	260.00	31.20	291.20
Mochila para transportar muestras	10		20.00	200.00	24.00	224.00
Pagos de servicios al laboratorio (muestras de arenas)	120		20.00	2,400.00	288.00	2,688.00
			SUBTOTAL			3,987.20
			SUBTOTAL GENERAL			3,987.20
			TOTAL GENERAL			3,987.20

<b>EXA24:G29TENSIÓN</b>	<b>BAHIA</b>					
<b>TITULO DEL PROYECTO</b>	<b>DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE LAS PLAYAS QUE CONSTITUYEN ATRACTIVOSTURÍSTICOS EN LOS CANTONES SUCRE-SAN VICENTE-JAMA -PEDERNALES</b>					
<b>U. INVESTIGACION</b>	<b>BAHIA</b>					
<b>MONTO D.I.</b>	<b>\$ 10.000</b>					
<b>MONTO PRESUPUESTO-PLANEMAIENTO</b>	<b>\$ 10.000</b>					
<b>Presupuesto 2018</b>						
<b>RUBRO</b>	<b>DESGLOSE</b>					
	<b>CANT.</b>	<b>TIEMPO (meses)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>IVA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>FASE II</b>						
Pagos de servicios al laboratorio(Muestras de Aguas)	50		20.0	1,000.00	120.00	1,120.00

Participacion y Exposicion de los actores (estudiantes 2)en eventos nacionale e internacionales	4		300.00	1,200.00	144.00	1,344.00
			SUBTOTAL			2,464.00
			SUBTOTAL GENERAL			2,464.00
			TOTAL GENERAL			2,464.00

<b>EXTENSIÓN</b>	<b>BAHÍA</b>					
<b>TITULO DEL PROYECTO</b>	<b>DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE LAS PLAYAS QUE CONSTITUYEN ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LOS CANTONES SUCRE-SAN VICENTE-JAMA -PEDERNALES</b>					
<b>U. INVESTIGACION</b>	<b>BAHIA</b>					
<b>MONTO D.I.</b>	<b>\$ 10. 000</b>					
<b>MONTO PRESUPUESTO-PLANEAIENTO</b>	<b>\$ 10. 000</b>					
<b>Presupuesto 2018</b>						
<b>RUBRO</b>	<b>DESGLOSE</b>					
	<b>CANT.</b>	<b>TIEMPO (meses)</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>IVA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>FASE III</b>						
Publicación y difusión de resultados	100		5.00	500.00	60.00	560.00



UPS	19		65.00	1,235.00	148.20	1,383.20
RESMAS DE PAPEL	10		3.26	32.56	3.91	36.46
PROYECTOR	2		700.00	1,400.00	168.00	1,568.00
			SUBTOTAL			3,547.66
			SUBTOTAL GENERAL			3,547.66
			TOTAL GENERAL			3,547.66

<b>PRESUPUESTO DEL PROYECTO FASE I</b>	<b>\$</b>	<b>3,987.20</b>
<b>PRESUPUESTO DEL PROYECTO FASE II</b>	<b>\$</b>	<b>2,464.00</b>
<b>PRESUPUESTO DEL PROYECTO FASE III</b>	<b>\$</b>	<b>3,547.66</b>
<b>PRESUPUESTO DEL PROYECTO TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>9,998.86</b>

## **CAPÍTULO VI**

### **TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

### **CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL DESTINO TURÍSTICO SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES**

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Ext. Bahía de Caráquez se encuentra ejecutando Proyecto de Turismo denominado “CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL DESTINO TURÍSTICO SUCRE, SAN VICENTE, JAMA, PEDERNALES” al 2020, con el objetivo de apoyar al desarrollo del turismo sostenible en el corredor turístico en los cantones Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales a partir de la mejora de la calidad de la gestión para facilitar el incremento de visitantes, posicionamiento competitivo y sostenibilidad de dicho destino y la dinamización de los componentes sociales y económicos de la zona 4.

El método aplicado es observación, trabajo de campo, revisión histórica, análisis y síntesis, encuestas, entrevistas, FODA, datos geográficos, otros.

El impacto generado de esta investigación, son las líneas bases, trabajos mancomunados con los Gobiernos autónomos descentralizados, sinergias académicas entre los especialistas del proyecto, nuevas ideas, capacitaciones en campo, reconocimiento del territorio, sentido de pertinencia y la alineación de las funciones sustantivas; academia, investigación y vinculación.

Navas Moscoso Mariela Fernanda, Mg.

Líder del proyecto

<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</b>				
<b>CONVOCATORIA GESTIÓN DE LA CIENCIA 2019</b>				
<b>FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN</b>				
<b>CARRERA/FACULTAD: Extensión Universitaria Bahía de Caráquez</b>				
<b>1.- DATOS GENERALES</b>				
Título del proyecto de Investigación: Contribución al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales	Tipología del Proyecto de Investigación			
	Investigación Básica			
	Investigación Aplicada			X
	Desarrollo Tecnológico			
<b>ÁREAS DE CONOCIMIENTO</b>				
	Ciencias de la Vida y Salud			
X	Ciencias Sociales			
	Ciencias Exactas			
X	Ciencias Técnicas			
Duración del Proyecto (en meses)			36 meses	
Fecha de Inicio:	Febrero 2016	Fecha de terminación (estimada):	Nov,2020	
<b>Financiamiento:</b>				
Monto Total \$USD:			Financiamiento Externo:	No

Estado del Proyecto de Investigación:	Prpuesta Nueva		Unidad Responsable de ejecución (Facultad, Extensión, Campus):	Extensión Universita ria Bahía de Caráquez
	Propuest a de Continua ción	X		
<b>2.- OBJETIVO GENERAL</b>				
Contribuir al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico del Sucre, San Vicente, Jama, Pedernalesa partir de la mejora de la calidad de su gestión para facilitar el incremento de: la eficacia, la eficiencia y la efectividad de dicho destino.				
<b>3.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>				
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS - actividades		META S CUMP LIDAS	METAS PO R CUMPLIR
	1. Diagnosticar la situación actual del destino turístico para determinar las dificultades que afectan la calidad de su gestión, precisando: viabilidad del producto, comportamiento y tendencias del mercado, situación de la infraestructura, gestión de los procesos claves, necesidades de formación y de información para la gestión.		X	
	2. Realizar el rediseño del destino turístico en función de las necesidades de los mercados metas		X	

	definidos, la infraestructura disponible y el desarrollo sostenible		
	3. Estructurar el sistema de procesos del destino turístico para garantizar una gestión eficaz, efectiva, eficiente y sostenible.		X
	4. Implementar el sistema mejorado en un subsistema representativo del destino para evaluar su desempeño con vistas a su posterior generalización.		X
	6. Generalizar el sistema mejorado al destino objeto de estudio.		X
	7. Generalizar los resultados obtenidos al destino Costa.		X

Las actividades del proyecto están dadas a partir de las fases en las que están involucrados los objetivos específicos, se han cumplido 3 objetivos:

En la primera fase se dio, el diagnóstico de los inventarios de los recursos turísticos del destino, se utilizaron varias fichas, del cual se hizo un levantamiento y se logró elaborar un artículo en la III Jornada Científica estudiantil con el nombre: "Uso de la metodología MINTUR para la actualización de los atractivos turísticos de la zona Norte de Manabí, Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales".

En la actualización de la infraestructura turística se emite un informe del expediente realizado para definir los mercados metas (pero no se define los mercados, ni hay una tabulación de la información)

Acompañamiento de capacitación a FIDES, para identificar los recursos turísticos naturales potenciales Programa de capacitación en mesas de trabajo con los GAD (Aún no se ha dado las capacitaciones a los 4 cantones).

Recolección de información en un trabajo de campo para analizar el perfil de visitantes, feriado 10 de Agosto del 2018, información estadística entregada al Observatorio turístico (pero no se ha mostrado un producto)

En lo concerniente a la información recogida en los levantamientos de información,

<p>son entregados a la presidenta del grupo científico para que reposen en el observatorio (pero no se han publicado ni en revistas ni en ponencias.</p> <p>Con respecto al análisis de los mercados, por segmentación, análisis de imagen, reservas de eficacia y eficiencia existentes en los procesos claves del destino, se ha investigado algunos indicadores de los cuales no se han sistematizado, por lo que no hay productos.</p>
<p><b>4.- HIPÓTESIS PRINCIPAL</b></p>
<p>Si desarrolla el enfoque sistémico en la gestión a través de la creación de un destino turístico que integre a los cuatro cantones se facilitará la gestión eficaz, eficiente, efectiva y la calidad de la gestión de dicho destino.</p>
<p><b>5.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO</b></p>
<p><b>9. Introducción</b></p> <p>Para poder afrontar exitosamente la globalización económica, las empresas requieren, cada vez más, utilizar conocimientos científicos en el proceso productivo y de gestión; orientados a la reducción de los costos de producción y a aumentar la calidad y valor de sus productos.</p> <p>Existen factores externos a las empresas, propios de su entorno, que han complejizado la gestión de las mismas, introduciendo un gran nivel de riesgo para su supervivencia, entre los cuales se pueden mencionar:</p> <p>La alta competitividad provocada por la sobreoferta que dominan al mercado, la cual incrementan el número de competidores y el poder negociador de los proveedores.</p> <p>La existencia de un cliente más informado, conocedor y exigente.</p> <p>El acelerado desarrollo tecnológico que exige la constante innovación y aplicación de nuevas tecnologías.</p> <p>El incremento de la responsabilidad social de las empresas para enfrentar los retos del cambio climático, a partir de una gestión sostenible.</p> <p>Por lo tanto, no basta con tener empresas eficaces y eficientes, que cumplan los pedidos de sus clientes y lo hagan al menor costo posible y puedan mantenerse en ese status durante algún tiempo sin cambios, ni mejoras en sus productos y procesos. Ahora se requiere de empresas eficaces, eficientes y efectivas, comprometidas con la innovación y la mejora continua de sus productos y procesos. Se hace necesario que la eficacia y la eficiencia de las empresas se traduzca en resultados efectivos que impartan positivamente los elementos del entorno empresarial (clientes, proveedores,</p>

competidores, accionistas, organismos reguladores, sociedad y medio ambiente.

Esto requiere que las empresas no solamente gestionen la calidad de sus productos o servicios, sino que sean capaces de gestionar con calidad, de impactar su entorno efectivamente, a partir de una gestión interna eficaz y eficiente. El logro y mejoramiento continuo de estos tres macro indicadores básicos de la gestión (eficacia, eficiencia y efectividad) constituye la esencia de la calidad de la gestión. La mejora sistemática de: la eficacia, la eficiencia y por ende de su efectividad. se logra a partir de concebir a la organización como un sistema abierto, que interactúa decisivamente con su entorno y que a su vez está conformado por varios subsistemas, los cuales tienen como núcleo básico, los procesos de dicha organización. La articulación armónica de los enfoques: interno, externo y dinámico en la gestión empresarial, debe ser la premisa para alcanzar la calidad de su gestión (Valls, 2010).

La eficacia de la organización es la relación que existe entre el bien o servicio y el grado de satisfacción del cliente o de la empresa, por otro lado, la eficiencia de la organización tiene una clara dimensión económica, por cuanto implica la selección idónea y la administración eficaz y eficiente de los recursos humanos, financieros y materiales; así como producir con el menor costo posible lo que con lleva a incrementar la productividad al organizar de forma óptima el proceso de servicio. La efectividad es el logro de la mayor satisfacción del cliente y de la empresa mediante los procesos mejores y más económicos, o sea sería la resultante esperada de la gestión eficaz y eficiente.

Se requiere entonces de una gestión preventiva, que logre minimizar los riesgos y retos que impone el cambiante entorno; a partir de procesos eficaces y eficientes, constantemente mejorados para entregar productos efectivos; o sea se requiere de calidad en la gestión.

En los últimos años la industria turística se ha afianzado como una de las principales en el mundo y las proyecciones futuras apuntan a que esta industria ocupe la primera posición, tanto por ser una fuente potencial de ingresos, como por sus posibilidades para dinamizar otras actividades económicas de los países que desarrollan esta rama.

El sector turístico se ha desarrollado y alcanzado su auge dentro de un entorno totalmente competitivo y cambiante; por lo tanto ha asimilado las tendencias actuales de la gestión, pero con limitaciones que implica gestionar de servicios, diversas, heterogéneas e interrelacionadas que deben conformar un sistema o destino turístico que debe estar enfocado hacia sus clientes y que debe brindar servicios efectivos, a través de procesos muy diversos, abiertos y en constante intercambio con el cliente; o sea con alto riesgo.

El enfoque holístico, integral de sistema turístico o de destino es un aspecto esencial. Es imperativo garantizar un sistema turístico eficaz, eficiente que brinde un servicio efectivo, ese es el reto de las empresas turísticas en la actualidad.

Pese a los esfuerzos realizados y a los intentos por mejorar la efectividad y la competitividad turística en Ecuador (Plan de Competitividad Turística del Ecuador 2004, Plan de Marketing Turístico de Ecuador 2014, PLANDETUR 2020, costosas campañas publicitarias, programas de capacitación ejecutados y recursos asignados) no se ha podido lograr que el país alcance un desarrollo destacado en lo que a turismo se refiere y el sector sigue ocupando el tercer lugar entre los aportadores al PIB del país. Evidencia de esto es:

La imagen y posicionamiento del Ecuador como destino no se ha consolidado, a pesar de la alta competitividad en la región. En el 2015, Ecuador ocupa el séptimo lugar en el posicionamiento competitivo de Sudamérica, ampliamente superada por: Chile, Colombia, Argentina, Brasil, Uruguay y Perú.

Marcada estacionalidad del destino país que se acentúa en el mundo de la Costa, solamente se aprecian arribos importantes en feriados y la presencia de turismo internacional es muy escasa. Esto denota que no se ha alcanzado la madurez del destino.

Bajos porcentajes de ocupación de la planta hotelera en el país que no rebasan el 15% de ocupación lineal, caracterizada con períodos de estancias muy cortos, inferiores a los 4 días. Esto se acentúa en el destino Costa donde la ocupación lineal en el año no supera el 5%, mucho más después del evento del 16A.

Proceso de comercialización muy deficiente, no existe un papel protagónico de los operadores turísticos que obliga a los hoteleros a asumir la comercialización de sus instalaciones, descuidando la gestión de sus hoteles.

Evidentes dificultades en la calidad del servicio y de la oferta turística en todo lo referente a servicios y productos, profesionalidad del servicio, gastronomía, estado y conservación de atractivos.

Deficiente sistema de procesos en la gestión del MINTUR, tanto a nivel de destino como de empresas hotelera. No se oferta en la hotelería servicios de gastronomía, ni de animación.

Estas evidencias conforman la situación problema de la investigación y dan origen al problema científico que motiva la misma.

Problema científico. Deficiente enfoque integral en la gestión del destino turístico Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales que afecta la calidad de la gestión turística, la eficacia, eficiencia, la efectividad y la sostenibilidad del destino.



Como objetivo general se establece: Contribuir al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico del Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales a partir de la mejora de la calidad de su gestión para facilitar el incremento de: el arribo de turistas internacionales, los ingresos por turistas, el posicionamiento competitivo y la sostenibilidad de dicho destino.

Para dar cumplimiento al objetivo general se plantean los siguientes objetivos específicos:

Diagnosticar la situación actual del destino turístico para determinar las dificultades que afectan la calidad de su gestión, precisando: viabilidad del producto, comportamiento y tendencias del mercado, situación de la infraestructura, gestión de los procesos claves, necesidades de formación y de información para la gestión.

Crear un Observatorio Turístico que facilite, a partir de un sistema de indicadores básicos, el monitoreo del desempeño del destino, la toma de decisiones y la mejora de la calidad de la gestión.

Realizar el rediseño del destino turístico en función de las necesidades de los mercados metas definidos, la infraestructura disponible y el desarrollo sostenible.

Estructurar el sistema de procesos del destino turístico para garantizar una gestión eficaz, efectiva, eficiente y sostenible.

Implementar el sistema mejorado en un subsistema representativo del destino para evaluar su desempeño con vistas a su posterior generalización.

## **10. Marco Teórico**

En la actualidad existen varios factores que impactan decisivamente el entorno empresarial y al mercado y condicionan que las empresas a realizar una gestión más eficaz, eficiente, efectiva y preventiva, que le garantice su supervivencia y el éxito. Entre dichos factores se pueden mencionar:

La alta competitividad existente provocada por la sobreoferta de productos y servicios en todos los sectores de la economía nacional y mundial.

El riesgo de satisfacer a un consumidor mucho más conocedor, informado y exigente.

El reto que impone el acelerado desarrollo tecnológico el cual presupone la innovación y la mejora continua para entregar al mercado productos de mayor valor, con menor costo material hard y mayor costo de conocimiento soft.

La necesidad de preservar el medio ambiente y de desarrollar una gestión sostenible que minimice los riesgos ambientales.

Esto justifica que las tendencias de la gestión de empresas más actuales y utilizadas

prioricen un pensamiento estratégico e integral, dirigido no solamente hacia los aspectos internos de la empresa (productos, procesos, equipos y medios de trabajo, clientes internos, know how); sino también hacia su entorno (clientes externos, proveedores, competidores y organismos reguladores). Este pensamiento holístico y estratégico es decisivo para alcanzar y mantener una gestión exitosa.

Por gestión se entiende, la dirección de las acciones que contribuyan a tomar decisiones orientadas a alcanzar los objetivos trazados, medir los resultados obtenidos, para finalmente, orientar la acción hacia la mejora permanente del sistema (Castillo, 2009).

Según Nogueira (2007), la gestión es el proceso mediante el cual se formulan objetivos y luego se miden los resultados obtenidos para finalmente orientar la acción hacia la mejora permanente de los resultados.

Por lo tanto, gestionar implica desarrollar procesos que permitan la planificación, la organización o aseguramiento, el control y la mejora: de la eficacia, la eficiencia, la efectividad y sostenibilidad empresarial.

Según la Norma 9001:2015 Fuente especificada no válida. se define gestión como las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización.

Resumiendo, los conceptos enunciados anteriormente se pueden definir la gestión como el conjunto de procesos que debe desarrollar una empresa para alcanzar sus objetivos y metas, o sea alcanzar la eficacia, la eficiencia, la efectividad y la sostenibilidad.

La necesidad de nuevas formas de gestión empresarial para enfrentar con éxito los riesgos que enfrentan las empresas en la actualidad, es lo que ha permitido el surgimiento y desarrollo de nuevas tendencias de la gestión. Todas estas formas de gestión presuponen un enfoque integral y estratégico que integra a la organización con su entorno y permiten fijar metas y objetivos a: corto, mediano y largo plazo.

### **Macro indicadores básicos de la gestión**

Según Labrador (2006), la gestión en una organización exige indicadores de:

**Efectividad:** mide el impacto final de la actuación sobre el total de la población involucrada. Razón por la que a estos indicadores se les denomina también indicadores de impacto.

**Eficacia:** se mide por el grado de satisfacción de los objetivos fijados en sus programas de actuación, o de los objetivos incluidos tácita o explícitamente en su misión. Es decir, comparando los resultados reales con los previstos, independientemente de los medios utilizados.

Eficiencia: se define por la relación existente entre los bienes y servicios consumidos y los bienes o servicios producidos; o, con mayor amplitud, por los servicios prestados (outputs) en relación con los recursos empleados a tal efecto (inputs). Así, una actuación eficiente se define como aquella que con unos recursos determinados obtiene el máximo resultado posible, o la que con unos recursos mínimos mantiene la calidad y cantidad adecuadas de un determinado servicio.

Cuando se habla de efectividad, se está haciendo referencia a la capacidad o habilidad para obtener determinado resultado a partir de una acción.

La efectividad es la relación entre los recursos utilizados y el impacto obtenido. La mayor efectividad se alcanza al hacer un uso óptimo de los recursos disponibles, alcanzando los impactos esperados. Este concepto integra la eficacia y la eficiencia. Por tanto, los indicadores de efectividad miden la satisfacción de las necesidades del proceso.

Entre los niveles de la efectividad que contribuyen a la excelencia en el desarrollo organizacional, se encuentran:

Desarrollo personal: En la medida en que cada persona se involucra con la organización, sus paradigmas, pensamientos, valores, habilidades y destrezas se verán enriquecidas e incrementarán la efectividad de la empresa.

Desarrollo Interpersonal: La interacción con otras personas, el trabajo en equipo, la comunicación y cooperación deben ser valores claves para la efectividad de la empresa y sustentada en los comportamientos del líder.

Alta Gerencia: El estilo de liderazgo que ejerza el gerente se verá reflejado en los rendimientos producidos y utilización que se le da a los recursos organizacionales, cuanto mejor sea el clima organizacional y desempeño gerencial, mejores resultados deberá obtener la empresa.

Organización: El conjunto de elementos que conforman la unidad de trabajo, reúnen un acumulado de elementos y esfuerzos destinados a producir bienes y servicios. Es necesaria la armonía y equilibrio en la combinación de los mismos, a fin de lograr los objetivos planteados.

La efectividad está relacionada con las respuestas que se le da a la interrogante ¿para qué se hizo?, este tipo de indicadores miden los resultados alcanzados frente a los bienes o servicios generados a los clientes y usuarios.

Algunos ejemplos de indicadores de efectividad son: Nivel de satisfacción del usuario durante un período determinado, % disminución en quejas y reclamos en un periodo determinado, % disminución en accidentes laborales durante un periodo determinado (Rodríguez 2012).

Los indicadores de efectividad son uno de los agentes determinantes para que todo proceso, se lleve a cabo con eficiencia y eficacia. Para medir hay que comparar una magnitud con un valor o patrón preestablecido, la clave consiste en elegir las variables críticas para el éxito del proceso, y con ello para obtener una gestión eficaz y eficiente es conveniente diseñar un sistema de control de gestión que soporte la administración y permita evaluar el desempeño de la empresa u organización.

Para el análisis de este tipo de indicadores es necesario involucrar la eficacia y la eficiencia, es decir “el logro de los resultados programados en el tiempo y con los costos más razonables posibles”.

La eficacia tiene que ver con optimizar todos los procedimientos para obtener los mejores y más esperados resultados. Por lo general, la eficacia supone un proceso de organización, planificación y proyección que tendrá como objetivo que aquellos resultados establecidos puedan ser alcanzados.

El término de eficacia se aplica principalmente a ámbitos en los que las acciones deben tener resultados específicos y controlados, tal es el caso de los ámbitos empresariales y comerciales. En este sentido, la eficacia de una acción buscará en primer término acceder a los recursos, métodos y procedimientos apropiados que generen las mejores consecuencias para la actividad específica.

La eficacia puede ser normalmente confundida con la idea de eficiencia, pero aquí es importante señalar que esta última supone cierto nivel de eficacia, aunque maximizando los recursos y la inversión de tiempo o dinero para lograr los resultados esperados. Mientras algo puede ser eficaz porque logra obtener los objetivos para los que se llevó adelante tal acción, puede no ser necesariamente eficiente si no reconoce los mejores medios o métodos para hacer que tal resultado sea consecuencia de un uso apropiado de los recursos.

Eficaz entonces puede ser una empresa o institución en la cual se logran los resultados previstos, pero con un gasto enorme y superior a lo estipulado de recursos, por lo cual la eficacia termina no siendo del todo redituable (Definición ABC, s.f.).

Eficiencia: es lograr que la productividad sea favorable o sea es lograr el máximo resultado con una cantidad determinada o mínima de insumos o recursos, lograr los resultados predeterminados o previstos con un mínimo de recursos.

### **Principios de las tres E**

Como último aspecto y haciendo referencia a Kilian Z D. (2004, p. 139), se pueden destacar dentro de la terminología examinada, los siguientes principios:

Principio de eficiencia: "El actor estratégico hará un uso dosificado de sus recursos en cada evento del juego interactivo, lo cual ocurrirá en función de la aplicación de recursos por parte del otro".

Principio de eficacia: "La obtención de los resultados deberá exigir la menor cantidad de eventos posibles. El encuentro y la fricción deberán minimizarse, y solo producirse como eventos encadenados integral y orgánicamente orientados hacia los resultados".

Principio de efectividad: El balance entre los efectos positivos y los efectos negativos de los resultados, deberá ser favorable para un actor y desfavorable para el otro. Es decir, dado que cada actor obtiene resultados con efectos positivos, pero también negativos, cada actor orientará su estrategia para que los efectos negativos del otro sean mayores que los efectos negativos de él.

### **Gestión de destinos turísticos**

La cuestión de la gestión de destinos ha devenido tema de relevancia en los últimos decenios como consecuencia del desarrollo sostenido del turismo tanto del lado de la demanda como de la oferta, y se ha desarrollado como respuesta a las nuevas tendencias observadas en el mercado turístico, marcadas de una parte por el incremento de la competitividad a escala global, y de otra por la irrupción con fuerza de paradigmas como el de la sostenibilidad y del desarrollo local como alternativa de respuesta a la crisis económica global y los procesos de globalización (Manente, 2008; Gómez, Torres y Menoya, 2012).

El término "destino" es un concepto extenso, diverso y complejo de definir, que puede especificarse desde múltiples ángulos y perspectivas (Boualem, Reda y Bondarenko, 2011; Manente, 2008), en lo que Padurean (2011), considera como un debate sin fin. No obstante, en la mayor parte de las definiciones revisadas es posible encontrar puntos coincidentes que casi siempre ponen énfasis sobre el aspecto geoespacial del fenómeno y sobre aquellos de funcionamiento en términos económicos (mercado, producto) y psicológicos (motivación del consumidor) (Boualem et al., 2011). A pesar de esa naturaleza de totalidad y complejidad del fenómeno turístico, el concepto de destino sigue ligado a una dimensión espacial, dado que las prácticas turísticas se definen también por la movilidad y el desplazamiento (Violier, 2009).

Destino turístico es una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican

entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística (Wikipedia, 2012). La OMT (1999, 2007), ha establecido que el destino turístico representa la unidad básica de análisis en turismo y reconoce tres perspectivas para su comprensión: la geográfica (una zona fácilmente reconocible con límites geográficos o administrativos que los turistas visitan y en la que permanecen durante su viaje), la económica (el lugar en el que permanecen más tiempo, en el que gastan una suma pertinente de dinero y en el que los ingresos por turismo son considerables, o potencialmente considerables, para la economía), y la psicográfica (la que constituye el principal motivo del viaje).

Asimismo, el destino está atendido por los sectores público y privado, y puede tratarse de todo un país, una región, una isla, una aldea o una ciudad, un centro o atracción independiente turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista.

De manera general, el destino turístico se concibe como una zona identificable de manera independiente, que se promueve como lugar que los turistas pueden visitar y donde una o varias instancias gubernamentales u organizaciones coordinan el producto turístico que ofrece (Comunidades Europeas, 2002).

Para Bigné et al. (2000, p. 30), “Los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas”. Dichos autores consideran al destino turístico “como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales, las cuales justifican su consideración como entidad y atraen viajes al mismo, con independencia de las atracciones que existan en otras zonas” (Bigné et al., 2000, p. 30); lo que implica los tres elementos fundamentales siguientes:

El destino turístico como unidad o sistema que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras.

El destino turístico puede coincidir o no con los límites administrativos de que se trate.

El turista percibe sus vacaciones como una experiencia global que está conformada por una cadena de productos y servicios que requieren ser integrados en función de su satisfacción.

Bigné (2000), plantea aparte, de que los destinos turísticos deben tener entre sus principales objetivos: mejorar la prosperidad a largo plazo de la comunidad local, lograr la mayor satisfacción de los residentes y visitantes, aumentar la rentabilidad de las empresas locales y los efectos multiplicadores de la economía, optimizar los impactos del turismo asegurando un turismo sostenible entre los beneficios económicos, socioculturales y medioambientales.

Basándonos en las funciones anteriormente planteadas, un destino turístico depende de las relaciones entre los distintos agentes implicados, si son creadas las condiciones de logro de la eficacia y eficiencia en la gestión.

En el caso particular del marketing, más allá del fuerte vínculo con el enclave territorial en que se concreta el destino, este se considera algo más que un mero lugar geográfico visto desde el lado de la demanda.

En opinión de Keller (2000), “los turistas perciben un destino o el servicio prestado en el contexto de un destino, como un todo. Con frecuencia, el conjunto de servicios prestados no puede dissociarse del lugar geográfico. Por lo tanto, el destino y el producto son idénticos”. Más allá del espacio, el destino puede ser percibido como un producto y un sistema.

Si esta perspectiva iniciada por el marketing no rechaza la dimensión espacial del término, adopta sin embargo un ángulo de lectura diferente de la geografía, notablemente mediante el modelo de ciclo de vida de los espaciosturísticos desarrollado por el geógrafo Richard Butler en 1980. Largamente criticado, sobre todo a causa de su carácter genérico, este modelo permanece no obstante el más empleado para evaluar los desempeños de un destinatorístico (Boualem et al., 2011).

Sin embargo, para Padurean (2010), el concepto de destino turístico no es tradicionalmente un constructo desde el lado de la oferta; más bien lo entiende “como la localización de producción de la experiencia turística. El rol de los proveedores es producir los componentes adecuados para el consumo y el rol de la gobernanza es poner a punto los mecanismos idóneos que aseguren la eficiencia del sistema” (Padurean, 2010, p. 9). Siguiendo otros puntos de vista, hay también conceptos que asumen a los destinos como entidades más allá de ciertos límites político-administrativos y avanzan criterios relativos a la colaboración entre destinos y la formación de redes de relaciones en torno a un “centro de gravedad” o polo (OMT, 2005; Manente, 2008).

En general, los destinos se dividen artificialmente por barreras geográficas y políticas, que, en ocasiones, producen confusión a los consumidores (Perelló, 2002). “Sin embargo, cada vez más se reconoce que un destino puede ser un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores, en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de la visita, nivel de educación y experiencia previa” (Bigné et al., 2000, p. 30).

De ahí que el destino turístico también puede entenderse como una mezcla entre las imágenes que este refleja en sus visitantes (experiencias, vivencias, recuerdos) y las imágenes creadas por los profesionales del turismo y los medios de comunicación.

Para Duval (2010), el destino turístico aparece entonces como una creación social que no cesa de ser renovada, a medio camino entre los efectos de una puesta en escena por parte de los actores turísticos y de los procesos de apropiación/transformación por parte de los turistas con vistas a satisfacer sus deseos de nueva creación, jugando así un rol de espacio móvil y complejo, necesariamente dinámico.

Acción de un “proyecto de recreación”, el destino es considerado por Botti et al. (2008, citado por Boualem et al., 2011: 23) “como un sistema en el cual interactúan numerosas organizaciones que pertenecen a la misma rama de actividad o a ramas de actividades diferentes”

El papel de la gestión de destinos es administrar y apoyar la integración de diferentes recursos, actividades y agentes involucrados a través de políticas y medidas apropiadas, lo que requiere de competencias tanto gubernamentales en materia de toma de decisiones como funcionales (planificación, organización y control de actividades empresariales) (Manente, 2008).

Para entender los principios de gestión y organización institucional de los destinos turísticos, hay que tener clara previamente la naturaleza de la actividad turística a la cual deben adaptarse. La naturaleza de la actividad turística como toda actividad económica, es posible analizarla desde dos puntos de vista: el de la oferta y el de la demanda. En la medida en que su confluencia en el mercado se produzca armónicamente, se alcanzará la eficiencia. En el referido Consenso de St. Gallen se establece que la gestión de destinos turísticos comprende las siguientes esferas de actividad: planeación (dentro de las esferas relativas al turismo), negociación (a nombre de todos los operadores turísticos), marketing (en un modo comprensible, esto es, producto, precio, al menos alguna extensión en cuanto a promoción y distribución), y coordinación de servicios (orientada a crear una experiencia de consumo homogénea).

En once dependencias del contexto específico de la gestión de destinos, una rica variedad de agentes institucionales y reguladores pueden existir, en la cual ocurre la ejecución de las esferas de actividad mencionadas. Cuando se habla de gestión de destinos y, más específicamente, de modelos de gestión de destinos, por lo general se aborda la cuestión de la llamada gobernanza del destino, así como la colaboración, teniendo en cuenta la diversidad de actores que se involucran en la actividad turística.

De acuerdo con Sautter y Leisen (1999, citado por Padurean, 2010, p. 60), “Los destinos son algunas de las entidades más difíciles de administrar y comercializar, debido a la complejidad de las relaciones de los actores locales”. El modelo tradicional de gobernanza de un destino turístico está representado por las Organizaciones de



Gestión/Marketing de Destinos (OGD/OMD), “la entidad que agrupa varias autoridades, accionistas y profesionales y/o facilita alianza en la industria turística hacia una visión de destino colectiva” (OMT, 2010).

La OMT categoriza las OGD/OMD en tres niveles: un nivel nacional, un nivel regional y un nivel local. Al nivel nacional, la Organización Nacional de Turismo (ONT) o Autoridad Nacional de Turismo (ANT) guía las direcciones estratégicas generales de la industria turística del país y se responsabiliza por la comunicación de la imagen del país. Todos estos niveles son responsables de la estrategia más la investigación y desarrollo para su ámbito.

Existe una variedad de estructuras de OGD, “sin un modelo universalmente aceptado” (Padurean, 2010, p. 62). Los organismos territoriales de gestión turística se han convertido en responsables de la planificación y el desarrollo turísticos, en todo lo que afecta al producto y su calidad y competitividad (ROS, 2008), de la creación de productos, la promoción y apoyo a la comercialización, así como de la información turística que se proporciona en ellos. Este tipo de órgano responde de un modo más adecuado a los objetivos generales y a los desafíos que enfrenta el turismo).

En turismo como tal, el rol de gobernanza es llevado a cabo desde un modelo tradicional de sector público (OMT, 2010), aunque en los últimos tiempos se ha manifestado “una rápida transición de un modelo tradicional público a un partenariado público-privado” (Padurean, 2010, p. 64). Precisamente, Bédard y Boualem (2012), subrayan entre los factores de éxito de un sistema de gestión de destino a “la importancia y la calidad entre los sectores público y privado” (Bédard y Boualem, 2012, p. 20), de manera que se logren estrategias equilibradas que representen los anhelos del destino en un mercado globalizado y competitivo (Medaglia y Silveira, 2009).

Es por ello por lo que el aspecto de los actores involucrados ha merecido mucha atención en la literatura, lo que según Merinero (2009), responde al surgimiento y aplicación de teorías como la de los sistemas productivos locales y la de los stakeholders. Manente (2008), sostiene que: “Una gestión eficaz y eficiente dependerá de un conocimiento cabal de la demanda real y potencial, de los agentes involucrados en la oferta turística, y de las relaciones económicas entre los agentes” (p. 3). A lo que hay que añadir que estas relaciones no solo son económicas, sino sobre todo burocráticas e institucionales, dependientes de la estructura organizativa, normativa, jurídica y de las relaciones de poder.

De manera general ha habido acuerdo en reconocer como principales actores involucrados en el destino turístico a los sectores público y privado, las organizaciones

no lucrativas, los medios de comunicación, los turistas y la comunidad receptora (Manente, 2008; Buhalis, 2000, citado por Bigné et al., 2000; Perelló, 2002; Falcón, 2004, citado por Betancourt et al., 2007; Del Chiappa, 2012; Presenza, Del Chiappa y Sheehan, 2013; March y Wilkinson, 2009; Moscardo, 2011).

Por su parte, Bédard (2008), en una distinción particularmente interesante, concibe el sistema turístico local como un conjunto de actores/agentes que clasifica como directos e indirectos. Directos son aquellos cuya actividad contribuye al desarrollo del destino y como retorno se benefician de este (son esencialmente los operadores turísticos), mientras que indirectos son los organismos o individuos que, sin estar directamente implicados en la actividad turística, son impactados por sus resultados (como los turistas, los gobiernos, las universidades, los medios de comunicación y la población local del destino).

### **Calidad de la gestión**

Edward Deming, describe la calidad como "un grado predecible de uniformidad y confiabilidad a bajo coste y acorde con el mercado". Juran (xxxx), define la calidad como "aptitud para el uso". Para Crosby (xxx), la calidad significa "conformidad con los requisitos".

La Sociedad Americana para el Control de Calidad, (ASQC), considera la calidad como la totalidad de las funciones y características de un producto o servicio, dirigidas a satisfacer las necesidades de cierto usuario.

Para la Organización Europea para el Control de Calidad, (EOQC), la calidad de un producto o servicio representa el grado en que se cubren las exigencias del cliente al cual va destinado y es el resultado de la calidad del diseño y la calidad de la producción.

En la actualidad, inicios del siglo XXI, el desarrollo conceptual y metodológico de la calidad ha tenido avances muy grandes, al ampliar sus horizontes a concepciones más profundas como el Pensamiento Sistémico, el Aprendizaje Organizacional, la Gestión Integral, los Sistemas Integrados de Gestión, entre otros, y al tener desarrollos de herramientas e instrumentos que facilitan y hacen más efectiva su implementación, hacia el logro de resultados exitosos de manera sostenida y sostenible.

La clave de todo lo anterior radica en entender claramente la diferenciación entre Calidad de la Gestión y Gestión de la Calidad.

Hacer gestión significa desarrollar acciones de gerencia y de liderazgo para que permanentemente se abran y se cierren brechas que conduzcan a niveles superiores de desempeño; es el concepto más amplio de manejo de una organización. Cuando hablamos

de gestión, hablamos de un enfoque sistémico tanto de la gestión misma como de la organización, a la que consideramos un "organismo vivo"; hablamos de integralidad, al involucrar a todas las personas que integran la organización y/o que interactúan con ella, es decir, a los grupos sociales objetivo (clientes o usuarios, accionistas, empleados, comunidad), y todos los procesos, áreas y/o funciones de la misma. Y es precisamente ese sistema de gestión el que debemos hacer con altos niveles de calidad, y hablamos entonces de calidad de la gestión, donde ambas palabras, calidad y gestión, tienen gran peso y significado.

De otro lado, hay necesidad de hacer gestión de los diferentes procesos, sistemas y/o funciones de la organización; por mencionar algunos, tenemos gestión comercial, gestión financiera, gestión de los recursos humanos, gestión de la tecnología, los cuales se deben soportar en instrumentos y herramientas que respondan de la mejor forma a las necesidades específicas de cada organización, y están disponibles cada vez de manera más amplia y diversa en el mercado nacional e internacional. Y para mencionarlo de manera resaltada y priorizada, se debe también hacer gestión de la calidad, la cual se orienta fundamentalmente al aseguramiento de los niveles de calidad de los productos y/o servicios; hay diferentes formas y niveles de rigor en que puede hacerse esta gestión, como por ejemplo normas ISO de la serie 9000, sistemas Seis Sigma, Teoría de Restricciones, Tableros Balanceados de Control, Manufactura Esbelta, Gerencia del Servicio, etc.

Todo lo anterior debe constituir un sólo sistema, que podemos denominar un Sistema de Gestión Integral, tal vez la concepción más moderna que existe sobre los enfoques y prácticas de la calidad, aplicable a todo tipo de organizaciones, y que le ayuda a dar sentido y efectividad a la utilización de diferentes herramientas.

### **11. Preguntas de Investigación**

¿Cómo determinar la situación actual del destino turístico que afectan la calidad de su gestión, la eficacia, la eficiencia, la efectividad y la sostenibilidad de dicho destino?

¿Cómo implementar un control de gestión efectivo en el destino turístico que facilite, a partir de un sistema de indicadores básicos, el monitoreo del desempeño del destino, la toma de decisiones y la mejora de la calidad de la gestión?

¿Es compatible la oferta turística del destino objeto de estudio con relación a los atractivos turístico de la zona, la tipología de turismo utilizada y las necesidades económicas y de la comunidad?

¿Cómo estructurar el sistema de procesos en el destino turístico para garantizar

una gestión eficaz, efectiva, eficiente y sostenible?

¿Se podrá implementar el sistema mejorado en un subsistema representativo del destino para evaluar su desempeño para su posterior generalización?

## **12. Justificación**

Primeramente, se realiza una profunda revisión de los documentos rectores del desarrollo del país y del turismo, como el PNBV, PLANDETUR 2020, PIMTE 2014 y el Plan Nacional de Competitividad Turística; precisando en los resultados de los diagnósticos para el Mundo de la Costa.

En el Plan Nacional de Competitividad Turística (pp. 95 y 96) se plantean como debilidades fundamentales de dicho mundo:

- Mala planeación y ordenamiento del entorno físico general y de playa.
- Deficiente provisión de servicios básicos.
- Deficiente manejo de las variables ambientales (desechos sólidos y líquidos, control de vertimientos, control de usos contaminantes).
- Poca inversión y escasez de manejo profesional por parte de los receptores vacacionales clave.

### **Escasa o inexistente cultura de servicio.**

La existencia de varios núcleos de desarrollo físicamente muy desconectados entre sí.

La oferta complementaria en materia de recreación terrestre, marinas, deportes acuáticos, vida nocturna, es extremadamente limitada.

La gastronomía, pese a la buena cocina criolla tradicional es poco valorizada y mal servida.

También en la página 40 del de dicho documento se establece: “La concertación hacia la consecución de un destino turístico excelente dependerá de todos los interesados. Al respecto, el establecimiento de un sistema de calidad, montado sobre un acuerdo sectorial, parecería ser el camino más adecuado y podría ser un marco de referencia de alcance general, aplicable a cualquier actividad y tamaño de organización, que garantiza unos sistemas estandarizados de trabajo”.

En esencia, las debilidades diagnosticadas evidencian la deficiente calidad de la gestión de los destinos turísticos del Mundo de la Costa. Sin embargo, en el Plan PIMTE 2014 se reconoce y cito “podemos decir que la mayor parte de la oferta de servicios turísticos del Ecuador se concentra en los Mundos Costa y Andes”; además y pese a la mala calidad de la gestión de los destinos, la infra estructura vial y los servicios básicos de esta región han mejorado significativamente, en virtud de las estrategias y objetivos establecidos en el:

Plan Nacional del Buen Vivir, PLANDETUR 2020, PIMTE 2014 y Plan Nacional de competitividad turística.

También se consultan las líneas de investigación y programas del Departamento Central de Investigación de la ULEAM y se decide desarrollar un proyecto adscrito a la línea No. 4 Economía y Desarrollo y el Programa: Desarrollo Turístico.

A partir de estos antecedentes las Comisiones de Vinculación e Investigación de la Extensión de Bahía de Caráquez, juntamente con las carreras de: empresas turísticas, hotelería y turismo e ingeniería en marketing, han realizado contacto con los GAD de los cantones involucrados en el proyecto, con los cuales se han firmado cartas de colaboración y de aceptación de los objetivos del proyecto, como clientes directos del mismo. También se han realizado visitas a la comunidad para verificar in situ el estado de: los recursos, atractivos, de los servicios básicos e infraestructura.

Para la elaboración del árbol de problemas se realizan talleres de trabajo con los GAD, empresarios y comunidades de los cantones involucrados, en los mismos se precisa la situación problema, los efectos de la misma, sus posibles causas y soluciones, en el corto, medio y largo plazo.

Para resumir y validar la información recopilada se aplican dos métodos de trabajo con expertos. Primeramente, se aplica el Método Delphi para resumir un listado de posibles causas de la mala calidad de la gestión en el destino. Para ello se utilizan 10 expertos todos con más de 5 años de experiencia en la gestión turística, los mismos fueron:

Ms.C. Patricio Tamariz	Viceministro MINTUR
Ing. Cristina Ruperti	Responsable de Turismo GAD Sucre
Eura Zambrano	Responsable de Turismo GAD San Vicente
Scheznarda Fernández	Responsable de Turismo Zona 4
Dr.C Ariel Romero Fernández	Profesor Universitario Especialista en turismo
Dr.C Rogelio Suárez Mella	Profesor Universitario Especialista en turismo
Ing. Manuel Gilces Mero	Alcalde del GAD Sucre

Gema Roxana Ceballos Torres	Alcaldesa del GAD San Vicente
Xavier Álvaro S.	Profesor Universitario Especialista en turismo

Se fija un coeficiente de concordancia Delphi igual a 0.80, lo cual implica que el evento causal que reciba más de dos votos negativos será eliminado como posible causa de la mala calidad de la gestión del destino. Las dos primeras rondas del método se realizan vía correo electrónico y el listado inicial de 21 posibles causales, queda reducido a solamente 12. Ver listado de votación en la tabla 1.

Posteriormente se procede a aplicar el método de los expertos con el Coeficiente Kendall a las 12 posibles causas, utilizando a 7 expertos y se logra reducir el listado a solo 5 causas básicas que son las que se llevan al árbol del problema. Los resultados del método Kendal se resumen en la siguiente tabla y muestran un coeficiente de concordancia alto igual a 0.9235, lo que prueba que el estudio es válido debido a que los siete expertos concuerdan en un 92.23%.

Tabla 1.

*Puntuación de los expertos. Método Kendall*

Posibles causas	E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	E 6	E 7	$\Sigma a$ i	$\Delta$	$\Delta^2$
Pobre publicidad y promoción	12	11	11	12	12	10	12	80	34	1156
Escasa inversión y recursos	9	12	12	11	11	9	11	75	29	841
No existe cultura de servicio	6	6	7	6	6	8	6	45	1	1
Inseguridad para los clientes	11	10	8	9	10	12	10	70	24	576

Deficiente manejo de las variables ambientales	3	3	2	2	3	4	3	23	23	529
Estancamiento del producto sol y playa	10	9	10	8	9	11	9	66	20	400
Deficiente provisión de servicios básicos	2	1	3	3	1	1	2	13	33	108 9
Mala calidad del servicio	5	5	4	4	5	5	5	33	13	169
Falta de pensamiento estratégico de los profesionales y decisores	1	2	1	1	2	2	1	10	36	129 6
Deficiente gestión de los operadores	8	8	9	10	7	7	8	57	11	121
Deficiente planificación territorial y de las playas	4	4	5	5	4	3	4	29	17	289
Trabajadores no preparados	7	7	6	7	8	6	7	48	2	4

Fuente: elaboración propia.

$$T = \sum \sum a_{ij} / k$$

$$T = 549 / 12$$

$$T = 45.7 \approx 46$$

$$W = 12 \sum \Delta^2 / m^2(K^3 - K) \geq 0.50$$

$$W = 12 (6471) / 7^2 (12^3 - 12)$$

$$W = 77652 / 49(1716)$$

$$W = 77652 / 84084 = 0,9235 \geq 0.50.$$

Por lo tanto, las causas fundamentales de la mala calidad de la gestión son por orden de prioridad son: Falta de pensamiento estratégico de los profesionales y decisores, Deficiente provisión de servicios básicos, Deficiente manejo de las variables ambientales, Deficiente planificación territorial y de las playas, Mala calidad del servicio y no existe cultura de servicio.

La gran expansión se determina por el método Kendall y la primera pequeña expansión a partir de tormenta de ideas con los grupos de trabajo en los talleres realizados. Este análisis fue la base para determinar las causas del árbol de problemas Ver tablas 2 y 3. Diagrama Causa Efecto.

### **Factores involucrados con el problema y sus causas**

Tabla 2.

*Relación de causas con los factores involucrados*

<b>Causas</b>	<b>Factores involucrados</b>
Falta de pensamiento estratégico de los profesionales y decisores	GAD de cada Cantón, profesionales y decisores del sector y universidad
Deficiente provisión de servicios básicos	GAD de cada Cantón y comunidad
Deficiente manejo de las variables ambientales	GAD de cada Cantón, comunidad, profesionales y decisores del sector y universidad
Deficiente planificación territorial y de las playas	GAD de cada c antón, comunidad y universidad
Mala calidad del servicio	GAD de cada c antón, comunidad y universidad



No existe cultura de servicio	GAD de cada cantón, comunidad y universidad
-------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

Los efectos se obtienen a partir de las evidencias, talleres realizados, visita a las comunidades y resultados de diagnósticos realizados en el Mundo de la Costa y específicamente en el destino regional costa norte.

Relación de los efectos con los principales grupos afectados

Tabla 3.

*Relación de efectos del árbol de problema con los grupos implicados*

<b>Efectos</b>	<b>Principales grupos afectados</b>
Pobres arribos de turistas internacionales	Hoteleros, operadores turísticos profesionales del sector, comunidad, GAD y establecimientos de A y B
Decrecimientos de mercados	Hoteleros, operadores turísticos profesionales del sector, comunidad, GAD y establecimientos de A y B
Marcada Estacionalidad	Hoteleros, operadores turísticos profesionales del sector, comunidad y GAD
Playas y entorno deteriorados	Turistas, comunidad, Hoteleros, operadores turísticos profesionales del sector y GAD
Planta hotelera subutilizada depreciándose	Hoteleros
Bajo gasto por cliente en destino	Comunidad, GAD, empresas de A y B, empresas de recreación

No se generan nuevos empleos	Comunidad y GAD
Posicionamiento competitivo desfavorable	Cantones Sucre, Jama, Destino regional costa centro, Mundo de la costa, MINTUR y país
Gestión ineficaz	Empresas turísticas, Comunidad, GAD del destino objeto de estudio, destino regional y país
Gestión ineficiente	Empresas turísticas, Comunidad, GAD del destino objeto de estudio, destino regional y país
Gestión inefectiva	Empresas turísticas, Comunidad, GAD de los cantones del destino objeto de estudio, destinoregional y país
Pobre aporte del turismo al cambio de la matriz productiva y al plan del buen vivir.	MINTUR, país

Fuente: Elaboración propia

Pese a la situación diagnosticada en la zona y en los cuatro cantones que abarca el destino, existen ventajas comparativas que deben ser explotadas, orientadas a desarrollar de forma mediata, un turismo de playa verde, dirigido al turismo internacional, no masivo, en sus inicios. Según el Plan Nacional de Competitividad Turística estas ventajas son:

Un mismo patrón geográfico (la costa); con productos homogéneos para desarrollar un destino regional, como: playa convencional, playa verde y combinaciones de recreación con naturaleza, complementados con sitios arqueológicos y etnográficos).

Posee una infraestructura hotelera suficiente para el nivel de demanda inmediato y mediato que se prevé, para promover y desarrollar el destino (capacidad para 168140 turistas/ año, o sea el 11% del total de turistas que visitó al país en el 2014.

Capacidades de establecimientos de A y B que representan el 4.1% del total del país y el 7.9% del Mundo de la costa

Tres importantes centros urbanos de convergencia en conectividad (aeropuerto

internacional, puerto y nodo de vialidad en cada uno) que sirven de polo urbano proveedor de insumos, uno con amplios servicios propios complementarios Guayaquil, y los otros dos como segundo y tercer polo en formación: Manta y Esmeraldas

Se cuenta, en fin, con una base cultural relativamente homogénea y un esfuerzo viejo por gestionar el turismo

Recuperación de la infraestructura vial de todo el litoral.

### **13. Metodología**

#### **Diseño de estudio**

La investigación aborda el desarrollo del turismo sostenible en n destino del Mundo de la Costa, rediseñando un sistema turístico eficaz, eficiente, efectivo y orientado hacia el turismo sostenible.

El destino turístico que se proyecta desarrollar se encuentra ubicado en el Mundo de la Costa, específicamente en el destino regional Costa Norte y abarca los cantones de Sucre, Jama, Pedernales y San Vicente.

#### **Procedimiento utilizado**

El procedimiento de trabajo para el desarrollo del destino se resume en las tres etapas de trabajo y 20 pasos como se muestra a continuación:

	<b>Etapas I. Diagnóstico y preparación</b>
Paso 1	Inventario de recursos turísticos del destino
Paso 2	Actualización del estado de la infraestructura turística existente
Paso 3	Determinación de necesidades de formación existentes
Paso 4	Creación del <u>Q</u> bservatorio turístico
Paso 5	Elaboración de un programa de formación en función de las necesidades diagnosticadas
Paso 6	Impartir cursos al primer nivel
Paso 7	Análisis del comportamiento del mercado por segmentos y de su tendencia

Paso 8	Análisis de la imagen y posicionamiento competitivo del destino
Paso9	Definición de los mercados meta y de sus necesidades y expectativas
Paso10	Diagnosticar las reservas de eficacia y de eficiencia existentes en los procesos claves del destino
Paso 11	Resumen del diagnóstico mediante un análisis FODA (ETAPA CUMPLIDA POR FASES)
	Etapa II. Rediseño del destino turístico
Paso 12	Análisis de las propuestas de producto turístico y atractivos a desarrollar en el destino
Paso13	Determinar su localización y posible articulación con otros productos o circuitos turísticos.
Paso 14	Selección de la propuesta más factible y rediseño del producto: destino.
Paso 15	Rediseño de los procesos del sistema turístico del destino
Paso16	QDF
Paso 17	Propuesta de proveedores y de la cadena de distribución y comercialización (TTOO)
	Etapa III. Implementación y monitoreo
Paso 18	Puesta en marcha o prueba 0
Paso 19	Ajuste para la puesta en marcha
Paso 20	Implementación y Monitoreo

## Sujetos y tamaño de la muestra

Tabla 4.

*Población, tipo de muestreo, cálculo del tamaño de la muestra y variables de segmentación*

Sujetos	Tipo de muestreo	Tamaño de muestra (n)	Variable de segmentación
Clientes que visitan el destino y se registran en hoteles	Probabilístico Estratificado	Se determina a través de la fórmula 1	Nacionalidad, edad, sexo, gasto promedio, repitencia
Clientes que visitan el destino y no se registran	No probabilístico	No se calcula. Se utiliza el muestreo por Conveniencia	Nacionalidad, edad, sexo, gasto promedio, repitencia
Clientes internos o trabajadores	Probabilístico Aleatorio simple	Norma ISO 2853	edad, área, sexo
Operadores turísticos	Probabilístico	Norma ISO 2853	
Directivos de empresas	Probabilístico	Norma ISO 2853	
Funcionario del sector público	Probabilístico	Norma ISO 2853	
Comunidad	Probabilístico Estratificado	Norma ISO 2853	edad, sexo, ocupación

Elaboración propia

### Definición de Variables

Variable independiente: Turismo sostenible

Variables dependientes: Calidad de la gestión, la eficacia, la eficiencia, la efectividad

### **Medición de Variables y Procedimientos**

Medición o indicadores a utilizar para evaluar las variables dependientes

Calidad de la gestión. Se evaluará a partir de los niveles de eficacia, de eficiencia y efectividad que se determinen, para ello se hará una evaluación de cada uno de los indicadores utilizados para operativizar los macro indicadores.

La eficacia. Se evaluará a partir de los siguientes indicadores: Satisfacción del cliente externo; Satisfacción del cliente interno; Dinámica de crecimiento de turistas por años y segmento; Eficacia de los procesos; Estabilidad laboral; Cumplimiento de planes de capacitación.

La eficiencia. Se evaluará a partir de los siguientes indicadores: Ingresos; Costos; Gastos;

Promedio de trabajadores; % de ocupación.

La efectividad. Se evaluará a partir de los siguientes indicadores: Imagen; Posicionamiento competitivo.

### **Medición o indicadores a utilizar para evaluar la variable independiente.**

Turismo sostenible. Se utilizarán los siguientes:

<b>Indicador</b>	<b>Criterio de medida</b>
1. Protección del territorio	Categoría de protección del territorio conforme al índice de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza
2. Presión sobre el territorio	Número de turistas que visitan el territorio por unidad de tiempo (por mes, año...)
3. Intensidad de uso	Personas por hectárea en temporada alta
4. Impacto social	Ratio entre turistas y residentes
5. Control de desarrollo	Existencia de procedimientos de revisión ambiental o controles formales del desarrollo del territorio y densidades de

	uso
6. Gestión de desechos	Porcentaje de aguas residuales del territorio receptor del tratamiento.
7. Proceso de planificación	Existencia del plan territorial organizado para el área de destino turístico
8. Ecosistemas críticos	Número de especies raras o en peligro de extinción
9. Satisfacción del turista	Nivel de satisfacción del visitante
10. Satisfacción de la población	Nivel de satisfacción del residente.
11. Contribución del turismo a la economía local	Proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo.

Fuente: OMT a través de las obras de Rivas y Magadán (2007) y Vera et al. (2001).

### **Estandarización**

En caso de análisis que requiera indicadores de diferentes magnitudes se normalizarán las mismas, estableciendo proporciones en función del valor mayor.

### **14. Manejo de Datos y análisis estadístico**

La información básica se debe recopilar a partir de encuestas, entrevistas, por revisión y análisis de los indicadores de las empresas o por mediciones directas obtenidas por trabajo de campo y observación directa. La misma se precisa a continuación.

Tabla 5.

*Manejo de datos y análisis estadístico por indicador*

<b>No</b>	<b>Indicador</b>	<b>Recopilación de datos</b>	<b>Análisis estadístico</b>	<b>Estandarización</b>
1	Satisfacción del cliente externo	Encuestas fiables y válidas	Validación de encuestas. Alpha de Combacht y Coeficiente R2. Se determinará % de satisfacción, Moda, mediana y media	No es requerida
2	Satisfacción del cliente interno	Encuestas fiables y válidas	Validación de encuestas. Alpha de Combacht y Coeficiente R2. Se determinará % de satisfacción, Moda, mediana y media	No es requerida
3	Dinámica de crecimiento de turistas por años y segmento	Registro directo de turistas en destino	Análisis de la dinámica	No es requerida
4	Eficacia de los procesos		A partir de la satisfacción de los clientes y del % de servicios	No es requerida



			que brinde	
5	Estabilidad laboral	Informe de prestatarios	Coeficiente de rotación	No es requerida
6	Cumplimiento de planes de capacitación	A partir de los informes del GAD	% de cumplimiento de planes en el periodo	No es requerida
7	Ingresos	Informe de prestatarios	Registros generales en el Observatorio	No es requerida
8	Costos	Informe de prestatarios	Registros generales en el Observatorio	No es requerida
9	Gastos	Informe de prestatarios	Registros generales en el Observatorio	No es requerida
10	Promedio de trabajadores	Informe de prestatarios	Registros generales en el Observatorio	No es requerida
11	% de ocupación	Informe de prestatarios	Registros generales en el Observatorio	No es requerida

12	Imagen		Validación de encuestas. Alpha de Combacht y Coeficiente R2. Se determinará % de satisfacción, Moda, mediana y media. Método Importancia Adecuación.	No es requerida
13	Posicionamiento	A partir de los valores de imagen evaluados	Ordenamiento según imagen	No es requerida
14	Protección del territorio	Informe del Gad	Índice de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza	No es requerida
15	Presión sobre el territorio	Informe del Gad	Número de turistas que visitan el territorio por unidad de tiempo (por mes, año)	No es requerida
16	Intensidad de uso	Informe de prestatario	Personas por hectárea en	No es requerida

			temporada alta.	
17	Control de desarrollo	Informe del Gad	Existencia de procedimientos de revisión ambiental o controles formales del desarrollo del territorio y densidades de uso	No es requerida
18	Gestión de desechos	Informe del Gad	Porcentaje de aguas residuales del territorio receptor del tratamiento. Nivel de reciclaje	No es requerida
19	Proceso de planificación	Informe del Gad	Existencia del plan territorial organizado para el área de destino turístico.	No es requerida
20	Ecosistemas críticos	Informe del Gad	Número de especies raras o en peligro de extinción.	

21	Satisfacción del turista.	Informe de prestatario	Validación de encuestas. Alpha de Combacht y Coeficiente R2. Se determinará % de satisfacción, Moda, mediana y media	No es requerida
22	Contribución del turismo a la economía local	Informe del Gad	Proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo.	No es requerida
23	Satisfacción de la población	Informe del Gad	Validación de encuestas. Alpha de Combacht y Coeficiente R2. Se determinará % de satisfacción, Moda, mediana y media	No es requerida
24	Impacto social	Informe del Gad	Ratio entre turistas y residentes	No es requerida
Totto	24			0

Elaboración propia

Evaluación de los macro indicadores

Tabla 6.

*Manejo de dato y análisis estadísticos por macro indicador*

No	Macro indicador	Recopilación de datos	Análisis estadístico	Estandarización
1	Eficacia	Encuesta de satisfacción destino	Validación de encuestas. Alpha de Combacht y Coeficiente R2. Se determinará % de satisfacción, Moda, mediana y media	No es requerida
2	Eficiencia	Variables de imput out put y de out put	Software EMS. Evaluación de la eficiencia global IGE	Se normalizarán
3	Efectividad	Variables de imput out put y de out put	Software EMS. Con indicadores de eficacia, eficiencia y efectividad	Se normalizarán
4	Sostenibilidad	Indicadores de sostenibilidad	Índice complejo de sostenibilidad	Se normalizarán

Elaboración propia

## 6. Consideraciones éticas

La universidad se reserva los derechos de autoría del proyecto, por lo que los resultados del mismo son exclusivamente responsabilidad de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Bahía de Caráquez.

El esquema básico del documento pasa por mencionar datos relevantes recopilados de varias fuentes de investigación disponibles, como casos paradigmáticos vinculados a problemas éticos en la investigación, los principales valores éticos de la investigación científica, los modos de participación de las personas en el estudio, el perfil de las investigaciones y los requisitos básicos necesarios para que las investigaciones se ajusten a los estándares éticos.

## 7. Resultados Esperados

Productos esperados para el 2019.

Análisis de las propuestas de producto turístico y atractivos a desarrollar en el destino.

Determinar su localización y posible articulación con otros productos o circuitos turísticos.

Selección de la propuesta más factible y rediseño del producto: destino.

Rediseño de los procesos del sistema turístico del destino.

Propuesta de proveedores y de la cadena de distribución y comercialización (TTOO).

La propuesta de un modelo de gestión de destinos.

Creación de una coordinadora que gestione el destino y vincule: el sector público y privado, la comunidad, los cuatro GAD y las universidades.

Dos artículos publicados en revistas regionales.

Dos capítulos de un libro sobre gestión de destinos turísticos.

La creación y mantenimiento de un grupo o mesa técnica asesora.

## 6.- REFERENCIAS

Aguado, H. (2001). ¿Qué es la "Dirección por Valores"?

Bigne, E. (2000). Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo. ENSIC.

Blanco, F. (1993). El control integrado de gestión. Iniciación a la dirección por sistemas. Editorial Limusa, S.A.

Boualem et al. (2011). Le concept de destination.

Boualem, R. (2011). Excellence des destinations.

Braidot, N. (2003). Desarrollo de una metodología de diagnóstico para empresas PyMEs industriales y deservicios.

Castillo, G. (2009). La reforma y las políticas educativas. Impacto en la supervisión escolar. FLACSO-México.

Cabrera, J. (2011). Dinámica de las migraciones y los flujos turísticos en el espacio caribeño. Revista Ciencia y Tecnología, 2, 20 – 30.

Cruz, R. (2008). Definición de la gestión por competencias. <http://grupogestionporcompetencias.blogspot.com>

CINADE. (2004). La verdad sobre la eficacia, la eficiencia y la efectividad.

<https://cbibliotecavirtual.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/07/veee-sa.pdf>

- Díaz, W. (2010). Eficiencia de la Calidad de la Gestión de la organización. Guía para la mejora. *Revista Avanzada Científica*, 13(2).
- Duval, M. (2010). *Géographie et destinations touristiques*.
- Fuentes, J. (2010). Diseño de una metodología de diagnóstico para empresas.
- García, L. (1975). *El control de gestión*. Ediciones INDEX.
- Goldratt, E. (1998). *El síndrome del pajar. ¿Cómo extraer información del océano de datos?* Ediciones Castillo.
- González, J. (2008). Propuesta para la evaluación de Programas de educación socioemocional. EOS.
- Iglesias, F. (2013). Importancia de la definición de indicadores de gestión. [gestiopolis.com](http://gestiopolis.com).
- James, R. y Evans, M. (2008). *Administración y Control de la Calidad*. Cengage Learning.
- Jordán, H. (1996). *Control de gestión*. DEADE, Comisión Europea.
- Keller, P. (2001). *Sport and Tourism. Introductory Report*.
- Manente. (2008). *La domanda di turismo responsabile e di ecoturismo in Italia*.
- Menoya, S. (2012). Marco teórico para la gestión de destinos turísticos.
- Montgomery, D. (2013). *Control estadístico de la calidad*. Limusa.
- Normalización, O. (2015). Patente nº 9001:2015. Internacional.
- Ortiz, M. (2016). Metodología para definir indicadores de gestión.
- Ramos, D. (2013). Proyecto aplicado a la gestión universitaria.
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico local. Guía para planificadores. ESPOL. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagn%20c3%b3stico%20tur%20c3%adstico%20local.pdf>
- Rivera, N. (2007). *La Mejora de Procesos. Más allá del valor añadido*.
- Rodríguez, M. (2012). Importancia de la definición de indicadores de gestión.
- Valdez, S. (1998). *Diagnóstico empresarial. Método para identificar, resolver y controlar problemas en las empresas*.
- Valls, W., Román, V., Chica, C. y Salgado, G. (2017). *Calidad del servicio*. Editorial Mar Abierto.
- Violer. (2010). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras*.

## **7. RESUMEN EJECUTIVO:**

El proyecto de investigación es de aplicación, abarca los cantones de Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, y tiene como objetivo: Contribuir al desarrollo del turismo sostenible en el destino turístico del Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales a partir de la mejora de la calidad de su gestión para facilitar el incremento de: la eficacia, la eficiencia y la efectividad de dicho destino. En la investigación se utilizarán métodos cualitativos y cuantitativos, entre las herramientas fundamentales se pueden citar: Método Delphi, método de los expertos Kendal, diagrama causa efecto, la observación, la entrevista estructurada, las encuestas, los análisis de validez y fiabilidad, el análisis de indicadores y ratios, el modelo Servqual, el método importancia adecuación, los modelos de frontera, entre otras. Para el procesamiento y análisis de la información se utilizarán los softwares Excel, SPSS.23 y el EMS. Entre los principales resultados que se esperan obtener se pueden mencionar: Diagnosticar la situación actual del destino turístico para determinar las dificultades que afectan la calidad de su gestión, precisando: viabilidad del producto, comportamiento y tendencias del mercado, situación de la infraestructura, gestión de los procesos claves, necesidades de formación y de información para la gestión, la Creación de un Observatorio Turístico que facilite, a partir de un sistema de indicadores básicos, el monitoreo del desempeño del destino, la toma de decisiones y la mejora de la calidad de la gestión, realizar el rediseño del destino turístico en función de las necesidades de los mercados metas definidos, la infraestructura disponible y el desarrollo sostenible, estructurar el sistema de procesos del destino turístico para garantizar una gestión eficaz, efectiva, eficiente y sostenible e implementar el sistema mejorado en un subsistema representativo del destino para evaluar su desempeño con vistas a su posterior generalización.

## **8.- DESCRIBIR LOS IMPACTOS DE ACUERDO CON EL OBJETIVO DEL PROYECTO**

Establecer el enfoque sistémico en la gestión sostenible en los 4 cantones objeto de estudio a través de la creación y estructuración de un destino turístico que integra: los sectores público y privado, la comunidad y la universidad.

Disponer de una información actualizada de: atractivos, infraestructura y demás elementos que conforman el destino (oferta, demanda, proveedores, competidores, etc.) que permita trazar estrategias y facilite la toma de decisiones.

Mejorar el sistema de proceso del destino, mejorando la oferta, fortaleciendo la comercialización a través de operadores turísticos e integrando empresas y



organizaciones turísticas y no turísticas. Esto permitirá un incremento gradual en los indicadores de eficiencia, de eficacia y de efectividad.

Mejora en la gestión sostenible del destino.

Generalizar el destino, modelo y sistema implementado parcialmente al destino Costa.

<b>9.- BENEFICIARIOS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO</b>					
BeneficiariosDirectos				BeneficiariosIndirectos	
Empleo Directo	Hombres: 410			Empleo Indirecto	Hombres 820
	Mujeres: 273				Mujeres: 546
% InsumosNacionales	100%			% InsumosImportados	0%
<b>10.- BENEFICIARIOS EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PLAZAS DE TRABAJO)</b>					
CALIFICADO	HOMBRES: 410			NO CALIFICADO	HOMBRES
	MUJERES: 273				MUJERES
TOTAL	683				
<b>GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA</b>					
CapacidadesDiferentes	0			Mujeres Embarazadas	0

Privadas de Libertad	0			Enfermedades Catastróficas	0	
<b>9.- BENEFICIARIOS DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO</b>						
Beneficiarios Directos				Beneficiarios Indirectos		
Empleo Directo	Hombres: 410			Empleo Indirecto	Hombres 820	
	Mujeres: 273				Mujeres: 546	
% Insumos Nacionales	100%			% Insumos Importados	0%	
<b>10.- BENEFICIARIOS EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PLAZAS DE TRABAJO)</b>						
	HOMBRES: 410				HOMBRES	

CALIFICADO				NO CALIFICADO	0	
	MUJERES: 273				MUJERES 0	
TOTAL	683					

<b>GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA</b>						
Capacidades Diferentes	0			Mujeres Embarazadas	0	
Privadas de Libertad	0			Enfermedades Catastróficas	0	
11.- PARTICIPANTES EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO						
LIDER DEL PROYECTO (PROFESOR TITULAR O NO TITULAR A O NO TITULAR A						

APELLIDOS	Navas Moscoso	NOMBRES	Fernanda Mariela
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0502001893-6	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza
TITULO TERCER NIVEL		TITULO CUARTO NIVEL	
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	

TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	096769674-8
	<a href="mailto:fernada@culturania.net">fernada@culturania.net</a>	CORREO ELECTRÓNICO	<a href="mailto:Mariela.navas@uleam.edu.ec">Mariela.navas@uleam.edu.ec</a>
<b>CO-LÍDER (PROFESOR TITULAR)</b>			
APELLIDOS	Pazmiño Chica	NOMBRES	Vicente Eduardo
NÚMERO DE CÉDULA DE	130518477-0	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Leonidas Plaza
			Master en Educación Universitaria por
CATEGORÍA Y NIVEL DE	Principal con nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0991004118
CORREO ELECTRÓNICO	<a href="mailto:vicempaz@hotmail.com">vicempaz@hotmail.com</a>	CORREO ELECTRÓNICO	vicente.pazmiño@uleam.edu.ec

PROFESORES INVESTIGADOR			
APELLIDOS	Román Vélez	NOMBRES	Víctor Manuel
NÚMERO DE	130238463-9	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniero Comercial	TITULO CUARTO	Master en Dirección Comercial y
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Principal con nombramiento	TIEMPO DE	Tiempo completo
	Docente	CARRERA-	Marketing
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0994114055
CORREO	<a href="mailto:vromanec@hotmail.com">vromanec@hotmail.com</a>	CORREO	Vmanuel.román@uleam.edu.ec

PROFESORES INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Ferrín Delgado	NOMBRES	Estrella Gloria
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	130463738-0	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Licenciada en Educación mención Educación Infantil	TITULO CUARTO NIVEL	Magister en Pedagogía Diploma Superior en Pedagogía
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Agregada con nombramiento	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Tiempo completo



	Docente		Hospitalidad y Hotelería,
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0995116419
CORREO	estrellananda.2013@hotmail.com	CORREO	estrella.ferrin@uleam.edu.ec
<b>PROFESORES INVESTIGADORES</b>			
APELLIDOS	Romero Zambrano	NOMBRES	Miguel Alberto
NÚMERO DE	130729502-0	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniero Comercial	TITULO CUARTO	Maestría en Administración de
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Principal	TIEMPO DE	Completo

	Docente	CARRERA-	
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	099720096-3
CORREO	<a href="mailto:marz114@hotmail.com">marz114@hotmail.com</a>	CORREO	miguel.romero@uleam.edu.ec
<b>PROFESORES INVESTIGADORES</b>			
APELLIDOS	Chica Cepeda	NOMBRES	Ricardo
NÚMERO DE	095764300-0	DIRECCIÓN	Portoviejo
TITULO TERCER NIVEL	Ingeniero en sistemas	TITULO CUARTO	Master en Administración de
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Auxiliar con nombramiento	TIEMPO DE	Completo

	Docente	CARRERA-	
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	
CORREO	<a href="mailto:rchicacepeda@gmail.com">rchicacepeda@gmail.com</a>	CORREO	ricardo.chica@uleam.edu.ec
<b>PROFESORES E INVESTIGADORES</b>			
APELLIDOS	Patiño López	NOMBRES	María Carmen
NÚMERO DE	131074988-0	DIRECCIÓN	Bahía de Caráquez
TÍTULO TERCER	Licenciada en Trabajo social	TITULO CUARTO	X
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Auxiliar con nombramiento	TIEMPO DE	Completo
	Docente	CARRERA-	

TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	
CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	<a href="mailto:Osimelli23@hotmail.com">Osimelli23@hotmail.com</a>	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	<a href="mailto:María.Patiño@uleam.edu.ec">María.Patiño@uleam.edu.ec</a>
<b>PROFESORES E INVESTIGADORES</b>			
APELLIDOS	Macías Sera	NOMBRES	Raisa
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	095993969-5	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Bahía de Caráquez
TÍTULO TERCER NIVEL	LICENCIATURA EN EDUCACION ESPECIALIDAD: INGLES	TITULO CUARTO NIVEL	MASTER EN ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo

	Docente	CARRERA-	Administración de Empresas	
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0995983693	
CORREO		CORREO	raica.macias@uleam.edu.ec	

PROFESORES E INVESTIGADORES			
APELLIDOS	Zambrano Cedeño	NOMBRES	Jessica Mariela
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	130959947-9	DIRECCIÓN DOMICILIARIA	Calceta
TÍTULO TERCER NIVEL	LICENCIADA EN TURISMO CON MENCION EN TURISMO ECOLOGICO	TITULO CUARTO NIVEL	MAGISTER EN GERENCIA TURISTICA Y HOTELERA  DOCTORA EN CIENCIAS PEDAGOGICAS
CATEGORÍA Y NIVEL DE TITULARIDAD	Contrato	TIEMPO DE DEDICACIÓN	Completo
CARGO ACTUAL	Docente	CARRERA-FACULTAD	Turismo, Hospitalidad Hotelera, Administración de Empresas Hotelera
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	0994131936

	CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL		CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	jessica.zambrano@uleam.edu.ec	
--	-----------------------------------	--	--	-------------------------------	--



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**2024**

ISBN: 978-9942-7234-8-2



9789942723482