

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en
Gestión Turística y Hotelera**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del Proyecto

**“PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN
MONTALVO, PROVINCIA DE LOS RÍOS”**

Autora: De La Rosa Monar Dayana Lissette

Tutor: Dr. Calvopiña Andrade Diego Mauricio

RIOBAMBA- ECUADOR

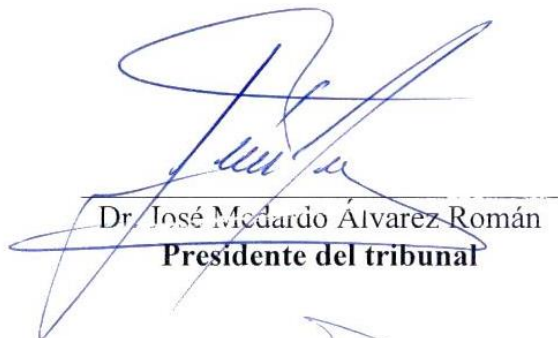
2019

CERTIFICACIÓN

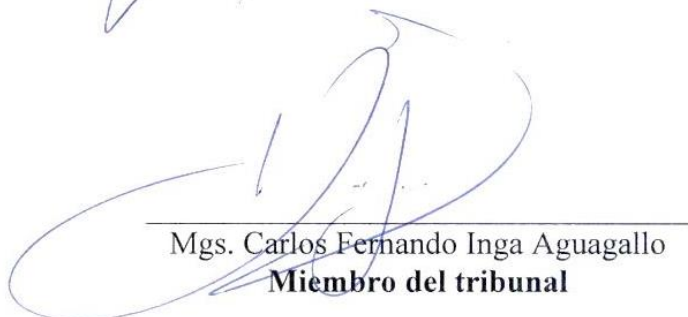
El Tribunal del proyecto de investigación de título **“Planificación y gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos”** presentado por De La Rosa Monar Dayana Lissette y dirigido por: Dr. Diego Calvopiña Andrade.

Una vez expuesta la defensa oral y examinado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación, escrito en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y resguardo en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la UNACH.

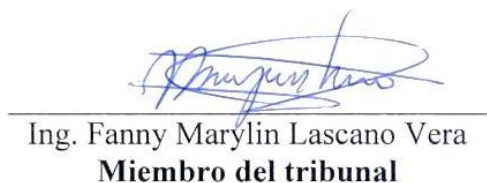
Para la constancia del expuesto firman:



Dr. José Medardo Álvarez Román
Presidente del tribunal



Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo
Miembro del tribunal



Ing. Fanny Marylin Lascano Vera
Miembro del tribunal

CERTIFICACIÓN

Yo, Dr. Diego Calvopiña Andrade, certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera, con el tema **“Planificación y gestión del turismo en el Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos”** ha sido elaborado por la señorita: De La Rosa Monar Dayana Lissette, el mismo que ha sido dirigido y revisado durante todo el proceso de investigación por mi persona en calidad de tutor, por lo que se encuentran apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,



Dr. Diego Calvopiña Andrade
TUTOR

DEDICATORIA

Y todo lo que hagáis, hacedlo de corazón, como para el Señor y no para los hombres, sabiendo que del Señor recibiréis la recompensa de la herencia, porque a Cristo el Señor servís.

-Colosenses 3:23-24

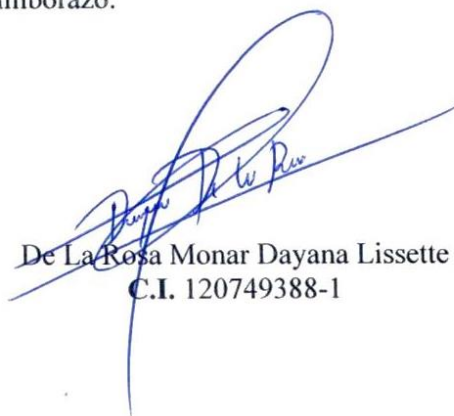
Al único y sabio Dios el cual es la fuente inagotable de todo conocimiento y sabiduría.

En definitiva, esto va dedicado a la persona que más amo en este mundo, mi mejor amiga, mi acompañara, mi mamá sin su ayuda y apoyo hoy yo no estaría escribiendo esto.

A mi hermosa familia que a cada momento de mi vida mostraron su apoyo y me motivaron en mi formación académica.

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido del presente Proyecto de Investigación, corresponde exclusivamente a: De La Rosa Monar Dayana Lissette y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



De La Rosa Monar Dayana Lissette
C.I. 120749388-1

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Situación problemática	3
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Justificación	5
1.3.1. Justificación teórica.....	5
1.3.2. Justificación práctica.....	5
1.3.3. Justificación metodológica.....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. Objetivo General	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
1.4.3. Hipótesis general.....	6
1.4.4. Hipótesis específicas	6
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.2. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.....	9
2.2.1. Epistemología de la planificación	9
2.2.2. Epistemología de la gestión.....	11
2.3. Bases teóricas y Estado del arte.....	13
2.3.1. Bases teóricas	13
2.3.1.1. Planificación.....	13
2.3.1.2. Planificación estratégica.....	13
2.3.1.3. Ventajas de la planificación estratégica	13
2.3.1.4. Planificación y el desarrollo turístico	13
2.3.1.5. Proceso de planeación	14
2.3.1.6. Proceso administrativo	14
2.3.1.7. Organización.....	14
2.3.1.8. Objetivos.....	15
2.3.1.9. Gestión.....	15
2.3.1.10. Gestión estratégica.....	15
2.3.1.11. Gestión turística.....	15
2.3.1.12. Acciones de la gestión	16
2.3.1.13. Ventaja competitiva.....	17

2.3.1.14. Recursos	17
2.3.2. Estado del arte	18
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de la investigación	19
3.1.1. Tipo.....	19
3.1.2. Diseño.....	19
3.2. Unidad de análisis	19
3.3. Población de estudio	20
3.4. Operalización de variables.....	21
3.4.1. Matriz de operalización	21
3.4.2. Matriz de consistencia	22
3.5. Técnicas e instrumentos de la investigación.....	23
3.5.1. Observación.....	23
3.5.2. Encuesta.....	23
3.6. Validez de los instrumentos	24
3.6.1. Selección de expertos	24
3.7. Confiabilidad de los instrumentos	25
3.8. Análisis e interpretación de la información	25
3.8.1. Análisis e interpretación de los resultados validación por juicios de expertos ...	26
3.8.2. Análisis e interpretación de los resultados de confiabilidad.....	26
CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	27
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	27
4.2. Pruebas de hipótesis.....	28
4.2.1. Prueba de hipótesis general distribución de proporciones	28
4.2.2. Prueba Chi cuadrado de la hipótesis general	29
4.2.3. Prueba Chi cuadrado de las hipótesis específicas.....	32
4.2.3.1. Hipótesis específica 1	32
4.2.3.2. Hipótesis específica 2	34
4.2.3.3. Hipótesis específica 3	36
4.3. Presentación de resultados	38
5. CONCLUSIONES	39
6. RECOMENDACIONES	40
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
ANEXOS.....	43
Anexo 1. Propuesta	43
Anexo 2. Árbol de problemas	55

Anexo 3. Validación por expertos.....	56
Anexo 4. Encuestas	62
Anexo 5. Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	65
Anexo 6. Solicitud para realizar investigación.....	116
Anexo 7. Oficio de aceptación para realizar investigación	117
Anexo 8. Cronograma de actividades.....	118

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Género de los empresarios del sector turístico	65
Tabla 2. Edad de los empresarios del sector turístico.....	66
Tabla 3. Grado de instrucción	67
Tabla 4. Responsabilidad.....	68
Tabla 5. Tiempo en el cargo	69
Tabla 6. Plan estratégico.....	70
Tabla 7. Elaboración en el Plan Estratégico de Turismo	71
Tabla 8. Participación entidades públicas	72
Tabla 9. Flujo turístico.....	73
Tabla 10. Perfil del turista.....	74
Tabla 11. Programas del Plan Estratégico de Turismo.....	75
Tabla 12. Evaluación proyectos	76
Tabla 13. Información atractivos naturales	77
Tabla 14. Información atractivos culturales	78
Tabla 15. Actividades turísticas	79
Tabla 16. Servicios y facilidades turísticas	80
Tabla 17. Información corredores	81
Tabla 18. Relación con ODS	82
Tabla 19. Concordancia con Plandetur 2020.....	83
Tabla 20. Financiamiento	84
Tabla 21. Participación de entidades privadas	85
Tabla 22. Participación de la ciudadanía.....	86
Tabla 23. Misión y visión de la organización	87
Tabla 24. Objetivos.....	88
Tabla 25. Nivel de impacto.....	89
Tabla 26. Metas	90
Tabla 27. Cumplimiento Plan Estratégico de Turismo.....	91
Tabla 28. Desarrollo del turismo.....	92
Tabla 29. Incursión turística	93
Tabla 30. Productos innovadores	94
Tabla 31. Capacitación Turística	95
Tabla 32. Especialización turística.....	96
Tabla 33. Mercado turístico	97
Tabla 34. Cercanía a la competencia.....	98

Tabla 35. Proyectos con la competencia	99
Tabla 36. Oferta turística	100
Tabla 37. Demanda turística	101
Tabla 38. Gestión turística	102
Tabla 39. Participación en la elaboración del Plan Estratégico	103
Tabla 40. Ejecución del Plan Estratégico de Turismo	104
Tabla 41. Control del Plan Estratégico de Turismo.....	105
Tabla 42. Seguimiento del Plan Estratégico de Turismo.....	106
Tabla 43. Innovación	107
Tabla 44. Servicios vs Costos	108
Tabla 45. Rentabilidad.....	109
Tabla 46. Apoyo público	110
Tabla 47. Incentivos del sector público.....	111
Tabla 48. Capacidad de inversión	112
Tabla 49. Inclusión de materiales de la zona.....	113
Tabla 50. Atributos estéticos.....	114
Tabla 51. Atributos novedosos	115

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Acciones de la gestión	16
Figura 2. Región de rechazo de H_0	28
Figura 6. Ejes principales de acción.....	48
Figura 7. Género de los empresarios del sector turístico	65
Figura 8. Edad	66
Figura 9. Grado de instrucción.....	67
Figura 10. Responsabilidad.....	68
Figura 11. Tiempo en el cargo	69
Figura 12. Plan estratégico.....	70
Figura 13. Elaboración en el Plan Estratégico de Turismo	71
Figura 14. Participación entidades públicas.....	72
Figura 15. Flujo turístico.....	73
Figura 16. Perfil del turista.....	74
Figura 17. Programas del Plan Estratégico de Turismo	75
Figura 18. Evaluación proyectos.....	76
Figura 19. Información atractivos naturales.....	77
Figura 20. Información atractivos culturales	78
Figura 21. Actividades turísticas.....	79
Figura 22. Servicios y facilidades turísticas.....	80
Figura 23. Información corredores.....	81
Figura 24. Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible	82
Figura 25. Concordancia con Plandetur 2020	83
Figura 26. Financiamiento	84
Figura 27. Participación de entidades privadas.....	85
Figura 28. Participación de la ciudadanía.	86
Figura 29. Misión y visión de la organización.....	87
Figura 30. Objetivos.....	88
Figura 31. Nivel de impacto.....	89
Figura 32. Metas.....	90
Figura 33. Cumplimiento Plan Estratégico de Turismo.....	91
Figura 34. Desarrollo del turismo	92
Figura 35. Incursión turística	93

Figura 36. Productos innovadores.....	94
Figura 37. Capacitación turística.....	95
Figura 38. Especialización turística	96
Figura 39. Mercado turístico	97
Figura 40. Cercanía a la competencia	98
Figura 41. Proyectos con la competencia.....	99
Figura 42. Oferta turística	100
Figura 43. Demanda turística	101
Figura 44. Gestión turística	102
Figura 45. Participación en la elaboración del Plan Estratégico.....	103
Figura 46. Ejecución del Plan Estratégico de Turismo	104
Figura 47. Control del Plan Estratégico de Turismo.....	105
Figura 48. Seguimiento del Plan Estratégico de Turismo.....	106
Figura 49. Innovación	107
Figura 50. Servicios VS Costos	108
Figura 51. Rentabilidad.....	109
Figura 52. Apoyo público	110
Figura 53. Incentivos del sector público	111
Figura 54. Capacidad de inversión.....	112
Figura 55. Inclusión de materiales de la zona	113
Figura 56. Atributos estéticos	114
Figura 57. Atributos novedosos	115

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Matriz de operalización	21
Cuadro 2. Operalización de variables.....	22
Cuadro 3. Expertos seleccionados para validar el instrumento	24
Cuadro 4. Estadísticas de fiabilidad	25
Cuadro 5. Estadísticas de fiabilidad por constructos	25
Cuadro 6. Resumen de procesamiento de casos	29
Cuadro 7. Tabla de contingencia Sumaplanificación - gestión.....	30
Cuadro 8. Prueba de Chi cuadrado.....	30
Cuadro 9. Medidas simétricas	31
Cuadro 10. Tabla cruzada procesos de la planificación - gestión	32
Cuadro 11. Prueba de Chi cuadrado-procesos.....	33
Cuadro 12. Tabla cruzada organización de la planificación - gestión	34
Cuadro 13. Prueba de Chi cuadrado-organización	35
Cuadro 14. Tabla cruzada objetivos de la planificación – gestión.....	36
Cuadro 15. Pruebas de chi cuadrado-objetivos	37
Cuadro 16. Medidas simétricas V de Cramer.....	37
Cuadro 17. Necesidades por eje de acción	49
Cuadro 18. Competencias laborales	50
Cuadro 19. Modelo de gestión	51
Cuadro 20. Desarrollo de productos.....	52
Cuadro 21. Señalización y señalética	53
Cuadro 22. Promoción turística.....	54

RESUMEN

El presente trabajo investigativo, se centra en el análisis de la influencia de la planificación y gestión del turismo, en el Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos, por ello se ha aplicado una investigación descriptiva y explicativa, presenta un diseño no experimental transversal del tipo descriptivo con la aplicación de este diseño se buscó determinar la influencia entre las variables. La investigación utilizó técnicas e instrumentos como observación directa y la encuesta para la recopilación de datos para la investigación sobre información general, procesos, organización, objetivos, ventaja competitiva, producción y recursos, dirigidas a trabajadores de la Unidad de Turismo del Cantón y a los empresarios del sector turístico; a través de las encuestas se obtuvieron datos que ayudaron a entender la situación actual de la planificación y gestión, derivado a este proceso se realizó la prueba de hipótesis lo cual permitió concluir que la planificación influye significativamente a la gestión del turismo; finalmente, se realizaron conclusiones y recomendaciones y una propuesta de plan de mejora en la planificación del turismo para optimizar la gestión turística. No obstante, con el presente estudio es evidente la necesidad de continuar con futuras investigaciones que permitan el análisis de cada uno de los indicadores de la Planificación con aquellos de la gestión.

Palabras claves: Planificación, gestión, plan de mejora.

ABSTRACT

The present investigative work focuses on the analysis of the influence of tourism planning and management, in the Montalvo Canton, Los Ríos Province, for this reason, a descriptive and explanatory research has been applied, it presents a transversal non-experimental design of the type descriptive with the application of this design we sought to determine the influence between the variables the research used techniques and instruments as direct observation and the survey for the collection of data for research on general information, processes, organization, objectives, competitive advantage, production and resources, aimed at workers of the Tourism Unit and entrepreneurs in the tourism sector; Through the surveys, data was obtained that helped to understand the current situation of planning and management. As a result of this process, the hypothesis test was carried out, which led to the conclusion that planning has a significant influence on tourism management; finally, conclusions and recommendations and a proposal for an improvement plan in tourism planning were made to optimize tourism management. However, with the present study, it is evident the need to continue with future investigations that allow the study and analysis of each one of the indicators of the Planning with those of the Management.

Keywords: Planning, management, improvement plan.



SIGNATURE

Reviewed by: Maldonado, Ana
Language Center Teacher



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se refiere a la planificación, el cual es una herramienta que admite realizar procedimientos para cumplir metas y propósitos con el fin de impulsar el desarrollo de la actividad turística y alcanzar un crecimiento beneficioso en el Cantón Montalvo.

El Ecuador en la actualidad se ha potencializado en el sector turístico apuntándose así como uno de los destinos preferidos para extranjeros, gracias a su mega diversidad, grandeza de su suelo, clima, ambientes naturales, patrimonio cultural y los grandes cambios presentados en los servicios turísticos ofertados, han aportado significativamente en la promoción del país no obstante mencionaremos a la provincia Los Ríos donde su actividad productiva principal ha sido por muchos años la agricultura y ganadería, con el surgimiento de nuevos tiempos y cambios socio-culturales nacen nuevas ideas de emprendimientos como es el sector turístico.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar que Montalvo, es uno de los cantones que pese a su acelerado crecimiento poblacional y económico tiene un desarrollo turístico medio, debido a factores que influyen en su crecimiento, tales como el incipiente conocimiento de la gestión turística, falta de personal especializado, insuficiente promoción turística, inadecuado equipamiento de la facilidad turística.

La investigación tiene como objetivo el análisis de la planificación y la gestión del turismo local, integrando a cada uno de los actores del cantón, aprovechando las potencialidades de sus recursos y atractivos naturales, para contribuir a la mejora de la calidad de vida de los pobladores.

El presente trabajo de investigación consta de los siguientes capítulos:

Capítulo 1. Planteamiento del problema; Se presenta la situación problemática, formulación del problema, justificación, definición de los objetivos y construcción de hipótesis, que es la parte fundamental que guiarán la investigación.

Capítulo 2. Marco teórico; En esta parte se presenta las bases teóricas de la investigación bibliográfica en la que revisaremos libros y revistas científicas, para fundamentar el marco filosófico o epistemológico de cada variable y desarrollar bases teóricas y estado del arte.

Capítulo 3. Metodología; Se desarrolla el diseño, el tipo de investigación, la unidad de análisis, población, métodos, técnicas e instrumentos que se emplearan para la recolección de datos. Los que luego serán expuestos a un proceso de validación y confiabilidad para ser jerarquizados e interpretados.

Capítulo 4. Resultados y discusión; En punto se ejecuta la tabulación, análisis e interpretación de los datos que se recolectarán durante el proceso de investigación, los mismos que a través del uso de tablas y gráficos facilitarán el análisis de las respuestas del público encuestado, direccionándonos a la prueba de hipótesis y entablar relaciones con las variables de investigación.

Conclusiones y recomendaciones; Parte cúspide de la investigación, son los resultados que arroja el estudio realizado y está estrechamente relacionada con los objetivos específicos.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

La actividad turística interna viene enfrentándose a grandes retos debido a factores como son los profundos cambios experimentados en el comportamiento del consumidor turístico, el uso y la aplicación de las nuevas tecnologías o la existencia de una competencia cada vez más intensa entre los destinos y empresas turísticas exigiendo al sector a desarrollar estándares altos de gestión.

El entorno turístico depende de factores de planificación para su bien hacer, para países en camino de desarrollo representa una de las principales fuentes de ingreso y generación de empleo.

La planificación y gestión turística son dos herramientas clave en la generación, desarrollo y posicionamiento de los destinos turísticos desde un punto de vista internacional y nacional estos deben ser analizados desde una perspectiva global, teniendo en cuenta aquellos factores que intervienen.

En cuanto(Mireno & Pulido, 2009)menciona que una excelente y buena aplicación del proceso de planificación nos direcciona a la competitividad de destinos turísticos que se vincula con niveles de competitividad del territorio en el cual se desarrolla, por ello la "gestión turística no es responsabilidad solo de los tour operadores, destinados a 'empaquetar' el producto o servicio, sino que se produce un proceso de traslación de la responsabilidad al propio territorio, imponiendo nuevos desafíos a los actores que actúan en el mismo".

La actividad turística en Montalvo, por muchos años se ha visto vinculado a una mala planificación con precedentes de desconocimiento de gestión turística, lo que conlleva el planteamiento de ineficaces estrategias de desarrollo turístico y la insuficiencia de la promoción turística, convirtiéndose en uno de los principales problemas de estancamiento turístico, presentado la falta de centros interpretativos y deficiencia en servicios de hospedaje a pesar de que cuenta con características propias, con recursos naturales como ríos, gastronomía típica de la zona, manifestaciones culturales y lo más relevante su flora y

fauna, no existe un solo producto turístico que involucre actividades de agroturismo o de turismo rural.

Mencionamos que uno de los principales factores para que no se desarrolle de manera organizada la actividad turística en el cantón Montalvo, es por la deficiencia en la gestión turística, la falta de compromiso, deficiencia en el personal especializado, insuficiente promoción turística y esto a su vez impide el desarrollo a través de las malas prácticas administrativas.

La Unidad de Turismo del GAD cantonal es el ente encargado en la planificación turística del territorio, sin embargo, no se ha gestionado una planificación que dinamice la actividad turística, pese a continuos esfuerzos estos son mal direccionados, siendo invisibles en la gestión de sus actores locales, viéndose afectado el entorno cantonal.

A lo expresado; en este contexto, es de importancia el analizar la influencia que existe entre la planificación y la gestión del turismo del cantón Montalvo.

1.2. Formulación del problema.

¿De qué manera la planificación influye en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos?

Los problemas específicos son los siguientes:

- a. ¿De qué manera influye los procesos de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos?
- b. ¿De qué manera influye la organización de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos?
- c. ¿De qué manera influye los objetivos de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica.

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente en relación a la planificación y gestión del turismo, como proceso en la toma de decisiones e intervención en la organización empresarial cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta, para ser incorporado como conocimientos a las ciencias políticas y administrativas, ya que se estaría demostrando la influencia que existe entre la planificación y la gestión del turismo del cantón Montalvo.

1.3.2. Justificación práctica.

La presente investigación se justifica en la utilidad que la propia prestara a los involucrados ya que su estudio ayudara a analizar la planificación y la gestión del cantón estará basada en aquellas necesidades del espacio turístico, pues el propio estudio de esto permitirá mejorar procesos de gestión, potenciando el desarrollo a través de la concepción de un proceso acorde el cual integre estrategias necesarias para un resultado satisfactorio.

Esta investigación apoyará a los gestores de la actividad turística así mismo a la población ya que este estudio trata de integrar a todos los actores directos e indirectos de la actividad turística, mencionando así que la actividad productiva principal ha sido por muchos años la agricultura y ganadería, con el surgimiento de nuevos tiempos y cambios socio-culturales nacen nuevas ideas de emprendimientos como es el sector turístico y así también la generación de nuevos temas de estudios en el cantón en donde los beneficiarios son las servidores turísticos, el gobierno cantonal, y la comunidad en general.

1.3.3. Justificación metodológica.

La elaboración de la investigación podrá ser aplicada para la gestión en áreas que presenten similares características, ambientales, socio-culturales y demográficas y que será de utilidad como guía para el impulso de nuevas indagaciones que desarrollen los procesos de gestión para intensificar el turismo en dichos territorios.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar a la planificación y su influencia con la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la influencia de los procesos de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo.
- Analizar la influencia de la organización de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo.
- Establecer la influencia de los objetivos de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo.

1.4.3. Hipótesis general.

La planificación influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

1.4.4. Hipótesis específicas

- Los procesos de la planificación influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.
- La organización de la planificación influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.
- Los objetivos de la planificación influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En las consultas realizadas, no se encuentra ninguna investigación a nivel local respecto a la planificación y gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos. Sin embargo, existen trabajos relacionados a nivel nacional e internacional con el objeto de estudio.

Para llevar a cabo la realización de esta investigación es necesario revisar los estudios previos de ámbito nacional e internacional que se han elaborado y tengan una relación con el proyecto, para de esta manera fundamentar la investigación.

Mencionamos a Villao (2017), que como propósito de proyecto de titulación, previa al proceso de titulado de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico, su tesis se centra en analizar la atribución de la planificación y gestión de la actividad turística, en el desarrollo local de la Cabecera Parroquial de Colonche, actualmente a cargo de la Comisión de Turismo del GADPR (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural), donde emplea una investigación correlacional, donde recalca el apego con los actores y agentes del turismo local. Como consecuencia se indica que la participación activa y articulada, permite a los actores y agentes locales ser fuente del desarrollo local, fundamentando su accionar en la dimensión social, cultural, económica y política.

Siguiendo esta misma línea de investigación se revisaron los siguientes estudios internacionales basados en planificación relacionados a la gestión del turismo.

Citamos a Beltrán (2017), en su elaboración de tesis para optar el grado académico de Magíster en ciencias administrativas con mención en gestión pública, la investigación fue titulado “La gestión turística municipal y el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco – 2016”, enfoca un objetivo general demostrar de qué manera La Gestión Turística Municipal influye en el Desarrollo Turístico del Distrito de Huánuco fundamentando que las principales actividades dinamizadoras de la economía mundial, es por ello que se ha consolidado como uno de los sectores más importantes, demostrando en su estudio que la gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo turístico.

La segunda investigación que se revisó fue realizada por Ávila Bercial & Barrado Timón (2005), elaborando un artículo científico titulado “Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión”, mencionando que el continuo crecimiento cuantitativo del turismo está siendo acompañado en las últimas décadas de profundos cambios cualitativos, que obligan a pensar periódicamente la oferta con el fin de adaptarla a los nuevos gustos y demandas de los consumidores su investigación analiza cómo se están produciendo estos cambios, y cómo deberían evolucionar las metodologías y los procesos de planificación con el fin de atender al desarrollo de destinos complejos, sostenibles y con capacidad para abrirse un hueco competitivo frente a productos sólidamente posicionados.

Hemos podido extraer de los diferentes estudios, conocimientos y bases indispensable para continuar nuestra investigación, determinando así la posición y estado actual del proyecto que nos encontramos realizando y la relación entre planificación y gestión del turismo.

2.2. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.

2.2.1. Epistemología de la planificación

El surgimiento de la planificación se asocia con el surgimiento del razonamiento del ser humano según Sánchez (2006), menciona que no es un fenómeno de causas porque la planificación es un proceso de racionamiento que requiere de la razón organizada del ser humano para poder ser realizada.

La planificación surgió en el momento en el cual el hombre se convirtió en un ser racional , sin embargo la capacidad de comunicación se limitaba sino a pintar en las paredes de las cavernas, desde que pensó en cómo obtener alimentos para el día y conservarlos para días posteriores donde las inclemencias climáticas se hacían presentes y era un impedimento a su actividad de caza y recolección de alimentos, a su vez surgieron reflejos de defensa y protección ya el hombre planeaba como hacer frente a estos obstáculos de sobrevivencia, aun cuando conscientemente no supiera que eso se llamaba planear.

Varios autores se han inmiscuido en la planificación refiriéndonos aquí a los de relevancia histórica y con relación del estudio.

La planificación moderna y su origen se remonta a dos escenarios el primero un proceso político y social, y la segunda como un conjunto de procesos técnicos que imprimen sistematicidad a la toma de decisiones en el ámbito del desarrollo general, sectorial u organizacional.

Aquellas teorías fundamentadas en Marx y Engels refieren en sus literaturas a la eventualidad de conducir la economía nacional ligado a un plan manifestaban que el desarrollo social era consecuencia de las fuerzas productivas y su relación con la productividad eliminando así ideas religiosas determinado por una fuerza divina.

Tanto Marx como Engels se limitaron a señalar elementos teóricos enfocados a la sociedad surgente. A pesar de que lucharon por ello, no surgieron las condiciones que les hubieran permitido llevar la teoría a la práctica.

Nace así la planificación como fruto del progreso histórico de la vieja Unión Soviética los primeros planes que fueron ridiculizados por los países capitalistas, pero realmente su

cumplimiento posibilitó un gran desarrollo de la economía. Los teóricos capitalistas consideraban como principio inviolable la separación entre las actividades del Estado y las económicas, ya fueran productivas o comerciales y al referirse a la Planificación la criticaban por ser una intervención del Estado en la vida económica y la presentaban como un instrumento que no podría sustituir los mecanismos automáticos de corrección con que cuenta la economía capitalista y, por lo tanto, estaba condenada al fracaso. (Sánchez, 2006)

Frederick W. Taylor (1899) y Henry Fayol (1916), notables de la dirección moderna, plantearon la sustitución del empirismo por el método científico en la que la planificación se plasmara como función y herramienta de la dirección, es así que los primeros indicios de planificación empresarial moderna datan a finales del siglo XIX e inicios del XX.

La evolución y estructuración adecuada de la organización productiva, división del trabajo y la previsión de Taylor anteceden a los elementos de planificación que se encuentra en la literatura moderna.

Por su parte Henry Fayol basó sus estudios en la eficacia y productividad industrial conceptualizando: “administrar es prever, organizar, ordenar, coordinar y controlar”. Formuló catorce principios generales de administración exceptuando a su idea de principio la rigidez conformados por división de trabajo, autoridad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección, subordinación de intereses particulares al interés general, remuneración, centralización, jerarquía, orden, equidad, estabilidad del personal, iniciativa y unión del personal.

Es así como surge el proceso administrativo de Taylor y Fayol siendo base para estudios y teóricos en administración concordando con las funciones básicas de planificar, organizar, dirigir, coordinar y evaluar.

2.2.2. Epistemología de la gestión

La gestión como factor de transformación empresarial según Morales (2011), surge a través de la administración empresarial. La gestión surge como ventaja para transformar sociedades.

La gestión es la actividad que desarrollar desde las pequeñas empresas hasta grandes organizaciones, el cual tiene como propósito un alto nivel de eficiencia y productividad, es así como se origina desde los egipcios y sus métodos organizativos hasta iglesias y milicias antiguas.

Según Chiavenato(1999)se desarrollaron instrumentos técnicas de producción como la estandarización, procedimientos de control de calidad y planeamiento del trabajo, es así como se desprende las teorías de gestión y a la vez da inicio a la gestión turística.

En el surgimiento del primer viaje organizado por Thomas Cook, considerado el padre del turismo, dio inicio también a la aplicación de acciones de gestión, demostradas en las actividades de excursión, que en la actualidad se denomina paquete turístico este corresponde a un gran ejemplo de gestión, por otro lado, Cesar Ritz, perfeccionó la administración de los establecimientos de alojamiento aplicando innovación y valor agregado a los servicios.

En cuanto al surgimiento de cambios suscitados en el sitio laboral por las revoluciones industriales de los siglos XVIII y XIX, la teoría y práctica militar sirvieron de aporte para generar enfoques populares para la gestión. En cuanto tiene que ver con las teorías de gestión, algunos referidos se ven citados en la teoría de Frederick Taylor, que surtió a finales del siglo diecinueve. La gestión conceptualizada como un sistema de niveles, con revisión estricta sobre el capital humano y los procesos industriales.(Gunther, 2014)

En el año de 1920 se presentaron las iniciales teorías generales de gestión, considerando a la gestión con cinco principios funcionales primordiales, siendo estas: la planificación y determinación de objetivos, organización de grupos, motivación, comunicación, evaluaciones de desempeño y desarrollo personal.

Consecuentemente al darse inicio a la segunda guerra mundial el turismo sufre un efecto de paralización, no es hasta 1950 y 1973 que se da a conocer el boom turístico a

nivel internacional, dando aparición a la producción de automóviles, vías de acceso, aviones y mayor flujo de visitantes, pero a medida que se desarrollan, las empresas carecen de experiencia, planificación y promoción.

Posteriormente en el siglo XX la gestión turística fue evolucionando en la medida en que las empresas fueron haciéndose más complejas y las relaciones industriales fueron desarrollándose. Actualmente aumentarán los beneficios económicos a través de una gestión mejorada contribuyendo a la erradicación de la pobreza con un turismo orientado hacia la población y las políticas económicas nacionales y provinciales, estrategias en un tiempo determinado va a permitir que se identifique zonas de desarrollo turístico mejorando la planificación, creación de programas, proyectos y productos turísticos.

2.3. Bases teóricas y Estado del arte

2.3.1. Bases teóricas

2.3.1.1. Planificación

En cuanto, (Bonilla, Molina, & Morales, 2006) la planificación es un asunto para la toma de decisiones que ayuda a prever el futuro de la organización, implementando recursos necesarios tanto capital humano como recursos materiales para el cumplimiento de objetivos que se desean lograr de una manera más eficaz y económicamente rentable.

2.3.1.2. Planificación estratégica

La planificación estratégica la definimos como la función de delimitaren el presente al punto que se desea llegar en un futuro, apoyado en la correspondiente reflexión y pensamiento estratégico.(Sainz de Vicuña Ancín, 2015)

En cuanto a un plan estratégico lo denominamos como herramienta de alta dirección que permite marcar una ideología apreciable importante para establecer políticas focales y claves.

2.3.1.3. Ventajas de la planificación estratégica

Para Peña (2015), al aplicar en nuestra empresa la planificación estratégica se visualizaran un sinnúmero de mejoras entre ellas:

- Favorece a actividades sistemáticas y con propósitos.
- Anticipa cambios para un futuro de progreso.
- Instituye un control.
- Permite una visualización con enfoque global.
- Enfoca su atención al cumplimiento de objetivos.

2.3.1.4. Planificación y el desarrollo turístico

La planificación y el desarrollo de los destinos deben ser desarrollados desde una representación completa, tomando a favor los variados elementos que median, en especial, el papel de cada una de las partes, en relación con las que presenta altos estándares de crecimiento turístico que han encontrado en turismo un motor para

promover su sector económico, generando ingresos, el crecimiento social y económico de las comunidades locales y, por ende, la mejora en la calidad de vida.

Una buena planificación nos direcciona a la competitividad frente a otros destinos turísticos que está emparentada con los niveles de competitividad del territorio en el cual se desarrolla, por esto la "gestión turística no es solo responsabilidad de los tours operadores, encargados de 'empaquetar' el producto, sino que, genera nuevos y grandes desafíos a los actores que actúan en el mismo" (Mireno et al., 2009)

2.3.1.5. Proceso de planeación

Los autores Stoner y Wankel(2002)indican que, a través de pasos bien estructurados, la planificación es espontánea y se adecúa a las actividades diferentes que se puedan presentar sin importar el nivel de jerarquía, planteando cuatros pasos:

- a. Establecer un objetivo.
- b. Delimitar el estado actual.
- c. Analizar los sectores de apoyo
- d. Ejecutar planes.

Así determinamos que la planeación mejora la ejecución y creación de actividades y aporta a la toma de decisiones, instituyendo preferencias por medio de la creación de estrategias que oriente a la empresa al desempeño de objetivos avalando la vida de la empresa y su rentabilidad.

2.3.1.6. Proceso administrativo

Koontz, Weihrich y Cannice (2012), definen el proceso administrativo con 5 elementos, planeación, designación de personal, control, organización, dirección.

2.3.1.7. Organización

Koontz, Weihrich y Cannice (2012),menciona a la organización como el grupo humano que laboran en equipo para generar valor agregado.

2.3.1.8. Objetivos

Los objetivos es el desenlace hacia los cuales se direcciona la actividad; no solo representan el punto final de la planeación, sino la meta al cual se rige la organización, la integración de personal, la dirección y el control (Koontz et al., 2012).

2.3.1.9. Gestión

En cuanto a la conceptualización de gestión citamos a Drucker(1999) el cual propone a la gestión como “El órgano social específico de la empresa encargado de volver productivos los recursos.”

En los pensamientos tradicionales de la gestión, el papel del gestor se basa en la ordenación de los recursos para la obtención de los fines bajo los criterios de eficiencia y eficacia. Esta concepción racionalista de la gestión ya ha sido superada, incluso en las organizaciones empresariales. La idea del beneficio económico como objetivo único de la empresa ha sido mejorada por otros objetivos, como el posicionar a la empresa en el mercado, mejora de la cultura organizativa y creación de clima organizacional mejorado.(Prieto, 2003)

2.3.1.10. Gestión estratégica

En las concepciones clásicas de la organización, el directivo es un experto en técnicas de gestión (organizativas, financieras, tecnológicas, etc.) que pone al servicio de una concepción racionalista de la producción para conseguir un objetivo de un modo eficiente y eficaz. El dominio de las técnicas permite estructurar los recursos disponibles para conseguir la meta propuesta. Los principios que guían sus disposiciones son los de eficacia, obtener el máximo resultado posible y de eficiencia, minimizar los recursos utilizados.(Prieto, 2003)

2.3.1.11. Gestión turística

Casas (2013)en relación a esta definición dice “son las acciones que realizan las dependencias y organismos municipales, encaminadas al logro de objetivos y cumplimientos de metas turísticas”

Mientras que Swisscontact(2014) lo define como el proceso de desarrollo e implementación de planes, métodos y técnicas que permiten encaminar al cumplimiento de los objetivos, facilitando y orientando a los entes y actores de los diferentes niveles de gestión: nacional, regional y local.

2.3.1.12. Acciones de la gestión

La base principal de la gestión turística es la planificación, promoción, inversión y la generación de programas y proyectos, aquellos procesos permiten direccionar el logro de objetivos a favor de un destino, de tal modo que permita la coordinación de las actividades junto con los actores estableciendo un mejor plan de trabajo, logrando que acaparan un mayor número de visitantes en el lugar donde se realiza la gestión (Casas, 2013)

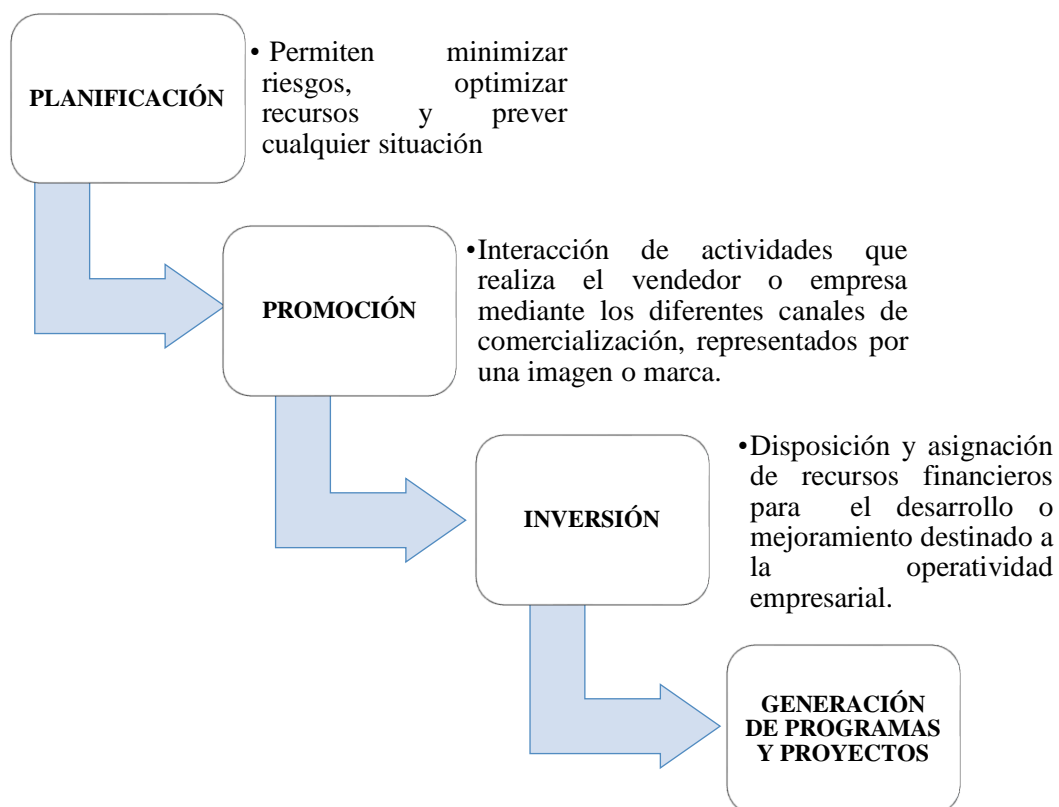


Figura 1 Acciones de la gestión

Fuente: Casas(2013)

Elaboración propia del autor

2.3.1.13. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva es el valor que hace única a la empresa frente a sus competidores manteniéndola en niveles superiores, - como lo menciona (Porter, 2015)

La ventaja competitiva nace del valor que una empresa logra crear para sus clientes, el cual supera los costos de ello. El precio es lo que la gente está dispuesta a pagar, y el valor superior se obtiene al ofrecer precios más bajos que la competencia por beneficios equivalentes o al brindar algo especial que compense con creces un mayor precio. Existen dos tipos principales de ventaja competitiva: el liderazgo en costos y la diferenciación.

2.3.1.14. Recursos

Según Chiavenato (2011), “los recursos son los medios que las organizaciones tienen para ejecutar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la cumplimiento de las labores organizacionales”.

2.3.2. Estado del arte

Para llevar a cabo la realización de esta investigación es necesario revisar los estudios previos que se han elaborado y tengan una relación con el presente, para de esta manera obtener una fundamentación clara y una posición más acertada del estado actual de la investigación.

De la misma manera, Iglesias, Correia, Jambrino, y De Luque, 2017, en su artículo Retos en la gestión de destinos turísticos a partir de la innovación abierta, plantea que “La gestión de la innovación se ha convertido en eje estratégico en el ámbito público y privado, tanto es así que en los últimos años se han desarrollado diversos modelos de gestión con el fin de obtener la máxima eficiencia en las actividades económicas.” Llevando a cabo un estudio descriptivo transversal desarrollado de marzo a mayo de 2016 y en el que se profundizará sobre el plan de contenidos en redes sociales de cada destino, así como el nivel de interacción con los usuarios.

Por su parte Llontop (2017) manifiesta en su investigación “La relación entre gestión y turismo, basada en la experiencia del visitante”, propone la necesidad de integrar la gestión como agente impulsor de la experiencia turística desde la comprensión de la experiencia humana; así como la actitud turística en los diseños o planes de desarrollo de productos turísticos orientando el estudio al desarrollo de un modelo que actúa como vehículo capaz de otorgar al visitante una experiencia turística.

Según Becerra (2012), la planificación estratégica ayuda a cumplir propósitos que contribuyen con la conservación y el desarrollo socioeconómico equitativo y sostenible, a través de; para lo cual fue necesario realizar el diagnóstico de la situación actual del turismo del cantón San Cristóbal, permitiéndonos el diseño estrategias para el desarrollo del Turismo Sostenible y finalmente se propuso mecanismos para la planificación y la coordinación interinstitucional entre los principales actores involucrados en la actividad turística.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Tipo

El tipo de investigación es descriptiva y explicativa. Es descriptiva porque efectúa un análisis de las variables de estudio; es decir la planificación y la gestión aplicando estadística descriptiva. Es explicativa porque procura explicar la variabilidad de la gestión a través de las dimensiones de la planificación.

En una investigación mixta, ya que presenta técnicas cualitativas y cuantitativas ya que en sus ventajas esta la mejor exploración y explotación de datos, indagaciones más dinámicas y perspectivas más amplias y profundas.

3.1.2. Diseño

La investigación presenta un diseño no experimental transversal del tipo descriptivo, este diseño nos ayuda a analizar la influencia que se presentan en las variables.

Por lo tanto, con la elección de este diseño se pretende indagar la variable planificación determinando la influencia con las dimensiones de proceso de planificación, organización y objetivos del turismo en el cantón Montalvo.

Describir la variable gestión determinando la influencia con las dimensiones ventaja competitiva, recursos y producción (servucción) del turismo en el cantón Montalvo.

Finalmente determinar la influencia o no influencia de la planificación y la gestión, mediante prueba de hipótesis planteada en la investigación.

3.2. Unidad de análisis

El trabajo investigativo tiene como punto de análisis a empleados de la Unidad de Turismo del Cantón Montalvo, y a los empresarios turísticos del cantón Montalvo.

3.3.Población de estudio

La población según Tamayo(2012), es la suma total del fenómeno de estudio, contiene el total de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrado un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación.

A excepción de ciertos casos que se presenten unidades de estudio que no requieren un tipo de muestreo Hurtado(2008), expresa que no hace falta hacer un muestreo cuando:

- ✓ La población es conocida y se identifican a cada uno de sus componentes.
- ✓ La población, además de ser conocida es asequible.
- ✓ La población es relativamente pequeña, que puede ser incluida en el tiempo y con los recursos del investigador. (p. 142)

La población está compuesta por los trabajadores de la Unidad de Turismo y establecimientos turísticos del Cantón Montalvo, distribuidos de la siguiente manera:

- ✓ 3 trabajadores que conforman la Unidad de Turismo.
- ✓ 37 establecimientos turísticos del Cantón Montalvo.

3.4. Operalización de variables

3.4.1. Matriz de operalización

Variable	Dimensiones	Indicadores
Variable Independiente Planificación La planificación es un proceso para la toma de decisiones que nos direcciona a pronosticar el futuro de cualquier organización, usando los recursos necesarios tanto humanos como materiales para el logro de los objetivos que se desean obtener de una manera más eficiente y económicamente posible. (Bonilla, Molina, & Morales, 2006)	Proceso	✓ Planeación ✓ Designación de personal ✓ Control ✓ Organización ✓ Dirección
	Organización	✓ Capital humano ✓ Valor agregado (Producción)
	Objetivos	✓ Meta ✓ Integración del personal ✓ Dirección ✓ Control
	Ventaja competitiva	✓ Valor ✓ Clientes ✓ Competidores
Variable dependiente Gestión La gestión es el órgano social específico de la empresa encargado de volver productivos los recursos. (Drucker, 1999)	Producción	✓ Técnicas de gestión ✓ Valor agregado ✓ Costo ✓ Transformación de recursos ✓ Productos finales.
	Recursos	✓ Bienes o servicios ✓ Labores organizacionales

Cuadro 1. Matriz de operalización

Fuente: Elaboración del autor

3.4.2. Matriz de consistencia

<i>Problema</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Hipótesis</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Metodología</i>	<i>Población</i>
Problema general ¿De qué manera la planificación influye en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos?	Objetivo general Analizar la influencia de la planificación y la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.	Hipótesis general La planificación influye en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.	Ventaja competitiva	✓ Valor ✓ Clientes ✓ Competidores	Tipo El tipo de investigación a aplicar en presente es, Investigación descriptiva Investigación explicativa	Población La población está conformada por los trabajadores de la Unidad de Turismo del GAD del cantón Montalvo.
Problemas Específicos ¿De qué manera influyen los procesos de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos?	Objetivos Específicos Analizar la influencia de los procesos de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo.	Hipótesis específicas Los procesos de la planificación influyen en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.	Producción	✓ Técnicas de gestión ✓ Valor agregado ✓ Costo ✓ Transformación de recursos ✓ Productos finales.	Diseño No experimental Tipo descriptivo Técnicas Observación Encuestas	También la conforma los establecimientos turísticos legalmente constituidos y registrado en el catastro del MINTUR.
¿De qué manera influye la organización de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos?	Analizar la influencia de la organización de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo.	La organización de la planificación influye en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.	Proceso	✓ Planeación ✓ Designación de personal ✓ Control ✓ Organización ✓ Dirección	Instrumentos Cuestionarios con escala de Likert	Constituida por 3 trabajadores 37
¿De qué manera influye los objetivos de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos?	Establecer la influencia de objetivos de la planificación en la gestión del turismo en el cantón Montalvo.	Los objetivos de la planificación se influyen en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.	Organización	✓ Capital humano ✓ Valor agregado	Procesamiento de datos SPSS EXCEL	establecimientos turísticos
			Objetivos	✓ Meta ✓ Integración del personal ✓ Dirección ✓ Control		

Cuadro 2. Operalización de variables
Fuente: Elaboración propia del autor

3.5. Técnicas e instrumentos de la investigación

3.5.1. Observación

Para la presente investigación, en primer lugar, se utilizó la observación directa, técnica con la cual ayuda a verificar el nivel de la planificación y la gestión del turismo.

3.5.2. Encuesta

Para recopilar los datos de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta (ver Anexo 4) para las dos poblaciones que a su vez constituyen las muestras.

Se aplica dos cuestionarios, el primero que considera las percepciones sobre la planificación y en segundo lugar, un cuestionario de gestión dirigida al total de la población conformado por trabajadores de la Unidad de Turismo del cantón Montalvo y a los empresarios del sector turístico del cantón Montalvo por un período de 25 minutos; ambos cuestionarios con preguntas abiertas y escala de Likert permiten verificar las distintas variables que colaboran con la unidad de análisis las mismas comprenden las siguientes dimensiones:

Variable independiente: Planificación

Dimensiones:

Proceso

Organización

Objetivos

Variable dependiente: Gestión

Dimensiones:

Ventaja competitiva

Producción

Recursos

En el caso de la aplicación de escala de Likert se aplicó a ambas variables de las encuestas; considerando cinco elecciones a mencionar: 5=Muy bueno, 4= Bueno, 3=Regular 2=Malo, y 1= Muy malo; para los enunciados correspondientes a ambas variables.

El levantamiento de la información se realizó in situ, visitando la Unidad de Turismo y los establecimientos turísticos del cantón Montalvo durante el periodo de una semana de enero en 2019.

3.6. Validez de los instrumentos

Tiene como objeto mostrar y representar el proceso de validación, así como exponer los resultados de la aplicación.

Para ejecutar el proceso de validez del instrumento se eligió realizar juicios de expertos, el mismo que es una opinión de grupo seleccionado de personas que tienen conocimientos acerca del tema y presentan las cualidades de brindar información y elaborar informes y conjeturas que ayudaran a la valides de las encuestas.

3.6.1. Selección de expertos

El proceso de selección de expertos paso por un proceso de análisis de su formación académica y amplia experiencia en investigaciones aplicadas en el ámbito de la planificación y gestión turística.

El presente cuadro expone a los expertos asignados para nuestro proceso donde se muestra su cargo de desempeño actual y la institución al que pertenecen.

Nº	Nombre y apellidos	Cargo
1	PhD. José Álvarez Román.	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo
2	Mgs. Carlos Fernando Inga A.	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo
3	Ing. Marylin Lascano Vera	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo

Cuadro 3. Expertos seleccionados para validar el instrumento

Fuente: Elaboración propia

3.7. Confiabilidad de los instrumentos

Para demostrar la fiabilidad del constructo de gestión del turismo sobre conocimientos de la planificación se manejó el estadígrafo Alfa de Cronbach; en cuanto sus valores positivos para la investigación deben ser ascendentes o igual a 0,7.

Al aplicar el total de la encuesta, se procedió a calcular Alfa de Cronbach de los enunciados obtuvimos los siguientes resultados en el primer caso permitió evidenciar para el total de los constructos Planificación y Gestión del turismo en el cantón Montalvo con un resultado de 0,77.

Constructos	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Planificación Gestión	0,77	46

Cuadro 4. Estadísticas de fiabilidad

Fuente: Propia del autor

El segundo caso permitió evidenciar el constructo Planificación del turismo en el cantón Montalvo con resultados de 0,91 con 24 ítems, mientras que para el constructo de gestión del turismo presenta un valor de 0,82 con 22 ítems dirigido a la Unidad de Turismo y los prestadores de servicios turísticos.

Constructos	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Planificación	0,91	24
Gestión	0,82	22

Cuadro 5. Estadísticas de fiabilidad por constructos

Fuente: Propia del autor

3.8. Análisis e interpretación de la información

Al procesar la información se hizo uso de la herramienta informática creada para fines estadísticos IBM SPSS Statistics Versión 25, aplicando los siguientes procesos: en primer lugar se procedió a codificar numéricamente cada ítems de las encuestas, se procedió a llenar la tabla generando un archivo previo para la base de datos con aquellos indicadores de investigación en el software estadístico SPSS, se registra la información recolectada mediante de las encuestas generándose así la base de datos.

La presente investigación realizada agrupa variables que se caracterizan por poder obtener calificaciones cuantitativas mediante el uso de la escala de Likert, con el presente caso hemos determinado el uso de Alfa de Cronbach, para los casos de las variables sea esta independiente o dependiente, para así definir las hipótesis estadísticas y de investigación en nuestro proyecto.

3.8.1. Análisis e interpretación de los resultados validación por juicios de expertos

La validación por juicio de expertos mostró como resultados que el instrumento aplicarse muestra el diseño idóneo (Ver Anexo 3) señala relación con la investigación y simboliza una herramienta de medición de datos que suministrará el alcance de los objetivos de la investigación; por su parte, se mostraron observaciones y recomendaciones, de parte de los especialistas, en cuanto podemos decir no afectan de alguna manera el resultado de la validación, los cuales fueron de utilidad para mejorar la estructura del instrumento.

3.8.2. Análisis e interpretación de los resultados de confiabilidad.

Dada la aplicación total del instrumento, procedemos a calcular Alfa de Cronbach de los ítems que presentan la cualidad de escala de Likert evidenciando los siguientes resultados para el caso primero permitió evidenciar que el constructo Planificación del turismo en el cantón Montalvo muestra valores de 0,91, por su parte el constructo de gestión del turismo mostró un valor de 0,82 direccionado a la Unidad de Turismo y los prestadores de servicios turísticos.

De estos valores resultantes concluimos que el nivel de confiabilidad los instrumentos de investigación son fiables para el período de recopilación de información dado que los resultados de Alfa de Cronbach ascienden de 0,75 que es el estándar base, tal como se demuestra en el cuadro 4.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Luego de haber presentado y analizado la información (ver Anexo 5), obtenida a través de los instrumentos de recolección de datos aplicados a la población conformada por trabajadores de la Unidad de Turismo y los prestadores del sector turístico, se procede a efectuar una síntesis para integrar los datos que revisten mayor importancia para la elaboración de conclusiones y recomendaciones, así como la prueba de hipótesis que respalda el proyecto de investigación.

Los datos recolectado más notables mediante la investigación de campo son que el cantón Montalvo cuenta con un plan estratégico pero un (92,5) no conoce de la existencia de este fallando procesos de la planificación se hace evidente al cual le acompañan otros porcentajes de relevancia como trabajo en conjunto al elaborar el Plan Estratégico Turismo con un (87,5%) de negatividad, el caso no es diferente al mencionar la participación de entidades públicas con un (50 %) malo, en cuanto a la aplicación de métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el análisis del perfil del turista y flujo turístico presenta porcentajes sobre el (30%) de negatividad, por su parte las evaluaciones realizadas a programas y proyectos estipulados en el Plan Estratégico sus índices bordea el (60%) con calificaciones de malo, en cuanto a la consideración de atractivos, actividades, servicios y facilidades en el plan sus porcentajes van más allá de la negatividad esperada con índices que sobrepasan el (55%).

Por su parte la variable gestión, con su dimensión ventaja competitiva se consideró la innovación en sus productos notándose que un (35%) menciona que es bueno, contrastando con la capacitación turística y especialización en la misma se denotaron índices medios sobre el (30%), en cuanto a la gestión municipal más del (50%) manifiesta que no se lleva un adecuado gestionar del turismo lo que afecta en muchos casos la aplicación de la planificación, los mismo que mencionaron que tienen una mala participación o no son inmiscuidos en esta actividad reflejados en un (82,5%) así como la exclusión de otros procesos como son ejecución, control, seguimiento y evaluación.

4.2. Pruebas de hipótesis

4.2.1. Prueba de hipótesis general distribución de proporciones

H_0 La planificación no influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

H_a La planificación influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Para exponer la hipótesis general, hemos considerado el Cuadro 6, donde se resume los resultados y porcentajes correspondientes a las variables de investigación de las encuestas aplicadas un 12,5% manifiesta que la planificación influye significativamente con la gestión, mientras que de las 40 encuestas aplicadas 10 personas revela que no existe influencia a un nivel de significancia del 5%.

Para contrastar la hipótesis se utiliza la distribución de proporción, donde:

$$p = \frac{10}{40} = 0.25 = 25 \% \quad n = 40 \quad q = 75\%$$

a) $H_0 = p = 0,70$

$H_a = p < 0,70$

b) $\alpha = 0,05$

c) $z = \frac{p-P}{\sqrt{\frac{p*Q}{n}}} = \frac{0,25-0,70}{\sqrt{\frac{(0,25)*(0,75)}{40}}} = -6,57$

d) Décima unilateral hacia la izquierda ($\alpha = 0,05$)

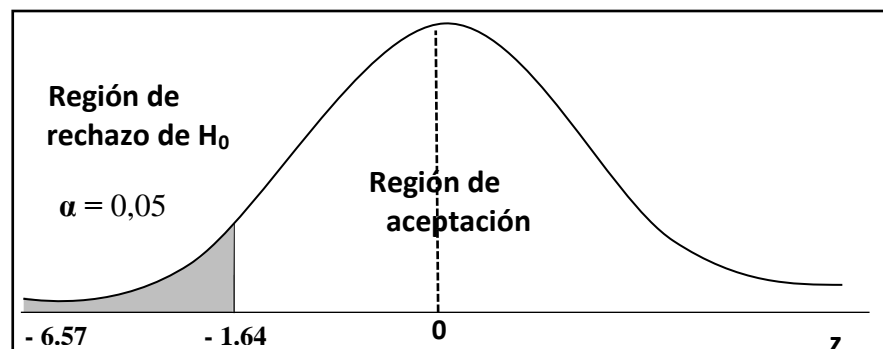


Figura 2. Región de rechazo de H_0
Fuente: Elaborado por el autor

e) **Decisión:** Como el valor de z calculado ($z=1,75$), es mayor al valor de z crítico ($z_c=1.64$) y se ubica en la zona de rechazo de la hipótesis nula; entonces rechazamos la hipótesis nula H_0 y aceptamos la alterna H_a .

Es decir, la planificación influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

4.2.2. Prueba Chi cuadrado de la hipótesis general

Para confirmar la hipótesis de investigación general, se aplicamos la técnica de estatinos (barendamiento), procedemos a realizar la prueba Chi teniendo en consideración que las variables de investigación y sus dimensiones usan escala de Likert tanto en su variable planificación como en la variable gestión obteniéndose los siguientes resultados:

H_1 La planificación influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

H_0 La planificación no influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Cuadro 6. Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Suma_Planificación *	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%
ma_Gestión						

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

En la ejecución de la prueba de hipótesis general se planteó la influencia entre las dos variables de investigación teniendo como participantes 40 personas considerados en las encuestas, como observamos en el cuadro 6, tenemos como válido 40 números de casos en demostrado en el recuento sumando un porcentaje total del 100%.

Cuadro 7.Tabla de contingencia Sumaplanificación - gestión

		Suma_Gestión				
		BAJO	MEDIO	ALTO	Total	
Planificación		Recuento	0	3	7	10
	BAJO	% del total	0,0%	7,5%	17,5%	25,0%
		Recuento	7	12	6	25
	MEDIO	% del total	17,5%	30,0%	15,0%	62,5%
		Recuento	0	5	0	5
	ALTO	% del total	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%
		Recuento	7	20	13	40
	Total	% del total	17,5%	50,0%	32,5%	100,0%

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

Presentado un nivel de significancia menor de 0,05 en este primer caso ($0,007 < 0,05$) admitimos la hipótesis de investigación y objetamos la hipótesis nula, concluyendo a un nivel de significancia de 0,007 la planificación influye significativamente a la gestión del turismo del cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

Cuadro 8. Prueba de Chi cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,028 _a	4	,007
Razón de verosimilitud	16,570	4	,002
Asociación lineal por lineal	5,549	1	,018
N de casos válidos	40		

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

De esta manera a través del coeficiente de contingencia V de Cramer que se presenta como una medida que representa la relación entre las variables el cual verifica la comprobación de hipótesis de investigación aceptada con un valor de 0,419 lo cual representa una influencia significativa y evidenciando una influencia entre las dos variables justificando la hipótesis planteada.

Cuadro 9. Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	,592	,007
	V de Cramer	,419	,007
N de casos válidos		40	

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

4.2.3. Prueba Chi cuadrado de las hipótesis específicas

4.2.3.1. Hipótesis específica 1

H_a =Los procesos de la planificación influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Para confirmar la hipótesis de investigación específica 1, se aplicamos la técnica de estatinos (barenamiento), procedemos a realizar la prueba Chi teniendo en consideración que las variables de investigación y sus dimensiones usan escala de Likert tanto en su variable planificación como en la variable gestión obteniéndose los siguientes resultados:

H_0 =Los procesos de la planificación no influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

H_a =Los procesos de la planificación influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

En la ejecución de la prueba de hipótesis específica 1 se planteó la influencia entre la dimensión procesos de la planificación y la variable dependiente gestión considerando los resultados de las 40 personas encuestadas, como observamos en el cuadro 8, tenemos como válido 40 números de casos válidos sumando un porcentaje total del 100%.

Cuadro 10.Tabla cruzada procesos de la planificación - gestión

		Suma_Gestión			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Bajo	Recuento	3	10	2	15
	Recuento esperado	2,6	7,5	4,9	15,0
	% del total	7,5%	25,0%	5,0%	37,5%
Medio	Recuento	4	7	11	22
	Recuento esperado	3,9	11,0	7,2	22,0
	% del total	10,0%	17,5%	27,5%	55,0%
Alto	Recuento	0	3	0	3
	Recuento esperado	,5	1,5	1,0	3,0
	% del total	0,0%	7,5%	0,0%	7,5%
Total	Recuento	7	20	13	40
	Recuento esperado	7,0	20,0	13,0	40,0
	% del total	17,5%	50,0%	32,5%	100,0%

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

Presentando un nivel de significancia mayor de 0,05 ($0,058 > 0,05$) admitimos la hipótesis nula y objetamos la hipótesis de investigación, concluyendo que los procesos de la planificación no influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

Cuadro 11. Prueba de Chi cuadrado-procesos

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,116 ^a	4	,058
Razón de verosimilitud	10,605	4	,031
Asociación lineal por lineal	1,112	1	,292
N de casos válidos	40		

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

4.2.3.2. Hipótesis específica 2

H_a La organización de la planificación influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

Para exponer la hipótesis específica 2, hemos considerado realizar la prueba Chi teniendo en consideración que las variables de investigación y sus dimensiones usan escala de Likert tanto en su variable planificación como en la variable gestión obteniéndose los siguientes resultados:

H_0 =La organización de la planificación no influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

H_a =La organización de la planificación influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

En la ejecución de la prueba de hipótesis específica 2 se planteó la influencia entre la dimensión procesos de la planificación y la variable dependiente gestión considerando los resultados de las 40 personas encuestadas, como observamos en el cuadro 12, tenemos como válido 40 números de casos válidos sumando un porcentaje total del 100%.

Cuadro 12.Tabla cruzada organización de la planificación - gestión

			Suma_Gestión			
			Bajo	Medio	Alto	Total
		Recuento	0	3	7	10
	Bajo	Recuento esperado	1,8	5,0	3,3	10,0
		% del total	0,0%	7,5%	17,5%	25,0%
		Recuento	7	13	6	26
Suma_Organización	Medio	Recuento esperado	4,6	13,0	8,5	26,0
		% del total	17,5%	32,5%	15,0%	65,0%
		Recuento	0	4	0	4
	Alto	Recuento esperado	,7	2,0	1,3	4,0
		% del total	0,0%	10,0%	0,0%	10,0%
		Recuento	7	20	13	40
Total		Recuento esperado	7,0	20,0	13,0	40,0
		% del total	17,5%	50,0%	32,5%	100,0%

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

Presentando un nivel de significancia menor de 0,05 ($0,012 < 0,05$) se acepta la hipótesis de investigación y objetamos la hipótesis nula, concluyendo que la organización influye significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

Cuadro 13. Prueba de Chi cuadrado-organización

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,907 ^a	4	,012
Razón de verosimilitud	15,144	4	,004
Asociación lineal por lineal	5,800	1	,016
N de casos válidos	40		

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

4.2.3.3. Hipótesis específica 3

Para exponer la hipótesis específica 3, hemos considerado realizar la prueba Chi teniendo en consideración que las variables de investigación y sus dimensiones usan escala de Likert tanto en su variable planificación como en la variable gestión obteniéndose los siguientes resultados:

H_0 = Los objetivos de la planificación no influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

H_1 = Los objetivos de la planificación influyen significativamente con la gestión del turismo en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

En la ejecución de la prueba de hipótesis específica 3 se planteó la influencia entre la dimensión objetivos de la planificación y la variable dependiente gestión considerando los resultados de las 40 personas encuestadas, como observamos en el cuadro 14, tenemos como válido 40 números de casos válidos sumando un porcentaje total del 100%.

Cuadro 14. Tabla cruzada objetivos de la planificación – gestión.

		Suma_Gestión				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Suma_Objetivos	Bajo	Recuento	0	3	8	11
		Recuento esperado	1,9	5,5	3,6	11,0
		% del total	0,0%	7,5%	20,0%	27,5%
	Medio	Recuento	7	12	4	23
		Recuento esperado	4,0	11,5	7,5	23,0
		% del total	17,5%	30,0%	10,0%	57,5%
	Alto	Recuento	0	5	1	6
		Recuento esperado	1,1	3,0	2,0	6,0
		% del total	0,0%	12,5%	2,5%	15,0%
Total	Recuento	7	20	13	40	
	Recuento esperado	7,0	20,0	13,0	40,0	
	% del total	17,5%	50,0%	32,5%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

Como el nivel de significancia es menor de 0,05 ($0,004 < 0,05$) admitimos la hipótesis de investigación y objetamos la hipótesis nula, concluyendo que los objetivos de la planificación influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

Cuadro 15. Pruebas de chi cuadrado-objetivos

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,221 ^a	4	,004
Razón de verosimilitud	16,790	4	,002
Asociación lineal por lineal	4,871	1	,027
N de casos válidos	40		

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

De esta manera por medio del proceso V de Cramer verificamos la comprobación de hipótesis de investigación aceptada con un valor de 0,436 lo cual representa una influencia significativa y evidenciando una influencia entre objetivos de la planificación y la gestión justificando la hipótesis específica planteada.

Cuadro 16. Medidas simétricas V de Cramer

		Valor	Significación aproximada
Nominal por	Phi	,617	,004
Nominal	V de Cramer	,436	,004
N de casos válidos		40	

Fuente: IBM SPSS Statistics V.25

4.3. Presentación de resultados

A continuación, se presentan, comentan, explican y discuten los resultados; por medio de la validación y confiabilidad de los instrumentos aplicando Alfa de Cronbach obtuvimos resultados significativos sirviendo para determinar y establecer que el instrumento de medición es aceptable. Posteriormente se aplicó las encuestas a una población total de 40 personas dando como resultados la existencia de un plan estratégico pero más no de su conocimiento, los prestadores del sector turístico desconocen de este plan así como la articulación de actividades, atractivos de a los cuales ellos estarían ligados, por otra parte el desarrollo del turismo en el cantón Montalvo posee porcentajes favorables vinculados a los procesos de capacitaciones por los cuales han pasado, en cuanto a la gestión se encuentran falencias esta no presenta los rasgos administrativos para un total efecto en el crecimiento de inversiones y generación de proyectos y programas.

Se estableció influencias entre variables por medio de prueba de hipótesis presentada en este capítulo a través de la técnica de estatinos (barendamiento) obtuvimos el valor de Chi cuadrado presenciando valores acordes a los establecidos para luego ser utilizados en la prueba de hipótesis general y específicas, aceptando la hipótesis general el cual presenta que la planificación influye significativamente en la gestión del turismo del cantón Montalvo y objetando la hipótesis nula, para comprobar y defender Chi cuadrado se procedió a calcular coeficiente de contingencia V de Cramer representando una relación significativa.

Para las hipótesis específicas se utilizó el mismo método presentando como resultados para la primera hipótesis específica se acepta la hipótesis nula la que manifiesta que los procesos de la planificación tales como la planeación, designación del personal, control, organización y dirección no influyen significativamente con la gestión, para el segundo caso admitimos la hipótesis de investigación y objetamos la hipótesis nula, concluyendo que la organización de la planificación y sus indicadores como son capital humano y valor agregado influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos; en cuanto a la hipótesis específica 3 se admite la hipótesis de investigación y objetamos la hipótesis nula, concluyendo que los objetivos de la planificación y sus indicadores como son metas, integración del personal, dirección y control influyen significativamente en la gestión del turismo en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

5. CONCLUSIONES

- Los procesos de la planificación no influyen con la gestión; el turismo como factor productivo tiene la ventaja de generar empleos sin embargo si no se lleva un adecuado proceso administrativo esta se verá en recesión mostrando estancamiento, la capacidad que tengan de cumplir el plan estratégico creado y generar programas, acciones y proyectos, va a depender de la creatividad y la innovación con que se use las potencialidades palpables y también del enfoque acertado de los mercados objetivos.
- La organización de la planificación influye con la gestión, de acuerdo a la comprobación de hipótesis su influencia es positiva y significativa la Unidad de Turismo como ente rector de la actividad turística no ha mostrado su rol protagónico en la gestión del turismo, es decir, cuál es su misión, visión, enfoques, valores, los lineamientos del plan de desarrollo turístico; planes de contingencias, desarrollo de proyectos en conjunto a empresarios turísticos, articulación de productos y servicios incentivar al sector privado, definir la imagen de marca, una imagen de producto que sea característico y atractivo para los visitantes.
- Los objetivos de la planificación influyen con la gestión, para un cumplimiento de objetivos y el desarrollo de proyectos y programas mencionados en el plan estratégico, así como capacitaciones el turismo como actividad de desarrollo no solo depende de atractivos o de facilidades debe ser tratado a como un tema de inversión, planificación y articulación de actores y factores de su buen manejo y trato este direccionará al cantón al desarrollo productivo económico.

6. RECOMENDACIONES

- La actividad turística al presentar varias gamas en el mercado y por ende presenta diferentes áreas de administración debe plantearse una visión de futuro con proyecciones estructuradas de la oferta y demanda si la planificación no está correctamente estructurada no tendrá fundamentos para una excelente gestión donde los agentes y actores del turismo deben ser incluidos poseer y mejorar sus conocimientos, comunicar los planes que se llevaran a cabo.
- La Unidad de Turismo como ente rector debe ser el motor para organizar y generar productos innovadores, engloben y articulen los componentes del sistema turístico, establecer una organización apropiada. Para el cometido se recomienda la identificación de actores y factores tomando en cuenta las ventajas comparativas con respecto a planificación y modelos de gestión, plantear ideas en dirección de mejoras realizar estudios periódicos con respecto al flujo y perfil del turista.
- Finalmente es fundamental para el cumplimiento de objetivos, familiarizarse con el sector turísticos con las inversiones privadas ya que estos son un punto fuerte y a favor del surgimiento turístico, coordinar mesas de trabajos con la comunidad, entidades públicas todos estos actores contribuyen a que haya una comunicación y que se sientan identificados con futuros programas y acciones, generando objetivos medibles, alcanzables y ejecutables.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arana García, I. (2019). Plan de mejora EFQM. *Fundación Navarra para la Excelencia, I*, 1-3.
- Ávila Bercial, R., & Barrado Timón, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 27- 44.
- Ayala Sánchez, A. (1982). Desarrollo Regional. *Primera aproximación al caso Guanajuato*, 226. México: Editorial de la Delegación Genral de la Secretaría de Educación Pública en el estado de Guanajuato.
- Becerra, J. (2012). *Gestión Estratégica del Turismo Sostenible en San Cristóbal*. Ecuador: ESPE.
- Beltrán, C. D. (2017). Gestión turística municipal y el desarrollo turístico del distrito de Huánuco - 2016. Huánuco, Perú: Universidad de Huánuco.
- Bonilla, M., Molina, J., & Morales, F. (14 de Mayo de 2006). Planificación: Concepto e importancia. Barinas, Venezuela: Universidad Fermin Toro.
- Casas, I. (2013). Influencia de la gestión turística municipal en el desarrollo local sostenible del Distrito de Ilabaya 2007-2010. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohman de Tacna.
- Chiavenato, I. (1999). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Editorial Mc Graw- Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. España: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Consultor Tourism & Leisure-Europraxis. (26 de Septiembre de 2007). Diseño Del Plan Estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador. *Plandetur 2020*.
- Drucker, P. F. (1999). *Management Challenges for the 21st Century*. New York, United States of America: Harper Business.
- Engels, F. (1878). La Revolución de la ciencia de Eugenio Dühring. *Anti-Dühring*. Marxists Internet Archive.
- Escobar Pérez, J., & Cuervo Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de experto aproximación a du utilización. *Avances en Medición*, 27-36.
- Gunther, R. (2014). *Gestión*. Obtenido de hbr.org.
- Gutiérrez Pulido, H. (2010). *Calidad total y productividad* (Tercera ed.). México: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores S.A. DE C.V.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucío, P. (2014). *Metodología de la Investigación*(Sexta ed.). México, DF: McGraw-Hill.
- Hurtado de Barrera, J. (2008). *Cómo formular objetivos de investigación: un acercamiento desde la investigación holística*. Venezuela: Fundación Sygal.
- Iglesias, P., Correia, M., Jambrino, C., & De Luque, S. (Julio de 2017). Estudios y perspectivas del turismo. *Retos en la gestión de destinos turísticos a partir de la innovación abierta*. Buenos Aires, Argentina: Scielo.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). Administración una perspectiva global y empresarial. Mexico: Mc Graw Hill.
- Llontop, C. (17 de Julio de 2017). Turismo y patrimonio N°11. *La relación entre gestión y turismo, basad en la experiencia del visitante*. Perú.
- Lopera Medina, M. M. (2014). Aspectos históricos y epistemológicos de la planificación para el desarrollo. *Gerencia y Políticas de Salud*, 28-42.
- Maldonado, J. Á. (2011). *Gestión de procesos*. Málaga: EUMED - Universidad de Málaga.
- MINTUR. (2013). Manual de Señalización Turística de Ecuador. Quito, Ecuador.

- Mireno, R., & Pulido, J. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional: metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. España: Cuadernos de Turismo.
- Morales, T. (2011). *Epistemología de Gestión*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/origen-gestion-empresarial/>
- Peña, F. (14 de Abril de 2015). *ISO Tools*. Recuperado el 10 de Enero de 2018, de Blog calidad y excelencia: <https://www.isotools.org/2015/04/14/el-plan-estrategico-empresarial-una-herramienta-para-la-calidad/>
- Prieto, A. D. (2003). *Gestión Estratégica*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Robalino, S. (2015). *Origen, Antecedentes y Teorías De La Gestión*. Obtenido de <https://prezi.com/qiq8ro-90rtn/origen-antecedentes-y-teorias-de-la-gestion-empresarial/>
- Saavedra Guzmán, R., Castro Zea, L. E., Restrepo Quintero, O., & Rojas Rojas, A. (2001). *Planificación del Desarrollo* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Recuperado el 2018
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2015). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: Esic Editorial.
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2015). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: Esic Editorial.
- Sánchez Paz, N. (Septiembre de 2006). Fundamentos y Métodos generales de planificación. Cuba: Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya.
- Stoner, J., & Wankel, C. (2002). Planeación y Toma de decisiones. *Centro de Formacion y Estudios del INAME Dossier de Direccion*, 51-52.
- Swisscontact. (Mayo de 2014). *Embajada de Suiza en el Perú*. Obtenido de www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf.
- Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación científica* (Quinta ed.). México: Editorial Limusa S.A. Grupo Noriega Editores.
- Toro, G., & Galán, M. L. (2015). La planificación turística desde el enfoque de la competitividad: Caso Colombia. Colombia: Turismo y Sociedad.
- Villao Carvajal, E. A. (7 de Febrero de 2017). Planificación y gestión turística de la comisión de turismo del GADPR frente al desarrollo local de la Cabecera Parroquial de Colonche. La Libertad, Santa Elena, Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.

ANEXOS

Anexo 1. Propuesta

Título de la propuesta

Plan de mejora de la planificación para optimizar la gestión turística del cantón Montalvo, provincia de Los Ríos

1. Introducción

La presente propuesta se realizó con base en las investigaciones realizadas y los objetivos planteados, es el Cantón Montalvo, sector que se ha determinado como beneficiario principal de la propuesta, encaminada a fortalecer el turismo, a través de un Plan de Mejoras para los agentes y actores del turismo.

El plan de mejora es un instrumento utilizado para alcanzar la calidad total y la excelencia en las organizaciones de una manera progresiva, obteniendo resultados eficientes y eficaces.

2. Objetivos

2.1.Objetivo general

Diseñar un plan de mejora del turismo del cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, para optimizar la gestión turística.

2.2.Objetivos específicos

- Determinar el marco conceptual que permita establecer los lineamientos requeridos para el adecuado desarrollo de la propuesta.
- Establecer un plan de mejora en la planificación para la optimización de la gestión turística.

3. Marco conceptual

Plan

Se define como el conjunto relacionado de metas e instrumentos que tiene como finalidad el situar una actividad humana en cierta dirección adelantada. (Ayala Sánchez, 1982)

Planificación estratégica

La construcción y aplicación de esta herramienta permite crear planes operativos y programas que facilitaran la gestión eficaz del desarrollo del turismo, la eficacia del mismo se encuentra en su buen diseño ya que este debe tomar en cuenta parámetros como potencialidades y capacidades del entorno, aprovechando las oportunidades que genera las actividades turísticas, así como la vulnerabilidad y amenazas que puedan atentar con el éxito del plan.

Mejora continua

Según Deming (1996), la administración de la calidad total necesita de un proceso constante, que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección no se logra, pero siempre se busca.

Por otra parte en autores más actuales como Gutiérrez (2010),

La mejora continua es consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando las causas o restricciones, creando nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño.

Plan de mejora

El Plan de Mejora es utilizado para desarrollar el nivel de gestión de la organización mediante el establecimiento de acciones de mejora críticas (relevantes para la organización).

Por otro lado, la elaboración, implantación y seguimiento de un Plan de Mejora es utilizado para introducir a la organización una cultura de mejora, de mejora continua que permitirá una complacencia de las personas que prestan servicio en la unidad o área de trabajo y, como consecuencia, un incremento de la calidad del servicio ofrecido al ciudadano. (Arana García, 2019)

Fases del plan de mejoramiento

Para desarrollar un plan de mejoramiento según Maldonado (2011) es necesario tomar en cuenta ciertos procesos mencionados a continuación:

- ✓ **Compromiso de la Alta Dirección:** El proceso de mejoramiento debe comenzarse desde los principales directivos y progresa en la medida al grado de compromiso que éstos adquieran, es decir, en el interés que pongan por superarse y por ser cada día mejor.
- ✓ **Consejo Directivo del Mejoramiento:** Está constituido por un grupo de ejecutivos de primer nivel, quienes estudiarán el proceso de mejoramiento productivo y buscarán adaptarlo a las necesidades de la compañía.
- ✓ **Participación Total de la Administración:** El equipo de administración es un conjunto de responsables de la implantación del proceso de mejoramiento. Eso implica la participación activa de todos los ejecutivos y supervisores de la organización. Cada ejecutivo debe participar en un curso de capacitación que le permita conocer nuevos estándares de la compañía y las técnicas de mejoramiento respectivas.
- ✓ **Participación de los Empleados:** Una vez que el equipo de administradores esté capacitado en el proceso, se darán las condiciones para involucrar a los empleados. Esto lo lleva a cabo el gerente o supervisor de primera línea de cada departamento, quien es responsable de adiestrar a sus subordinados, empleando las técnicas que él aprendió.

- ✓ **Participación Individual:** Es importante desarrollar sistemas que brinden a todos los individuos los medios para que contribuyan, sean medidos y se les reconozcan sus aportaciones personales en beneficio del mejoramiento.
- ✓ **Equipos de Mejoramiento de los Sistemas** (equipos de control de los procesos): Toda actividad que se repite es un proceso que puede controlarse. Para ello se elaboran diagramas de flujo de los procesos, después se le incluyen mediciones, controles y bucles de retroalimentación. Para la aplicación de este proceso se debe contar con un solo individuo responsable del funcionamiento completo de dicho proceso.
- ✓ **Actividades con Participación de los Proveedores:** Todo proceso exitoso de mejoramiento debe tomar en cuenta a las contribuciones de los proveedores.
- ✓ **Aseguramiento de la Calidad:** Los recursos para el aseguramiento de la calidad, que se dedican a la solución de problemas relacionados con los productos, deben reorientarse hacia el control de los sistemas que ayudan a mejorar las operaciones y así evitar que se presenten problemas
- ✓ **Planes de Calidad a Corto Plazo y Estrategias de Calidad a Largo Plazo:** Cada corporación debe desarrollar una estrategia de calidad a largo plazo y asegurarse de que todo el grupo administrativo comprenda la estrategia de manera que sus componentes puedan crear planes a corto plazo detallados, que aseguren que las actividades de los grupos coincidan y respalden la estrategia a largo plazo.
- ✓ **Sistema de Reconocimientos:** El proceso de mejoramiento pretende cambiar la forma de pensar de las personas acerca de los errores. (Maldonado, 2011)

4. Contenido de la propuesta

- I. Propósito
- II. Justificación
- III. Ejes principales de acción
 - Planificación de proyectos
 - Proyectos de mejora de actores y agentes de turismo locales
 - Proyectos de mejora de la gestión
 - Proyectos de mejora de desarrollo de destinos y facilitación turística
 - Proyectos de mejora de promoción

5. Desarrollo de la propuesta

El diseño del plan de mejora representa la propuesta principal basados en la previa investigación. Sin embargo, cobra importancia en su aplicación y participación de los involucrados.

La etapa de investigación ha sido un fuerte indispensable para consolidar la presente propuesta.

I. Propósito del plan de mejora

El presente plan está orientado a mejorar la planificación del turismo del cantón Montalvo iniciando por el ente rector que será el encargado de ejecutar el presente; iniciando con el proceso de mejora continua en la gestión e impulsando el desarrollo turístico.

El plan de mejoras se encuentra articulado a los propósitos del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 (Plandetur 2020), según el documento, los objetivos que se relacionan son los siguientes:

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

Coordinar esfuerzos públicos, privados y comunitarios para desarrollar el turismo sostenible, teniendo base sus destinos turísticos y bajo los principios de mitigación a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

Generar una oferta turística sostenible y competitiva fortaleciendo los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica enfocada a los elementos de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para avalar una experiencia turística completa de los visitantes nacionales e internacionales.(Consultor Tourism & Leisure-Europraxis, 2007)

Este propósito general desglosa los siguientes objetivos específicos.

- Incorporar a todos los actores y agentes del turismo del cantón Montalvo.
- Mejorar la gestión turística.
- Fortificar los valores de la organización.
- Mejorar los procesos administrativos.
- Cumplir con una directiva organizada y transparente.
- Incentivar el volumen del turismo interno.
- Mejorar el sistema turístico.

II. Justificación del plan de mejora

La mejora continua es un factor para el cambio que supone mejorar el rendimiento y comportamiento de las personas un plan de mejora continua debe incentivar las modificaciones requeridas en los procesos.

En este sentido, un plan de mejora se justifica en la mejora de los procesos, implementación de una estructura organizacional adecuada, una organización más eficiente y aumento de la productividad.

III. Ejes principales

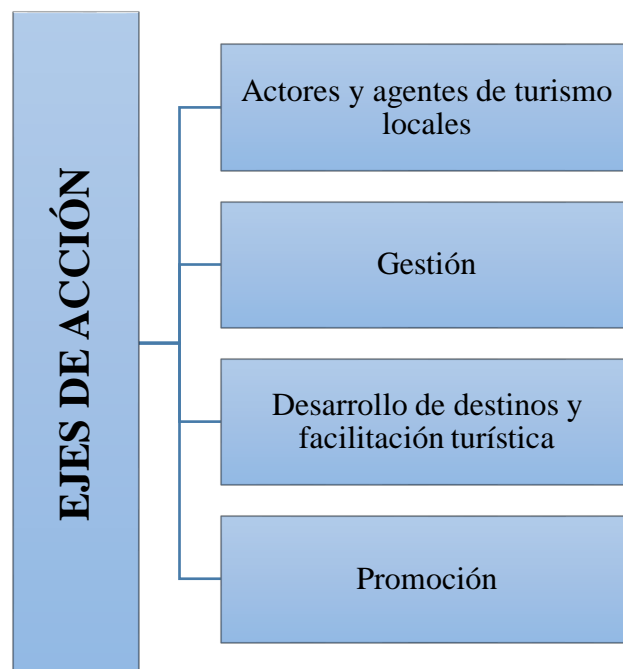


Figura 3. Ejes principales de acción

Fuente: Elaborado por el autor

i. Planificación de proyectos

Cuadro 17. Necesidades por eje de acción

NECESIDADES POR EJE DE ACCIÓN		
EJE DE ACCIÓN	PROGRAMA	PROYECTOS
ACTORES Y AGENTES DE TURISMO LOCALES	Desarrollo de capacidades del talento humano	<ul style="list-style-type: none">• Competencias laborales
GESTIÓN	Modelo de gestión	<ul style="list-style-type: none">• Modelo de gestión para la Unidad de Turismo.
DESARROLLO DE DESTINOS Y FACILITACIÓN TURÍSTICA	Fortalecimiento del turismo	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de productos• Señalización y señalética
PROMOCIÓN	Promoción turística	<ul style="list-style-type: none">• Guía turística, mapa lúdico.

Fuente: Elaborado por el autor

ii. **Proyecto de mejora de actores y agentes de turismo locales**

Cuadro 18. Competencias laborales

PROYECTO 1: COMPETENCIAS LABORALES	
Programa: Desarrollo de capacidades del talento humano	Localización: Cantón Montalvo – Provincia Los Ríos
Objetivo General Capacitar y formar personal con conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales del turismo.	
Descripción del proyecto Este proyecto contribuirá a la eficacia en la organización, la capacitación se lleva a cabo para elevar el nivel de rendimiento para incrementar la productividad y mejorar los procesos. A continuación, se proponen temas relevantes que se ajustan al mejoramiento de las competencias laborales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Planeamiento estratégico ○ Cultura organizacional ○ Gestión turística ○ Emprendimientos turísticos ○ Calidad de los servicios 	
Responsable de la ejecución	Ministerio de Turismo Unidad de Turismo
Plazo de ejecución	<i>Inicio:</i> 2019 <i>Duración :</i> 2 año
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> • Humanos <ul style="list-style-type: none"> ○ Participantes ○ Facilitadores ○ Expositores ○ Materiales • Infraestructura (local) <ul style="list-style-type: none"> ○ Mobiliario ○ Documentos técnico - educativo
Indicador de seguimiento	Lista de participantes Lista de asistencia

Fuente: Elaborado por el autor

iii. Proyecto de mejora de la gestión

Cuadro 19. Modelo de gestión

PROYECTO 2: MODELO DE GESTIÓN PARA LA UNIDAD DE TURISMO	
Programa: Modelo de gestión	Localización: Cantón Montalvo – Provincia Los Ríos
Objetivo General Diseñar un modelo de gestión para la administración y control de los proyectos en desarrollo de la Unidad de Turismo.	
Descripción del proyecto La aplicación de un modelo de gestión es un gran paso para la innovación empresarial, los modelos de gestión bien pueden ser aplicados en empresas y negocios privados como en la administración pública. <ul style="list-style-type: none"> ○ Diagnosticar las necesidades de la Unidad de Turismo. ○ Establecer prioridades y desarrollar la metodología para el modelo de gestión ○ Desarrollo del modelo de gestión ○ Seguimiento y evaluación 	
Responsable de la ejecución	Unidad de Turismo
Plazo de ejecución	<i>Inicio:</i> 2019 <i>Duración :</i> 1 año
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> • Humanos • Tecnológicos
Indicador de seguimiento	Fichas Informe

Fuente: Elaborado por el autor

iv. **Proyecto de mejora de desarrollo de destinos y facilitación turística**

Cuadro 20. Desarrollo de productos

PROYECTO 3: Desarrollo de productos	
Programa: Fortalecimiento del turismo	Localización: Cantón Montalvo – Provincia Los Ríos
Objetivo General Desarrollar un producto seguro e innovador técnicamente viable para fomentar el desarrollo turístico.	
Descripción del proyecto Por medio del previo estudio de factibilidad y otros factores se procederá al diseño e implementación del producto viablemente técnico y económico que permita el fortalecimiento del turismo. Para lograr esto, es importante: <ul style="list-style-type: none"> ○ Estudio de diagnóstico de la situación actual. ○ Estudio de mercado <ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis y proyección de la demanda ▪ Análisis y proyección de la oferta ▪ Demanda potencial insatisfecha ▪ Análisis de precios ▪ Análisis de comercialización ▪ Publicidad ▪ Relaciones y alianzas ○ Estudio técnico ○ Estudio del impacto ambiental ○ Estudio administrativo legal ○ Estudio económico financiero ○ Evaluación del proyecto 	
Responsable de la ejecución	Unidad de Turismo
Plazo de ejecución	<i>Inicio:</i> 2020 <i>Duración :</i> 1 año
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Humanos ● Tecnológicos ● Financieros
Indicador de seguimiento	Informes

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro 21. Señalización y señalética

PROYECTO 4: Señalización y señalética	
Programa: Fortalecimiento del turismo	Localización: Cantón Montalvo – Provincia Los Ríos
Objetivo General Implementar señalética turística.	
Descripción del proyecto La implementación de señalética turística mejora la identificación de atractivos o servicios, provee la información y ubicación de sitios de interés la misma mejora la calidad de servicios y mejora la estadía del visitante. Para lograr esto, es importante: <ul style="list-style-type: none"> ○ Levantamiento de información geo referenciada, contenido y clasificación de señales de acuerdo al Manual de Señalización Turística del Ecuador.(MINTUR, 2013) ○ Gestión para la obtención de los permisos de uso de suelo ○ Diseño gráfico de señales ○ Contrato de implementación ○ Implementación 	
Responsable de la ejecución	Ministerio de Turismo GAD Cantonal
Plazo de ejecución	<i>Inicio:</i> 2020 <i>Duración :</i> 1 año
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Humanos ● Tecnológicos ● Financieros ● Infraestructura
Indicador de seguimiento	Acta de compromiso Informes de avance Convenio

Fuente: Elaborado por el autor

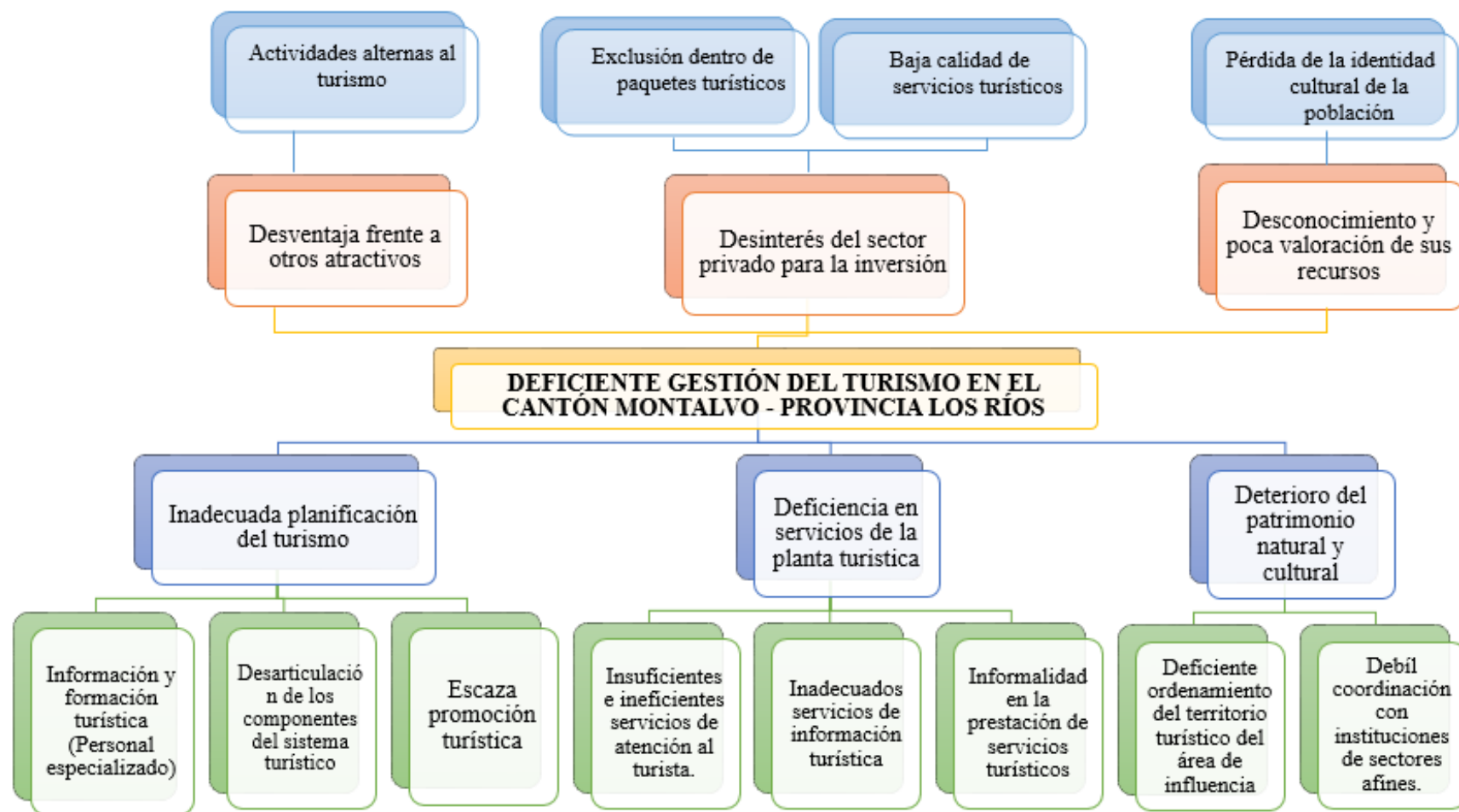
v. **Proyecto de mejora de promoción**

Cuadro 22. Promoción turística

PROYECTO 4: PROMOCIÓN TURÍSTICA	
Programa: Promoción turística	Localización: Cantón Montalvo – Provincia Los Ríos
Objetivo General Integrar a los actores y agentes turísticos a las estrategias de promoción desarrolladas por la subsecretaría de promoción del MINTUR.	
Descripción del proyecto Promocionar al cantón Montalvo presentar sus productos y sus características diferenciadoras de otros lugares. Para poder posicionar al Cantón Montalvo en el mercado nacional se propone tres componentes: <ul style="list-style-type: none"> • Articular en una guía turística los atractivos y facilidades turísticas que presenta el cantón Montalvo. • Elaborar un mapa lúdico con puntos de interés y atractivos. Para lograr esto, es importante: <ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar un inventario para la identificación y jerarquización de los diferentes atractivos naturales y culturales del Cantón Montalvo. ○ Recolectar información sobre servicios turísticos, servicios complementarios, facilidades. 	
Responsable de la ejecución	Ministerio de Turismo GAD Cantonal
Plazo de ejecución	<i>Inicio:</i> 2020 <i>Duración :</i> 8 meses
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> • Humanos • Tecnológicos • Financieros
Indicador de seguimiento	Fichas Inventarios

Fuente: Elaborado por el autor

Anexo 2. Árbol de problemas



Anexo 3. Validación por expertos



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Inga Aguigallo Carlos Fernando
 Título grados

Ph. D	()
Doctor	()
Magister	(x)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
 Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 11/09/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA LOS RÍOS.

El instrumento de medición pertenece a la variable Independiente: Planificación

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre planificación.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
Total		11		

SUGERENCIAS

Firma del experto:



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: José Álvarez Román

Título grados

Ph. D	<input checked="" type="checkbox"/>
Doctor	<input type="checkbox"/>
Magister	<input type="checkbox"/>
Licenciado	<input type="checkbox"/>
Ingeniero	<input type="checkbox"/>

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 10/09/ 2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA LOS RÍOS.

El instrumento de medición pertenece a la variable Independiente: Planificación

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre planificación.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	<input checked="" type="checkbox"/>		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
Total		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

SUGERENCIAS _____

Firma del experto: _____

Campus Norte

Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano

Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext.: 1406



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Inga Aguilera Carlos Fernando.

Título grados

Ph. D	()
Doctor	()
Magister	(x)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 11/09/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA LOS RÍOS.

El instrumento de medición pertenece a la variable Dependiente : Gestión

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre gestión.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	/		
Total		11		

SUGERENCIAS _____

Firma del experto: _____



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Marcelo Casano

Título grados

Ph. D	()
Doctor	()
Magister	(✓)
Licenciado	()
Ingeniero	(✓)

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 14/01/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA LOS RÍOS.

El instrumento de medición pertenece a la variable Dependiente : Gestión

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre gestión.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
	Total	11		

SUGERENCIAS _____

Firma del experto: _____



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MARCELO LASCANO

Título grados

Ph. D	()
Doctor	()
Magister	(x)
Licenciado	()
Ingeniero	(x)

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 14/01/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA LOS RÍOS.

El instrumento de medición pertenece a la variable Independiente: Planificación

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre planificación.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Total	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

SUGERENCIAS _____

Firma del experto: _____



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: José Álvarez Román

Título grados

Ph. D	(✓)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 10/09/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO EN EL CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA LOS RÍOS.

El instrumento de medición pertenece a la variable Dependiente : Gestión

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre gestión.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
Total		11		

SUGERENCIAS _____

Firma del experto:

Campus Norte

Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano

Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext.: 1406

Anexo 4. Encuestas

ENCUESTA DE LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO CANTÓN MONTALVO PROVINCIA LOS RÍOS DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE LA UNIDAD DE TURISMO Y PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS
--

Encuestador: _____ Formulario N°. _____
Ciudad: _____ Fecha de la encuesta: ____/____/____

INFORMACIÓN IMPORTANTE PARA EL USUARIO EVALUADOR

El propósito de esta encuesta es obtener información sobre la planificación y gestión del turismo en Montalvo para un estudio y análisis de información y aplicación de propuestas para su mejora. Su participación es totalmente voluntaria. Se le agrade por anticipado su colaboración

He leído los párrafos anteriores y reconozco que al llenar y entregar este cuestionario estoy dando mi consentimiento para participar en este estudio.

Instrucciones generales

- a) Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
Conteste con la mayor honestidad todas las preguntas.
- b) Marque con una (x) el paréntesis que indique su respuesta.

A. DATOS SOCIO DEMOGRÁFICOS

1. Sexo

Masculino ()₁

Femenino ()₂

2. Edad

18 - 25 ()₁

26 - 30 ()₂

31 - 35 ()₃

36 - 40 ()₄

41 a más ()₅

3. Grado de instrucción: ()₁ Primaria ()₂ Secundaria ()₃ Universitario ()₄ Posgrado

4. Responsabilidad:

()₁ Director ()₂ Gerente ()₃ Supervisor ()₅ Administrativo ()₅ Auxiliar

5. Tiempo en el cargo:

Menos de un año ()₁

1 - 3 ()₂

4 - 6 ()₃

6 - 8 ()₄

8 - 10 ()₅

B. PLANIFICACIÓN

La Unidad de Turismo cuenta con un Plan Estratégico del turismo.

()₁ Si ()₂ No ()₃ No conoce

C. VALORACIÓN

A continuación, encontrará estipulaciones sobre aspectos relacionados con la planificación del turismo en Montalvo. Cada ítem tiene cinco opciones para responder, de acuerdo a la escala adjunta, siendo 5 el máximo y el 1 el mínimo valor. Lea cuidadosamente y marque con una (x) el estado actual

1= MUY MALO 2= MALO 3= REGULAR 4= BUENO 5= MUY BUENO

VARIABLE INDEPENDIENTE (VI): Planificación del turismo en Montalvo

Nº	PLANIFICACIÓN	1	2	3	4	5
PR 1	Acciones realizadas en conjunto a trabajadores para elaboración del plan estratégico					
PR 2	Participación de entidades públicas en acciones del Plan estratégico					
PR 3	Aplicación de métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el registro del flujo turístico					
PR 4	Aplicación de métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el análisis del perfil del turista					
PR 5	Evaluación de los programas del plan estratégico					
PR 6	Evaluación de proyectos del plan estratégico					
OR 7	El plan estratégico considera información de atractivos naturales					
OR 8	El plan estratégico considera información de atractivos culturales materiales e inmateriales					
OR 9	El plan estratégico considera las actividades turísticas					
OR 10	El plan estratégico considera los servicios y facilidades turísticas					
OR 11	El plan estratégico considera la información de corredores turísticos					
OR 12	Planificación estratégica del turismo relacionada con los objetivos de desarrollo sostenible					
OR 13	Planificación estratégica del turismo en concordancia con Plandetur 2020					
OR 14	Financiamiento del plan estratégico de turismo					
OB 15	Participación de entidades privadas en acciones del plan estratégico					
OB 16	Participación de la ciudadanía en acciones del plan estratégico					
OB 17	Claridad de la misión y visión de la organización					
OB 18	Objetivos claramente definidos					
OB 19	Nivel de impacto del plan estratégico de turismo					
OB 20	Cumplimiento de metas					
OB 21	Cumplimiento del plan estratégico					
OB 22	Desarrollo del turismo en Montalvo					
OB 23	Población apta para la incursión turística					

A continuación, encontrará estipulaciones sobre aspectos relacionados con la gestión del turismo en Montalvo. Cada ítem tiene cinco opciones para responder, de acuerdo a la escala adjunta, siendo 5 el máximo y el 1 el mínimo valor. Lea cuidadosamente y marque con una (x) el estado actual

1= MUY MALO 2= MALO 3= REGULAR 4= BUENO 5= MUY BUENO

VARIABLE DEPENDIENTE (VD): Gestión del turismo en Montalvo

GESTIÓN		1	2	3	4	5
VC 1	Considera ud. Que sus productos son innovadores					
VC 2	Capacitación turística para el personal					
VC 3	Conocimientos de especialización en el ámbito turístico					
VC 4	Nivel de participación en el mercado turístico					
VC 5	Cercanía a la competencia					
VC 6	Desarrollo conjunto de proyectos con la competencia					
VC 7	Proyecciones de la oferta turística					
VC 8	Proyecciones de la demanda turística					
PD 9	Gestión turística municipal en el cantón Montalvo					
PD 10	Participación en la elaboración del plan estratégico de turismo					
PD 11	Participación en la ejecución del plan estratégico de turismo					
PD 12	Participación en el control del plan estratégico de turismo					
PD 13	Participación en el seguimiento del plan estratégico de turismo					
PD 14	Innovación en sus procesos de producción					
PD 15	Valoración servicios versus costos					
RC 16	Rentabilidad					
RC 17	Apoyo del organismo público para desarrollar proyectos de mejora					
RC 18	Incentivos del sector público					
RC 19	Capacidad de inversión					
RC 20	Inclusión de materiales característicos de la zona en sus servicios					
RC 21	Inclusión de atributos estéticos en sus servicios y/o productos					
RC 22	Inclusión de atributos novedosos en sus servicios y/o productos					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5. Análisis, interpretación y discusión de resultados.

Se presenta a continuación los resultados de las encuestas. Aquellos resultados son presentados en tablas que demuestra la variable, frecuencia y porcentaje; cada tabla es acompañada de una figura con sus porcentajes y etiqueta de datos, finalmente se presenta un análisis e interpretación de los resultados.

5.1.1. Información general

5.1.2. Género

Tabla 1. *Género de los empresarios del sector turístico*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	22	55%
Femenino	18	45%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

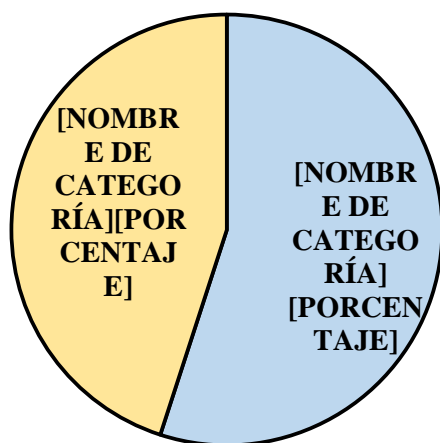


Figura 4. *Género de los empresarios del sector turístico*

El mayor porcentaje de emprendedores en el sector turístico corresponden al sexo masculino con el 55 %, por su parte el sexo femenino corresponde al 45%, aunque se presenta un porcentaje con un 5% de diferencia podemos concluir que la mayoría de emprendedores corresponde al género masculino los mismo que han buscado generar sus propios recursos por medio del emprendimiento pero no tan diferente es el caso de las mujeres que marcan un ente de transformación e independencia al llevar a cabo sus propios proyectos.

5.1.3. Edad

Tabla 2. Edad de los empresarios del sector turístico

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18– 25	0	0 %
26 – 30	0	0 %
31 – 35	10	25%
36 - 40	2	5%
41 a más	28	70%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

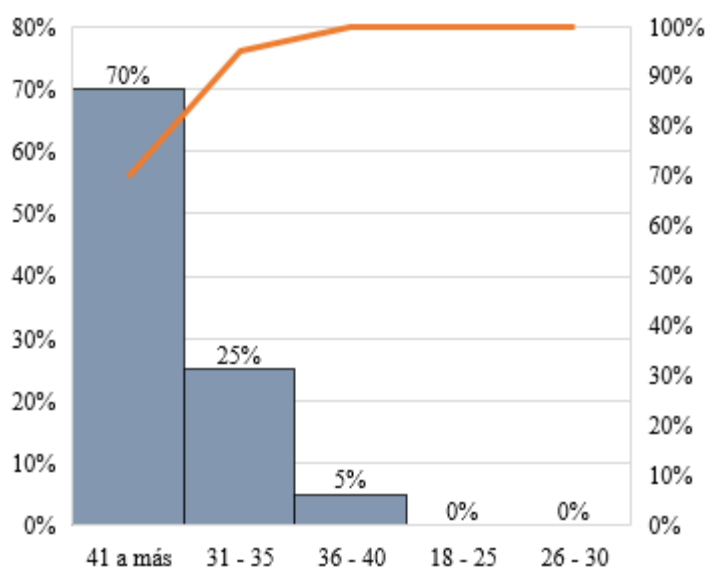


Figura 5. Edad

La edad promedio de encuestados va desde los 31 años en adelante notándose así que el 25% corresponde a una edad de 31 a 35 años que corresponde a adultos jóvenes, el 5% tiene una edad entre 36 a 40 años, y el 70% corresponde a 41 a más.

Los datos ponen de manifiesto que este grupo de personas se encuentra en una edad adecuada con la cual pueden producir, trabajar y desarrollar actividades muchos factores pueden corresponder a que el público joven no se encuentre inmerso en este grupo ya se por la experiencia, capacidades, habilidades o no cumplen con el perfil.

5.1.3.1. Grado de instrucción

Tabla 3. *Grado de instrucción*

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	5,0%
Secundaria	21	52,5%
Universitario	16	40,0%
Postgrado	1	2,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

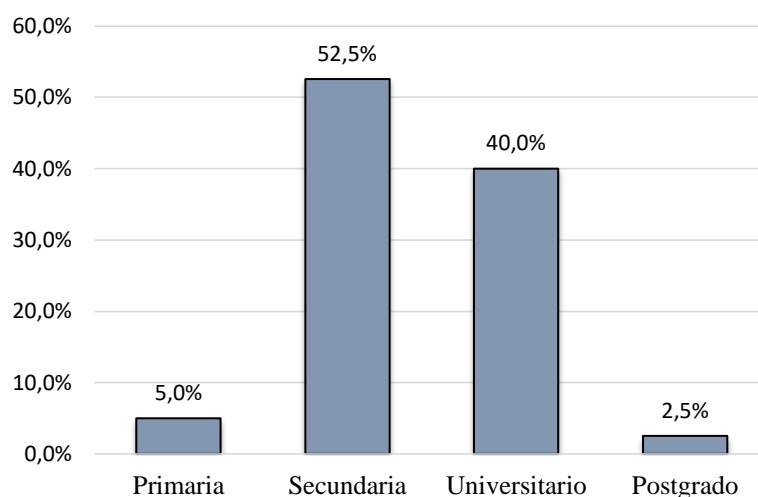


Figura 6. *Grado de instrucción*

En consecuencia, al grado de instrucción, el 5% culminó la primaria; el 52,5% culminó la secundaria, el 40% tiene instrucción universitaria y el 2,5% tiene formación de postgrado. Se concluye que el 100% de los encuestados tiene una instrucción primaria completa, el 95% secundaria completa y 42,5% tiene instrucción superior, lo que pone de manifiesto que el 42,5 % se encuentra calificado para desenvolverse en el ámbito laboral y aplicar procesos administrativos, es así como la educación se transforma en uno de los factores que más influye en el avance y progreso de personas y sociedades.

5.1.3.2. Responsabilidad en la organización.

Tabla 4. *Responsabilidad*

Responsabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Director	1	2,5%
Gerente	34	85,0%
Administrativo	4	10,0%
Auxiliar	1	2,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

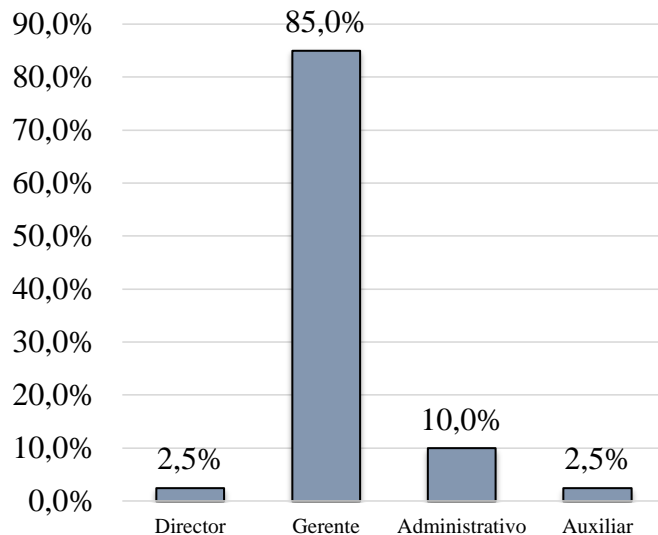


Figura 7. *Responsabilidad*

En consecuencia, a la responsabilidad que maneja cada encuestado en su sitio de trabajo, el 2,5 % se ubica en cumplir dotes de dirección; el 85% cumple el puesto de gerencia, el 10% tiene cargo administrativo y el 2,5% es auxiliar. Se concluye que el 100% de los encuestados tiene cargos administrativos que cumplir, el 87,5% ocupa un rango superior de jerarquía empresarial y 12,5% tiene un puesto jerárquico medio, lo que pone de manifiesto que el 87,5 % se encuentra desarrollando roles de jefes y de alto mando, estos roles del cual cada persona está encargada le permite a la empresa actuar de manera productiva y positiva en el entorno empresarial, su buen desempeño llevara a la misma a ser productivas y tener rentabilidad.

5.1.3.3. Tiempo en el cargo

Tabla 5. Tiempo en el cargo

Tiempo en el cargo	Frecuencia	Porcentaje
Menor a un año	3	7,5%
1 - 3	11	27,5%
4 - 6	19	47,5%
6 - 8	7	17,5%
8 -10	0	0 %
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

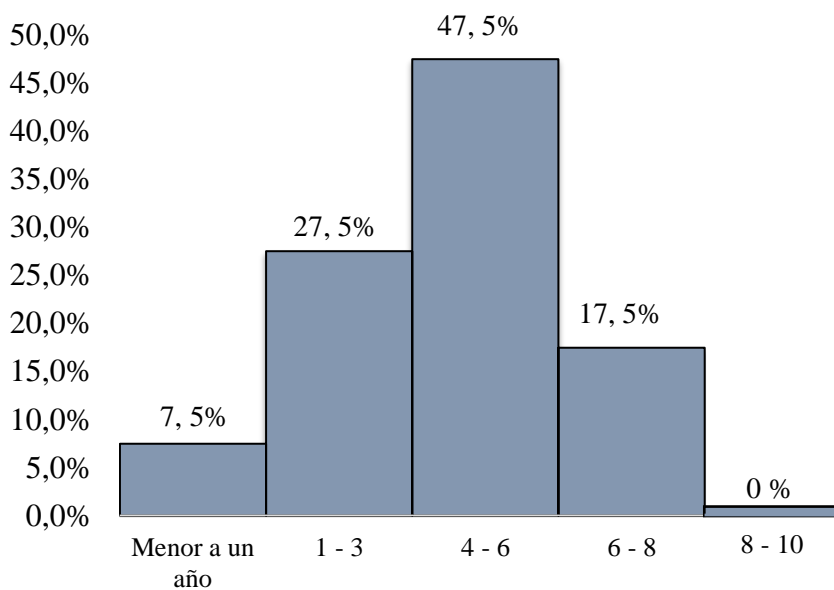


Figura 8. Tiempo en el cargo

A respecto al tiempo de cargo en su sitio de trabajo, el 7,5 % manifiesta que ha laborado menos de un año; el 27,5% a una escala de 1 a 3 años, el 47,5 % de 4 a 6 años y el 17,5% pasa los 6 años. Se concluye que del 100% un 92,5 han laborado en su cargo más de un año lo que manifiesta estabilidad laboral y recursos de la empresa bien invertidos para su inserción laboral.

Conservar a los empleados en la empresa es sinónimo de estabilidad laboral la misma que es esencial en proyectos que requieren plazos largos de tiempos ya que por su experiencia y conocimientos de procesos empresariales a su vez favorece las políticas de formación dentro de la empresa.

5.1.4. Variable independiente: Planificación

5.1.4.1. La Unidad de Turismo cuenta con un plan estratégico de turismo

Tabla 6. *Plan estratégico*

Plan estratégico	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	7,5%
No conoce	37	92,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

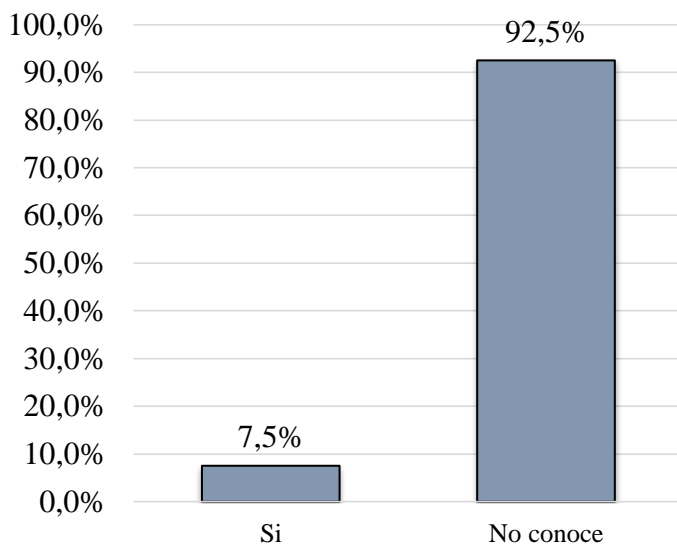


Figura 9. *Plan estratégico*

Con la recaudación de la información determinamos que en un 92,5% de personas encuestadas no conoce de la existencia de un plan estratégico para la actividad siendo este grupo de personas los empresarios turísticos, consecuentemente el 7,5% que corresponde a los 3 trabajadores de la Unidad de Turismo manifiesta que si existe el mencionado plan estratégico del turismo al contrastar estos dos porcentajes concluimos que existe un plan estratégico pero es desconocido para el sector turístico por lo que demuestra una falla en la comunicación y ejecución de los proyectos y programas descritos en el plan.

5.1.5. Procesos

5.1.5.1. Acciones realizadas en conjunto a trabajadores para la elaboración del plan estratégico

Tabla 7. *Elaboración en el Plan Estratégico de Turismo*

Elaboración	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	12	30,0%
Malo	23	57,5%
Regular	2	5,0%
Muy bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

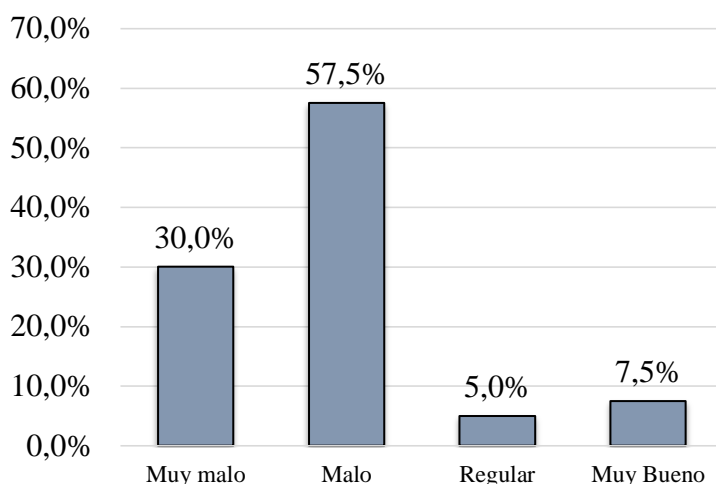


Figura 10. *Elaboración en el Plan Estratégico de Turismo*

En cuanto al enunciado acciones realizadas en conjunto para la elaboración del plan estratégico del turismo en 30 % manifiesta que el trabajo en conjunto es muy malo; el 57,5% manifiesta que el trabajo en conjunto es malo, el 5% manifiesta que el trabajo en conjunto es regular y el 7,5% manifiesta que el trabajo en conjunto es muy bueno. Concluimos que del 100% de los encuestados, el 87,5% tiene una percepción negativa y no han participado en la elaboración del plan.

La elaboración en conjunto del plan ayuda a los involucrados a la sinergia para la obtención de objetivos, ayuda a los líderes de la organización a cumplir metas.

5.1.5.2. Participación de entidades públicas en acciones del Plan estratégico

Tabla 8. *Participación entidades públicas*

Participación entidades públicas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	14	35,0%
Malo	20	50,0%
Regular	3	7,5%
Muy bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

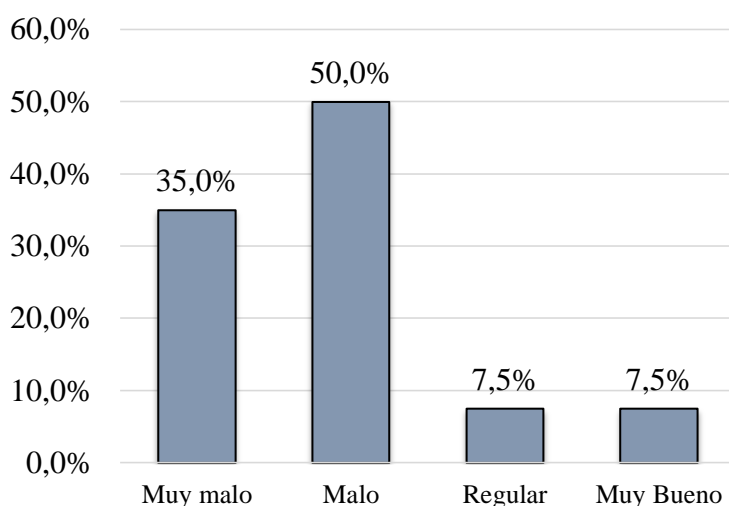


Figura 11. *Participación entidades públicas*

Los resultados de las encuestas aplicadas en cuanto a la participación de entidades públicas en acciones del plan estratégico del turismo un 35 % manifiesta que la participación es muy mala; el 50 % manifiesta que es malo, el 7,5 % es regular y el 7,5% muy bueno. Al respecto a estas respuestas vertidas se concluye que del 100% de los encuestados, el 85% tiene una percepción negativa con respecto al enunciado.

La participación de las entidades públicas en el desarrollo de la planificación estratégica ayuda a que sea eficaz y eficiente marcando todos los ejes de acción enfocando proyectos y programas para beneficio del cantón, así como apoyo financiero.

5.1.5.3. Aplicación de métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el registro del flujo turístico

Tabla 9. *Flujo turístico*

Flujo turístico	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	14	35,0%
Malo	23	57,5%
Regular	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

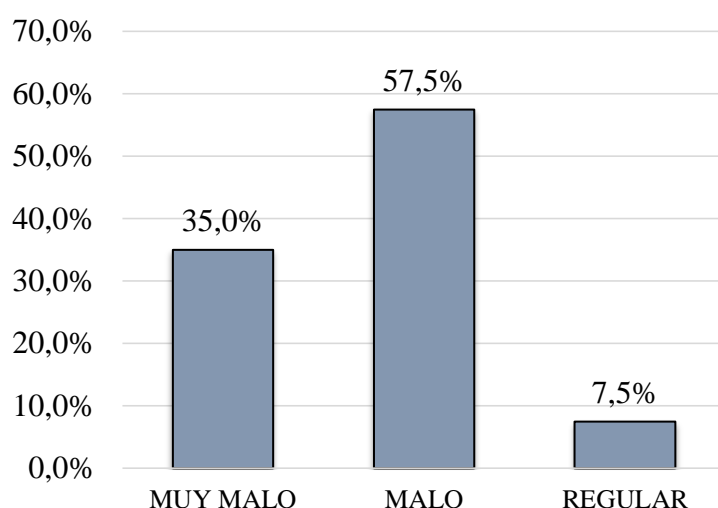


Figura 12. *Flujo turístico*

En el ítem aplicación de métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el registro del flujo turístico los resultados se manifiestan en un 35 % manifiesta que la aplicación de estos métodos y herramientas es muy mala; el 57,5 % manifiesta que la aplicación es mala y el 7,5 % que su aplicación es regular concluyendo que del 100% el 92,5 % tiene una apreciación negativa y no aplica métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el registro del flujo turístico.

La aplicación de estos recursos se convierte en un punto fuerte ya que tener estos datos para lo posterior ayudaran a entender el crecimiento y desarrollo de la actividad.

5.1.5.4. Aplicación de métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el análisis del perfil del turista

Tabla 10. *Perfil del turista*

Perfil del turista	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	13	32,5%
Malo	18	45,0%
Regular	9	22,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

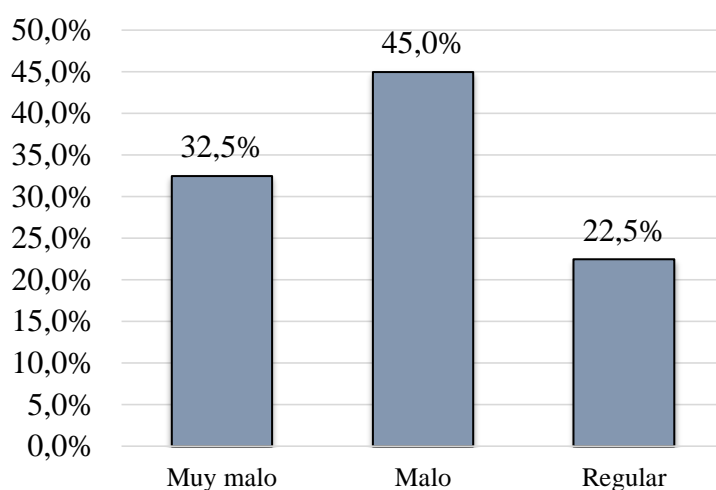


Figura 13. *Perfil del turista*

En relación a la aplicación de métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el análisis del perfil del turista los resultados se manifiestan en un 32,5 % manifiesta que es muy malo la aplicación de métodos para el perfil del turista; el 45 % ve como malo la aplicación de estos y el 22,5 % como la aplicación regular se concluye que del 100% de los encuestados, el 77,5 % no aplica o no es factible los métodos, herramientas y técnicas estadísticas para el análisis del perfil del turista.

Conocer el perfil del cliente se convierte en un gran paso para adelantarnos a los hechos el turista como cliente siempre va a querer productos y servicios nuevos, así como como otras características ya sea de edad, género, actividades favoritas entre otros.

5.1.5.5. Evaluación de los programas del plan estratégico

Tabla 11. *Programas del Plan Estratégico de Turismo*

Programas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	10	25,0%
Malo	27	67,5%
Regular	3	7,50%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

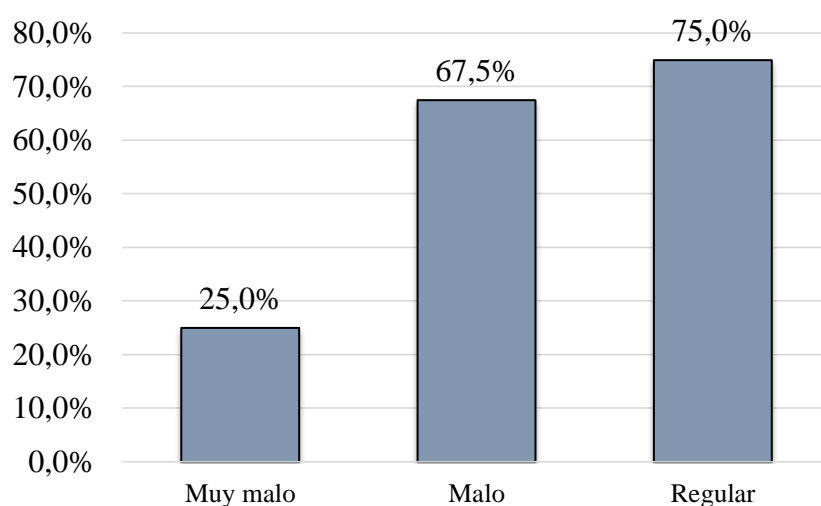


Figura 14. *Programas del Plan Estratégico de Turismo*

En relación a la evaluación de los programas del plan estratégico dieron como resultado en un 25 % manifiesta que es muy malo; el 67,5 % malo y el 7,5 % regular se concluye que del 100% de los encuestados, el 92,5 % no ha participado en las evaluaciones de los programas suscritos en el Plan estratégico de turismo.

La aplicación de evaluaciones permite el análisis de los procesos, verificar si las actividades se cumplen y si los programas son factibles y sus objetivos son ejecutados, es por eso de gran importancia la unión de actores y agentes del turismo en la evaluación de las mismas ya que de ellos también corresponde su ejecución.

5.1.5.6. Evaluación de proyectos del plan estratégico

Tabla 12. *Evaluación proyectos*

Proyectos	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	10	25,0%
Malo	30	75,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

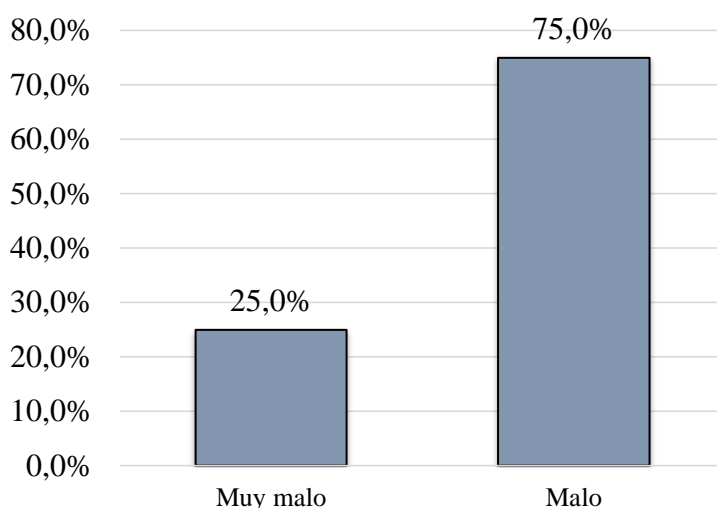


Figura 15. *Evaluación proyectos*

En relación a la evaluación de los proyectos del plan estratégico dieron como resultado en un 25 % manifiesta que es muy malo y el 75 % malo se concluye que del 100% de los encuestados no ha participado en las evaluaciones de los proyectos manifestados en el Plan Estratégico de Turismo.

La aplicación de evaluaciones permite el análisis de los procesos, verificar si las actividades se cumplen y si los proyectos son factibles y sus objetivos son ejecutados, por ende, si son medibles y comprobables es por eso de gran importancia la unión de actores y agentes del turismo en la evaluación de las mismas ya que de ellos también corresponde su ejecución.

5.1.6. Organización

5.1.6.1. El plan estratégico considera información de atractivos naturales

Tabla 13. *Información atractivos naturales*

Atractivos naturales	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	10	25,0%
Malo	27	67,5%
Muy bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

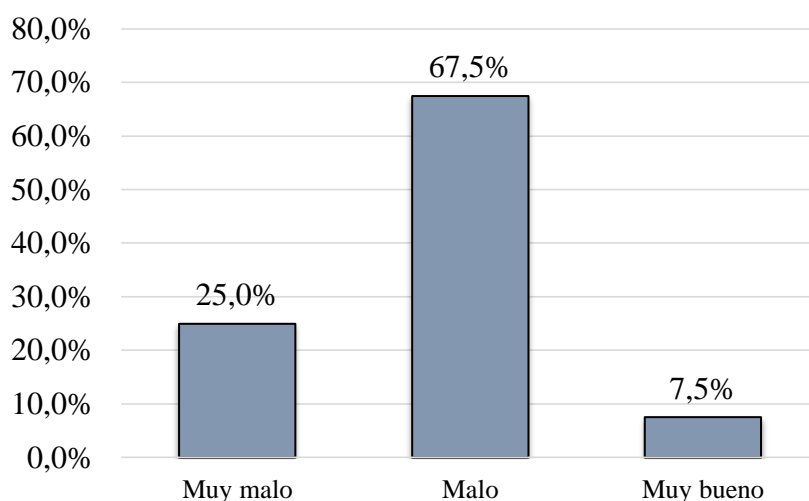


Figura 16. *Información atractivos naturales*

Con respecto a la consideración de información de atractivos naturales en el plan estratégico se presenta en un 25 % muy malo; el 67,5 % malo y el 7,5 % bueno concluyendo que en un 92,5 % no se considera o no conoce la existencia de información de atractivos naturales.

La planificación estratégica debe considerar y vincular los atractivos naturales en sus programas y proyectos ya que en este se fomenta su desarrollo y acoplamiento a productos nuevos que puedan generarse.

5.1.6.2. El plan estratégico considera información de atractivos culturales materiales e inmateriales

Tabla 14. *Información atractivos culturales*

Atractivos culturales	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	10	25,0%
Malo	26	65,0%
Regular	1	2,5%
Muy bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

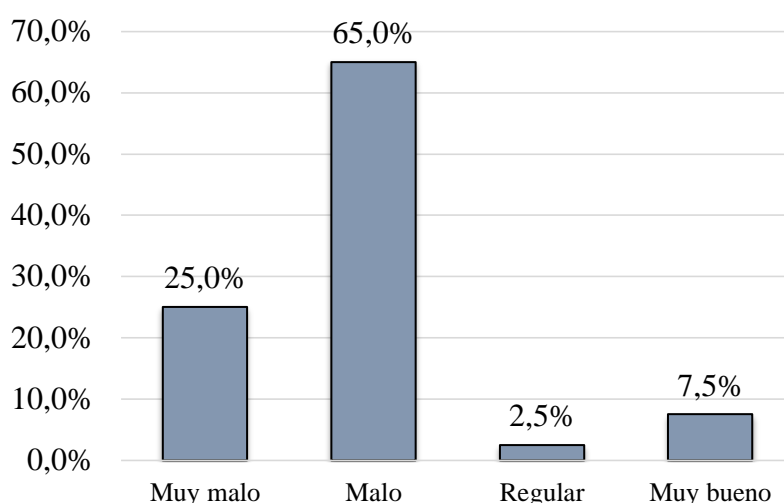


Figura 17. *Información atractivos culturales*

Con respecto a la consideración de información de atractivos culturales materiales e inmateriales un 25 % muy malo; el 65 % malo, el 2,5 regular y el 7,5 % muy bueno concluyendo que en un 90 % no se considera o no conoce de información de atractivos culturales.

Al elaborar una planificación estratégica debe considerar y vincular los atractivos culturales y su clasificación en sus programas y proyectos ya que en este se fomenta su desarrollo y acoplamiento a productos nuevos que puedan generarse.

5.1.6.3. El plan estratégico considera las actividades turísticas

Tabla 15. *Actividades turísticas*

Actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	10	25,0%
Malo	26	65,0%
Regular	1	2,5%
Muy bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

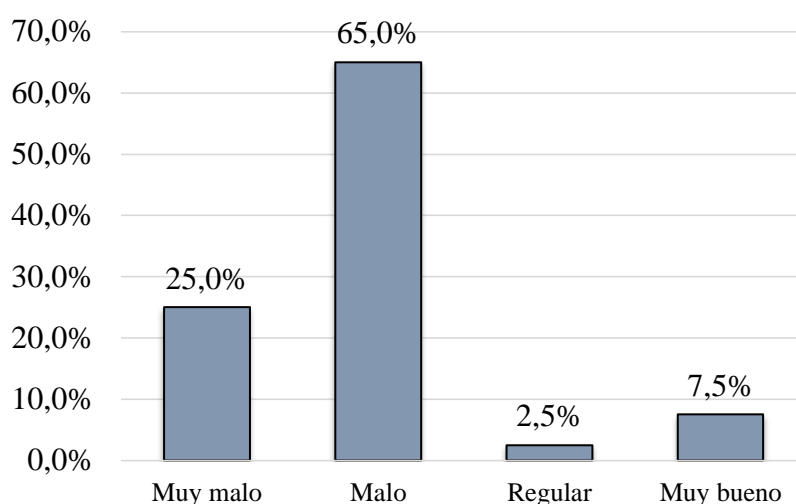


Figura 18. *Actividades turísticas*

Con respecto a la consideración de actividades turísticas un 25 % muy malo; el 65 % malo, el 2,5 regular y el 7,5 % muy bueno concluyendo que en un 90 % no se considera o no conoce las actividades turísticas dispuestas en el Plan Estratégico de Turismo.

Es conveniente articular al plan estratégico de turismo actividades turísticas, así como desarrollar nuevas ideas a ejecutarse, el plan estratégico servirá para responder incertidumbres, por lo cual debe incluir las actividades los cual resulta conveniente considerar la singularidad del atractivo.

5.1.6.4. El plan estratégico considera los servicios y facilidades turísticas

Tabla 16. *Servicios y facilidades turísticas*

Servicios y facilidades turísticas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	11	27,5%
Malo	25	62,5%
Regular	1	2,5%
Muy bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

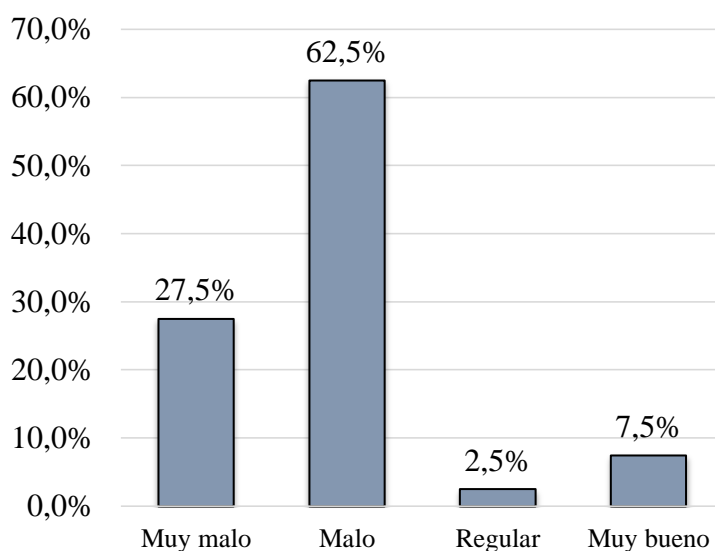


Figura 19. *Servicios y facilidades turísticas*

Con respecto a la consideración de servicios y facilidades turísticas en el plan estratégico de turismo un 27,5 % muy malo; el 62,5 % malo, el 2,5 regular y el 7,5 % muy bueno del total de 100% en un 93 % no se considera o no conoce los servicios y facilidades turísticas dispuestos en el plan estratégico de turismo.

El Plan Estratégico debe vincular servicios y facilidades turísticas ya que estos constituyen una parte primordial para el turista al momento de visitar un destino, el involucramiento de los servicios y facilidades turísticas debe tener un enfoque progresista y de mejora continua.

5.1.6.5. El plan estratégico considera la información de corredores turísticos

Tabla 17. Información corredores

Corredores turísticos	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	11	27,5%
Malo	25	62,5%
Regular	1	2,5%
Bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

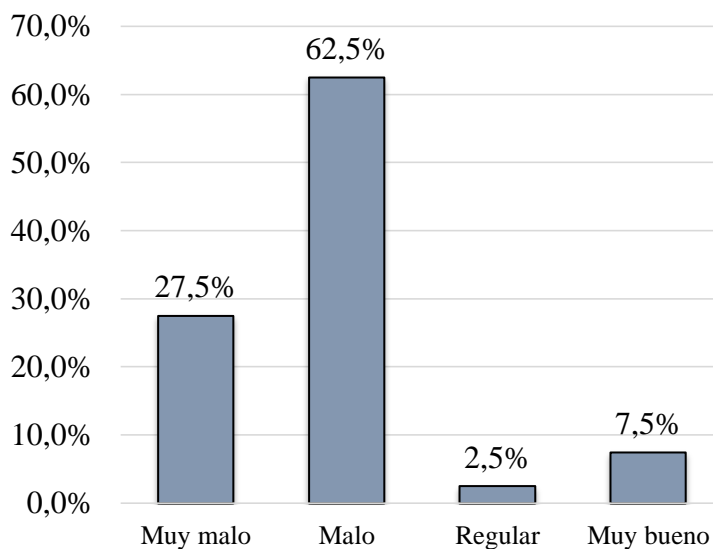


Figura 20. Información corredores

Mediante el levantamiento de información sobre consideración de información de corredores en el plan estratégico un 27,5% considera que es muy malo, 62,5% malo, 2,5% regular y un 7,5% bueno. Se concluye que en un 90 % de personas encuestadas no conoce que el plan estratégico considera información de corredores turísticos, consecuentemente el 7,5% que corresponde a los 3 trabajadores de la Unidad de Turismo manifiesta que, si existe y se considera esta información, por lo tanto, podemos manifestar una falla en la comunicación y entrega de información hacia los empresarios del sector turístico.

5.1.6.6. Planificación estratégica del turismo relacionada con los Objetivos del Desarrollo Sostenible

Tabla 18. *Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible*

Objetivos de desarrollo sostenible	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	11	27,5%
Malo	25	62,5%
Regular	4	10,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

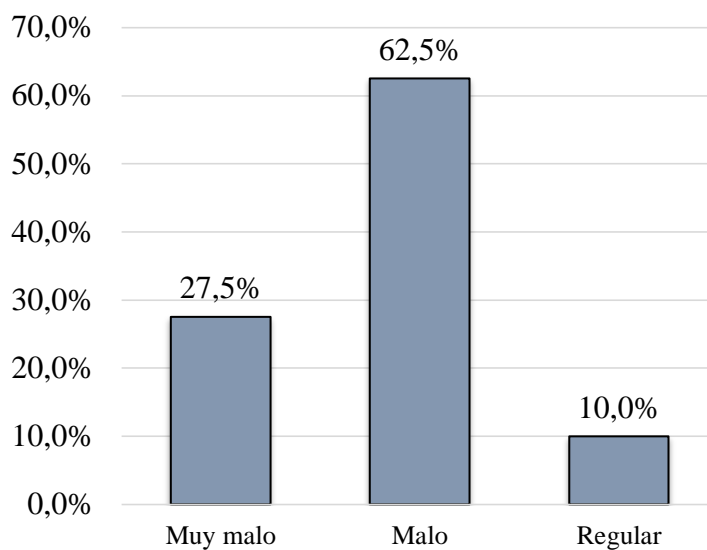


Figura 21. *Relación con Objetivos del Desarrollo Sostenible*

Mediante el levantamiento de información se determina que la planificación estratégica del turismo se relaciona con los objetivos de desarrollo sostenible en un 27,5 % de personas encuestadas plantea que es muy mala, un 62,5% malo y el 10% regular, se concluye que de un 100% el 90% un porcentaje negativo mayoritario la planificación no presenta relación con los Objetivos del Desarrollo Sostenible.

Los Objetivos del Desarrollo Sostenible representan una guía de enfoque y cumplimiento de metas que permite a una organización identificar si su impacto social, económico y ambiental tiene un aporte significativo en la sociedad a consecuencia de fortalecer su entorno actual y relacionarse con los grupos focales de interés.

5.1.6.7. Planificación estratégica del turismo en concordancia con Plandetur 2020

Tabla 19. Concordancia con Plandetur 2020

Concordancia con Plandetur 2020	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	15	37,5%
Malo	23	57,5%
Regular	2	5,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

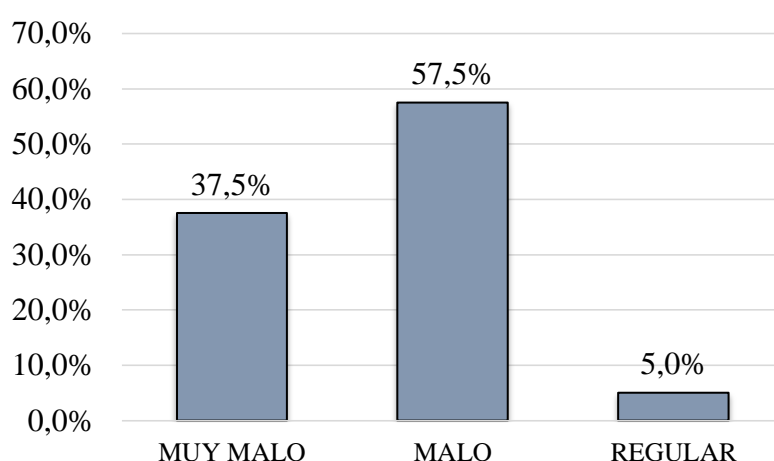


Figura 22. Concordancia con Plandetur 2020

En consecuencia, al enunciado de concordancia de la planificación estratégica del turismo con el Plandetur 2020, el 37,5% señala que es muy malo; el 57,5% malo, y el 5% menciona que su concordancia es regular en consecuencia la mayoría de los encuestados manifiesta una escala de negatividad en la concordancia del Plandetur 2020 con el Plan Estratégico de Turismo por lo que podríamos mencionar que el mismo no cumpliría sus funciones y objetivos.

Tomando en cuenta que el Plandetur 2020 se transforma en el documento base para generar y establecer planes estratégicos de turismo podemos manifestar que el presente no encontrara concordancia ni apoyo ya que el mismo debe alinearse a las líneas de acción y a los diversos programas establecidos y relacionar sus objetivos.

5.1.6.8. Financiamiento del plan estratégico de turismo

Tabla 20. *Financiamiento*

Financiamiento	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	14	35,0%
Malo	24	60,0%
Regular	2	5,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

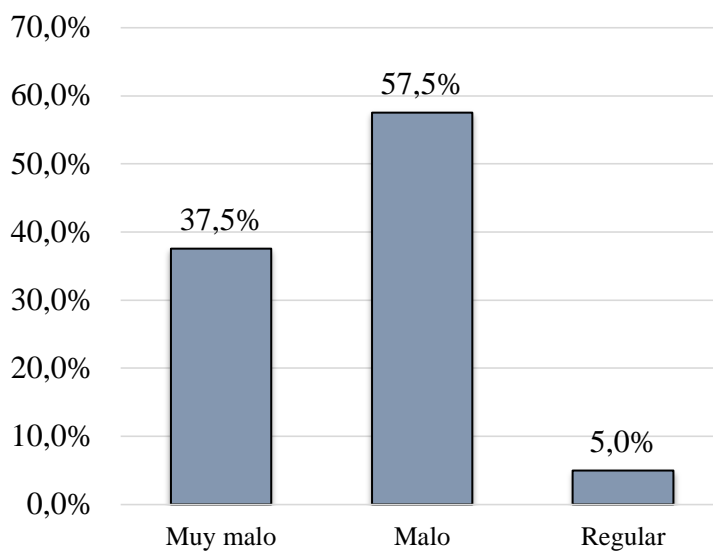


Figura 23. *Financiamiento*

En consecuencia, al enunciado de financiamiento del plan estratégico del turismo el 35% señala que es muy malo; el 60% malo, y el 5% menciona que es regular en consecuencia la mayoría de los encuestados en un 95% manifiesta una escala de negatividad en el financiamiento del Plan Estratégico de Turismo por lo que podríamos relacionar a los enunciados anteriores y siguientes en cuanto al desarrollo de proyectos así mismo como su ejecución.

El financiamiento se presenta como punto de crecimiento y desarrollo, ya que es un medio para desarrollar y cumplir objetivos sean estos de corto o largo plazo, el financiamiento no solo representa su crecimiento sino su perduración en los mercados, ahí se refleja la importancia de los recursos financieros para poner en marcha proyectos de inversión.

5.1.7. Objetivos

5.1.7.1. Participación de entidades privadas en acciones del plan estratégico

Tabla 21. *Participación de entidades privadas*

Participación de entidades privadas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	12	30,0%
Malo	26	65,0%
Regular	2	5,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

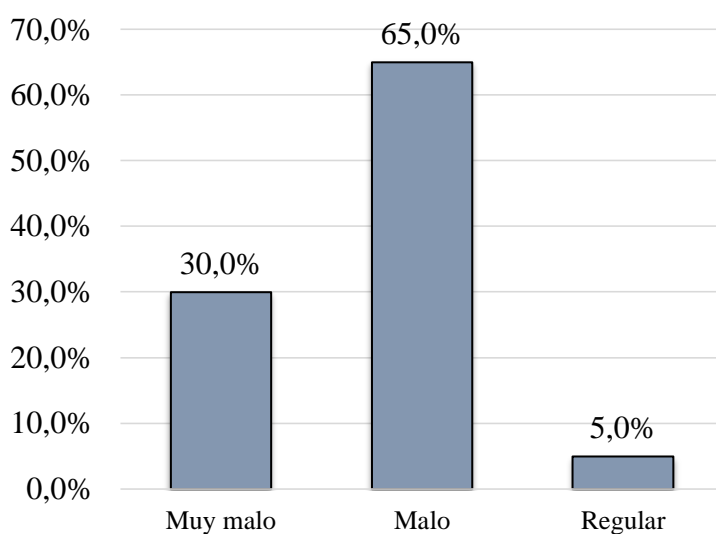


Figura 24. *Participación de entidades privadas*

Con respecto a la participación de entidades privadas en acciones del plan estratégico el 30% señala que es muy malo; el 65% malo, y el 5% menciona que es regular a través de esta información se concluye que en un 95% sobre el 100% en una escala de negatividad los encuestados que en su mayoría son entidades privadas y representan un factor determinante para llevar a cabo el Plan Estratégico de Turismo no han sido participes en acciones del mismo.

La participación de las entidades privadas en el desarrollo de la planificación estratégica ayuda a que se promulgue la información a desarrollar estrategias efectivas en conjunto y marcando todos los ejes de acción enfocando proyectos y programas para beneficio del cantón, así como apoyo financiero.

5.1.7.2. Participación de la ciudadanía en acciones del plan estratégico

Tabla 22. *Participación de la ciudadanía*

Participación de la ciudadanía	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	13	32,5%
Malo	25	62,5%
Regular	2	5,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

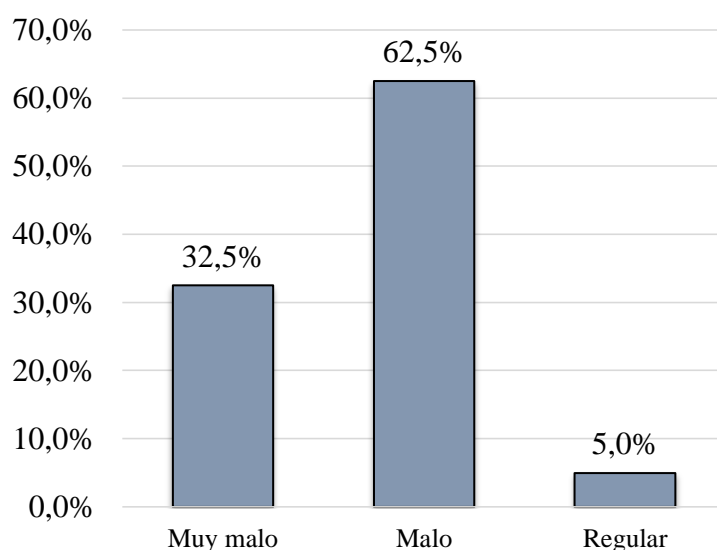


Figura 25. *Participación de la ciudadanía.*

Con respecto a la participación de la ciudadanía en acciones del plan estratégico el 32,5 % señala que es muy malo; el 62,5% malo, y el 5% menciona que es regular a través de esta información se concluye que en un 95% del 100% con respuestas negativas manifiestan que no participan en acciones programadas o estipuladas en el plan estratégico del turismo.

La participación ciudadana es esencial en la planificación para un desarrollo eficaz, ya que mejora la calidad de la formulación de planes de acción, se establece una comunicación directa y podría mencionar que mejora en un gran porcentaje su cumplimiento.

5.1.7.3. Claridad de la misión y visión de la organización

Tabla 23. *Misión y visión de la organización*

Misión y visión	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	13	32,5%
Malo	22	55,0%
Regular	2	5,0%
Bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

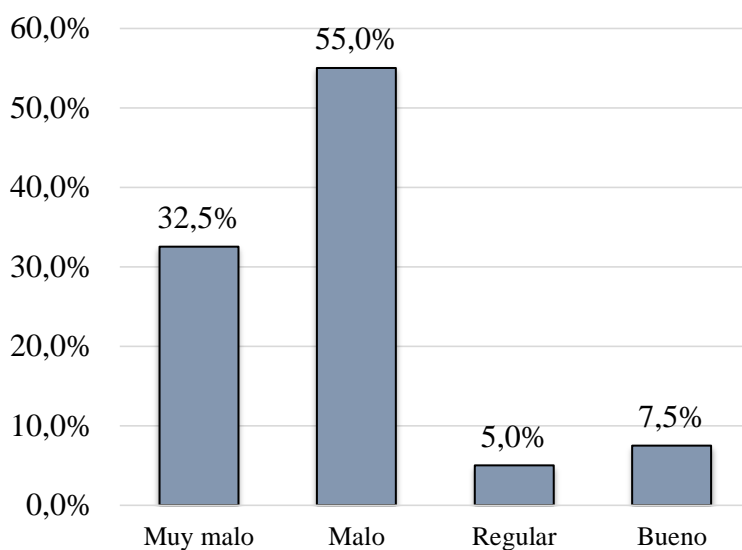


Figura 26. *Misión y visión de la organización*

De acuerdo al enunciado claridad de la misión y visión de la organización se presenta el 32,5% señala que es muy malo; el 55% malo, el 5% menciona que es regular mientras que el 7,5% corresponde a bueno. De un 100% existe una negatividad del 87,5% por lo cual concluimos que se desconoce o no presenta un enfoque adecuado la misión y la visión de la organización en este caso la Unidad de Turismo.

Toda organización, debe establecer su misión clara y una visión estratega para alcanzar su éxito esperado, estos dos factores constituyen pilares estratégicos y que por ende representan una diferenciación ante su competencia, representa el punto de partida y por lo tanto agentes y actores del turismo deben tener siempre en mira.

5.1.7.4. Objetivos claramente definidos

Tabla 24. *Objetivos*

Objetivos definidos	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	12	30,0%
Malo	20	50,0%
Regular	5	12,5%
Muy bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

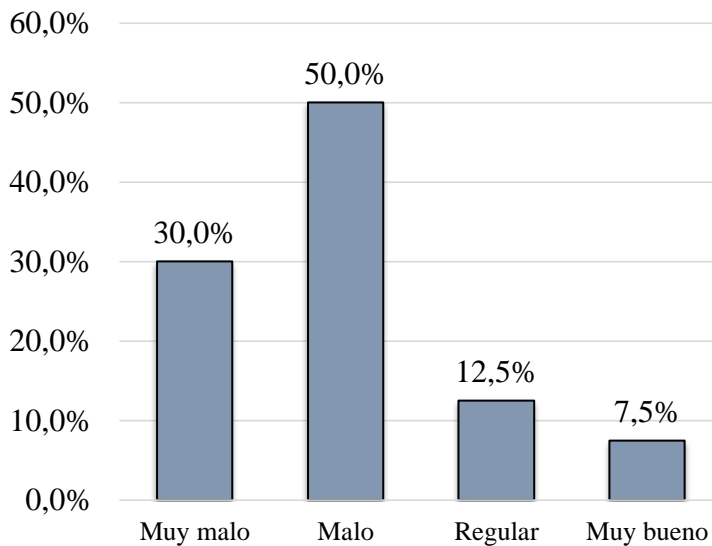


Figura 27. *Objetivos*

De acuerdo al enunciado objetivos claramente definidos se presenta el 30% señala que es muy malo; el 50% malo, el 12,5% menciona que es regular mientras que el 7,5% corresponde a muy bueno. De un 100% existe una negatividad del 80 % por lo cual relacionado a la claridad de la misión y la visión hay una similitud que se desconoce o no presenta un enfoque adecuado para el cumplimiento del mismo.

El establecer objetivos marca las acciones a largo, mediano y corto plazo, su importancia radica en las pautas de ordenamiento que estas establecer para saber cómo laborar o actuar, del buen establecimiento de los objetivos dependerá la buena ejecución y puesta en marcha de procesos.

5.1.7.5. Nivel de impacto del plan estratégico de turismo

Tabla 25. Nivel de impacto

Nivel de impacto	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	10	25,0%
Malo	25	62,5%
Regular	2	5,0%
Bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

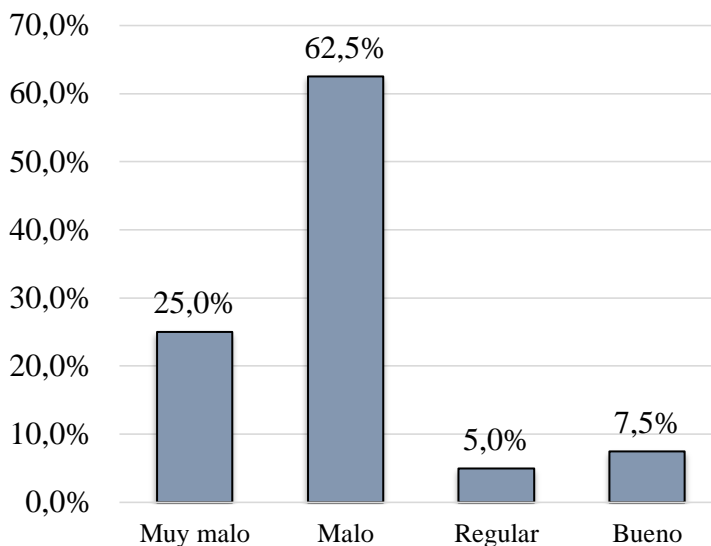


Figura 28. Nivel de impacto

El nivel de impacto del plan estratégico de turismo representado en porcentajes corresponde al 25% señala que es muy malo; el 62,5% malo, el 5% menciona que es regular mientras que el 7,5% corresponde a bueno. De un 100% existe una negatividad del 87,5 % por los que se concluye que este porcentaje no se ha visto beneficiado por el plan estratégico en curso.

El plan estratégico debe influir en todo el entorno turístico beneficiando no solo a un sector o actividad si no que debe integrar todos los factores.

5.1.7.6. Cumplimiento de metas

Tabla 26.Metas

Metas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	10	25,0%
Malo	25	62,5%
Regular	2	5,0%
Bueno	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

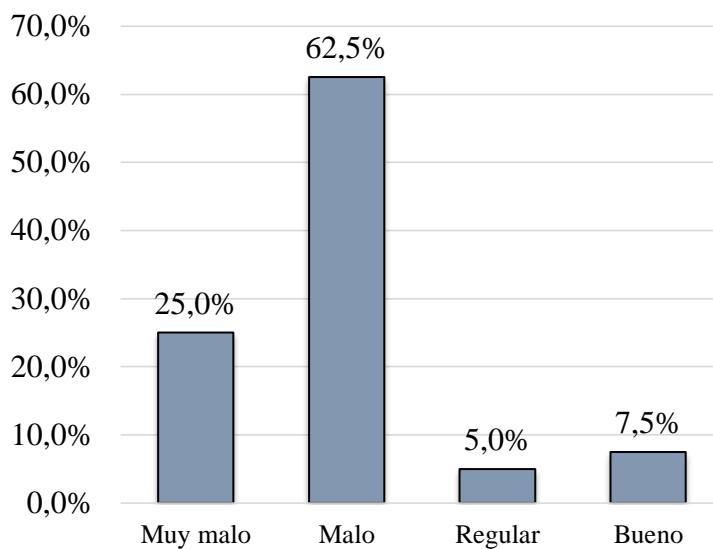


Figura 29.Metas

De acuerdo al enunciado cumplimiento de metas se presenta el 25% señala que es muy malo; el 62,5% malo, el 5% menciona que es regular mientras que el 7,5% corresponde a bueno. De un 100% existe una negatividad del 87,5 % por lo cual relacionado al cumplimiento de objetivos hay una similitud que se desconoce o no presenta un enfoque adecuado.

El cumplimiento de metas no se ha llevado a cabo en el entorno turístico lo mismo que ligado a los objetivos se denota una falla en su establecimiento.

5.1.7.7. Cumplimiento del plan estratégico

Tabla 27. *Cumplimiento Plan Estratégico de Turismo*

Cumplimiento del plan estratégico	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	15	37,5%
Malo	12	30,0%
Regular	13	32,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

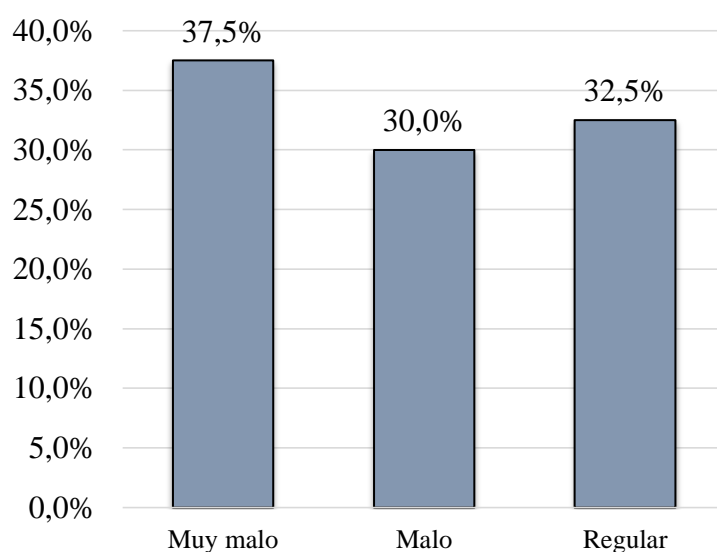


Figura 30. *Cumplimiento Plan Estratégico de Turismo*

En concordancia con los enunciados anteriores se planteó el ítem cumplimiento de plan estratégico de turismo los cuales dieron como resultado los siguientes datos el 37,5 % señala que es muy malo; el 30% malo y el 32,5% menciona que es regular concluimos mediante estos porcentajes que existe un 100% de negatividad por la tanto el cumplimiento del plan no se ha llevado a cabo.

Según los resultados el plan estratégico no ha sido cumplido en su totalidad recordemos que el plan estratégico es un instrumento donde se plasma un camino a seguir el parcial cumplimiento del mismo no brindara los resultados esperados.

5.1.7.8. Desarrollo del turismo en Montalvo

Tabla 28. *Desarrollo del turismo*

Desarrollo del turismo	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	4	10,0%
Malo	6	15,0%
Regular	12	30,0%
Bueno	10	25,0%
Muy bueno	8	20,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

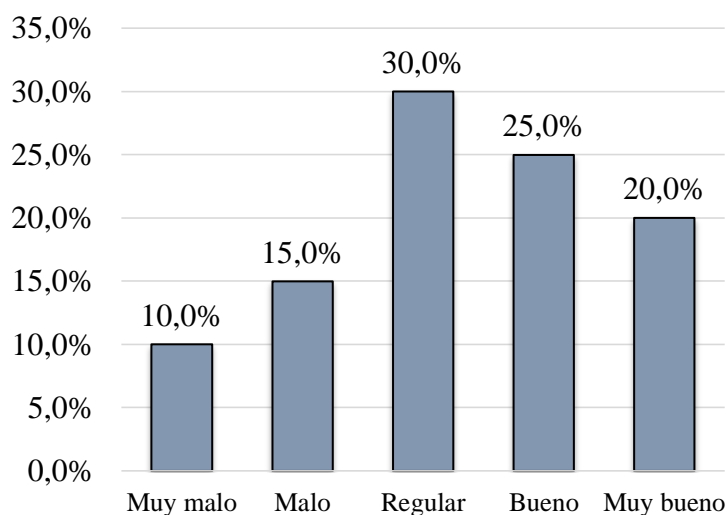


Figura 31. Desarrollo del turismo

En cuanto al desarrollo del turismo en Montalvo dieron como resultado los siguientes datos el 10 % señala que es muy malo; el 15% malo, 30 % regular, el 25% bueno y el 20% menciona que es muy bueno, del 100% un 25% es un porcentaje negativo del cual los encuestados no perciben un desarrollo mientras que el 45% manifiesta que existe un buen desarrollo.

El desarrollo del turismo en el cantón Montalvo se encuentra en avances y presenta un crecimiento continuo contrastando con la no aplicación del plan estratégico, podemos manifestar que su desarrollo se encuentra ligado al sector privado los cuales han desarrollado sus propias estrategias para impulsar el turismo.

5.1.7.9. Población apta para la incursión turística

Tabla 29. *Incursión turística*

Incursión turística	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	8	20,0%
Malo	9	22,5%
Regular	13	32,5%
Bueno	10	25,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

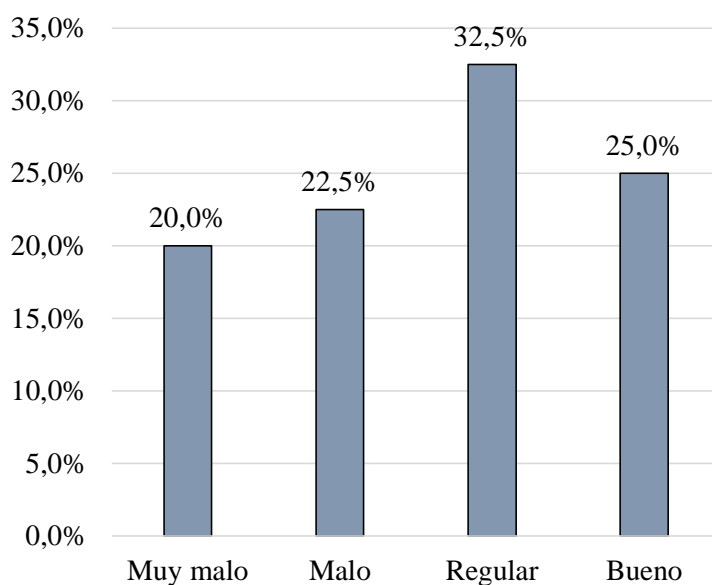


Figura 32. *Incursión turística*

Al respecto de la incursión turística se presenta el 20% señala que es muy malo; el 22,5% malo, el 32,5% menciona que es regular mientras que el 25% corresponde a bueno. De un 100% existe una negatividad del 42,5 % y una positividad del 57,5 siendo mayor el último porcentaje la población se considera estar apto para desarrollar nuevos proyectos.

Ligado al desarrollo del turismo, aunque han logrado un alto índice de crecimiento la población no se considera apta para incursionar totalmente en la actividad turística, lo que podríamos establecer programas de capacitaciones y emprendimientos.

5.1.8. Variable dependiente: Gestión

5.1.9. Ventaja competitiva

5.1.9.1. Considera Ud. Que sus productos y/o servicios son innovadores

Tabla 30. *Productos innovadores*

Productos innovadores	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	7,5%
Regular	23	57,5%
Bueno	14	35,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

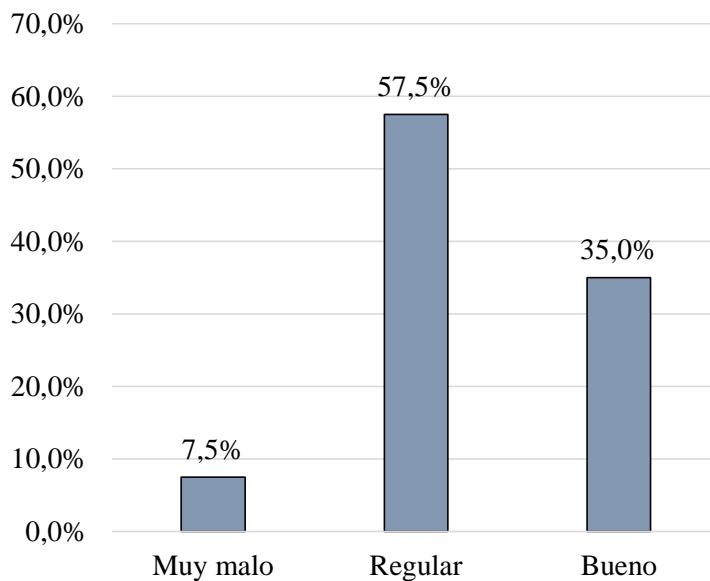


Figura 33. *Productos innovadores*

En consecuencia, al enunciado con respecto a productos innovadores se presenta el 7,5% señala que es muy malo; el 57,5% regular y el 35% menciona que es bueno. De un 100% el 57,5 está en un rango medio lo que se puede descifrar que la población no ha considerado actualizar sus servicios y/o productos.

La innovación es un punto a favor ante los competidores la misma permite corregir fallas situadas en el entorno de mercado el proceso de innovación no solo corresponde a una empresa sino al conjunto de estos implica la cooperación, la rentabilidad, pero sin lugar a dudas la innovación mostrara beneficios en pro de la productividad.

5.1.9.2. Capacitación turística para el personal

Tabla 31. *Capacitación Turística*

Capacitación turística	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	7,5%
Malo	3	7,5%
Regular	3	7,5%
Bueno	10	25,0%
Muy bueno	21	52,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

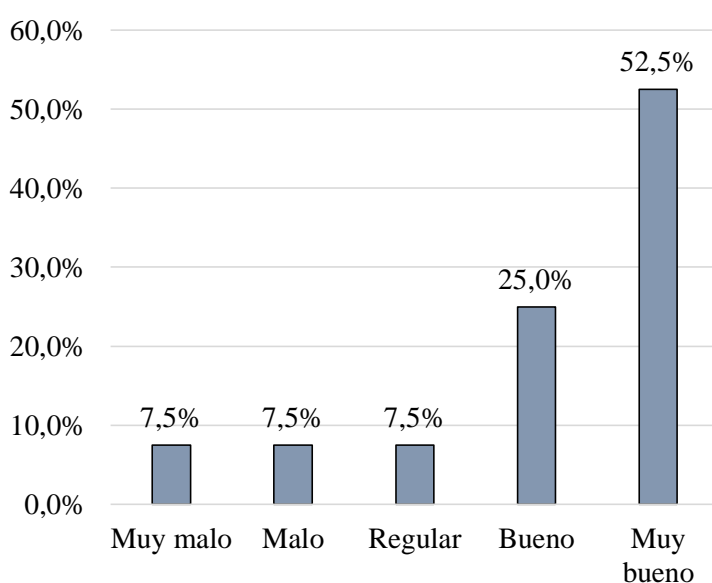


Figura 34. *Capacitación turística*

En consecuencia, al enunciado capacitación turística se presenta el 7,5% señala que es muy malo; el 7,5% lo califica como malo, 7,5% regular, 25% bueno y el 52,5 % menciona que es muy bueno. De un 100% solo el 15% tiene una percepción negativa en cuanto a capacitaciones y en un alto porcentaje considera que es positivo.

Las capacitaciones al personal demuestran la capacidad empresarial de crecimiento ya que no solo busca fines económicos sino un crecimiento de sus clientes tanto interno como externo, así como su mantenimiento, las capacitaciones deben verse desde el punto de inversión más no de gastos.

5.1.9.3. Conocimientos de especialización en el ámbito turístico

Tabla 32. *Especialización turística*

Especialización turística	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	7,5%
Malo	3	7,5%
Regular	4	10,0%
Bueno	14	35,0%
Muy bueno	16	40,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

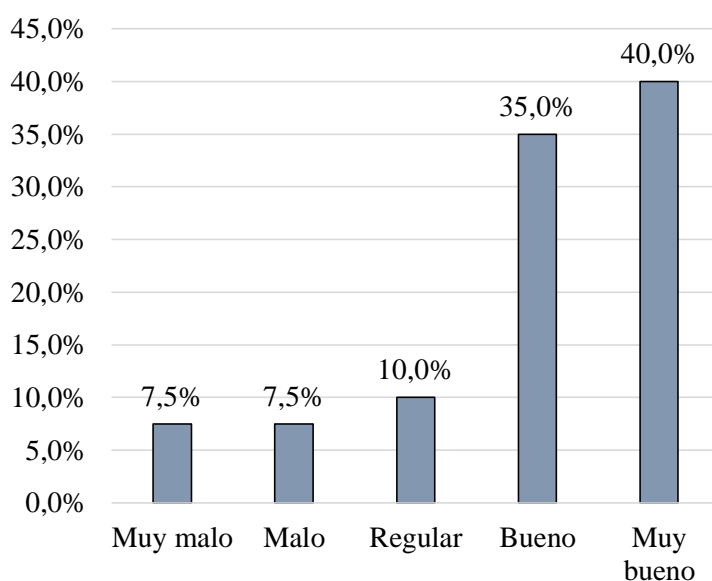


Figura 35. *Especialización turística*

Con respecto a conocimientos de especialización turística se presenta el 7,5% señala que es muy malo; el 7,5% lo califica como malo, 10 % regular, 35% bueno y el 40 % menciona que es muy bueno. De un 100% solo el 15% tiene una percepción negativa en cuanto a especialización turística y en un alto porcentaje considera que es positivo.

En un gran porcentaje la población se encuentra capacitada por ello se ve mejoras en el desarrollo del turismo lo cual hace rentable a el sector se debe potenciar y mantener y articular a todos los actores para que las estadísticas suban.

5.1.9.4. Nivel de participación en el mercado turístico

Tabla 33. Mercado turístico

Mercado turístico	Frecuencia	Porcentaje
N/r	1	2,5%
Muy malo	3	7,5%
Regular	22	55,0%
Bueno	3	7,5%
Muy bueno	11	27,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

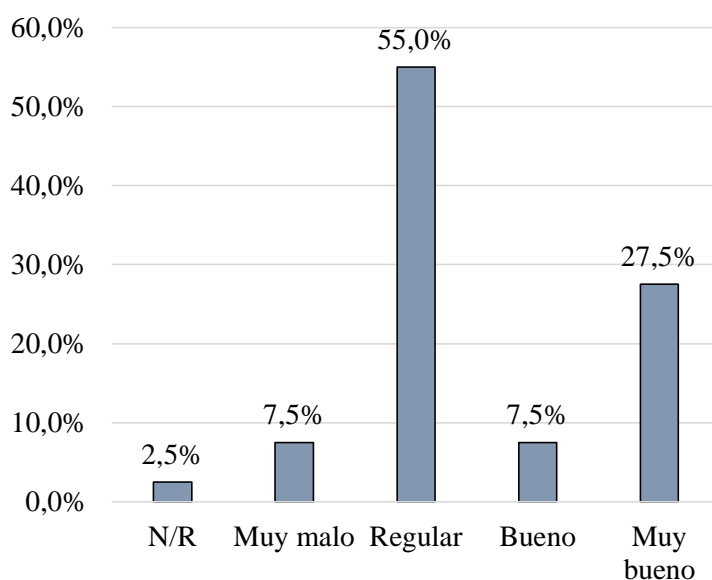


Figura 36. Mercado turístico

En consecuencia, al nivel de participación en el mercado turístico, el 2,5 % se limitó a contestar; el 7,5% manifiesta que es muy malo, el 55% se ubica en el punto medio como regular, el 7,5% bueno mientras que el 27.5 corresponde a muy bueno. Concluimos del 100% de encuestados el 89,5% participa en el mercado turístico y sus productos por ende son solicitados.

5.1.9.5. Cercanía a la competencia

Tabla 34. *Cercanía a la competencia*

Cercanía a la competencia	Frecuencia	Porcentaje
N/r	1	2,5%
Regular	2	5,0%
Bueno	8	20,0%
Muy bueno	29	72,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

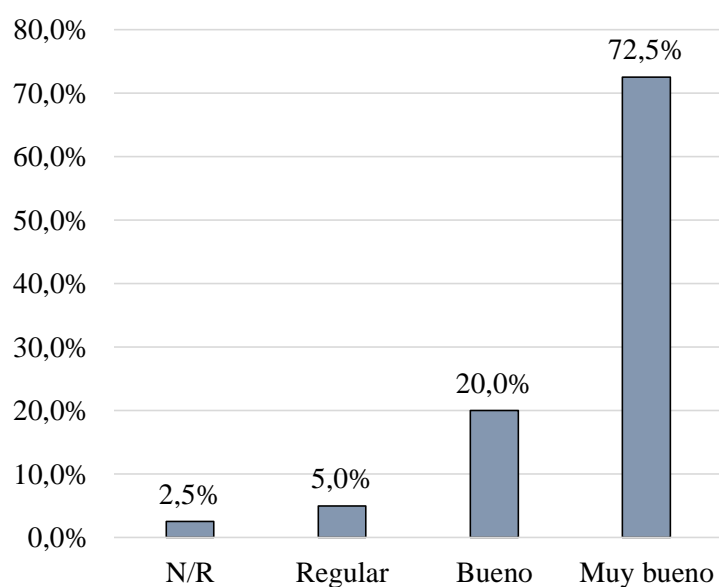


Figura 37. *Cercanía a la competencia*

Con respecto a la cercanía a la competencia, el 2,5 % se limitó a contestar; el 5% manifiesta que es regular, el 20% bueno y el 72,5% corresponde a muy bueno. Concluimos que del total del 100% el 72,5% posee una cercanía a la competencia denotándose así comunicación, lazos comerciales entre otros.

En el sector turístico el cual es muy competitivo es necesario establecer lazos empresariales con la competencia para así aplicar estrategias donde los involucrados se beneficien, descubrir áreas vacías que suplir y que la competencia no se enfoca en una gran ventaja.

5.1.9.6. Desarrollo conjunto de proyectos con la competencia

Tabla 35. *Proyectos con la competencia*

Proyectos con la competencia	Frecuencia	Porcentaje
N/r	1	2,5%
Muy malo	6	15,0%
Malo	2	5,0%
Regular	3	7,5%
Bueno	8	20,0%
Muy bueno	20	50,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

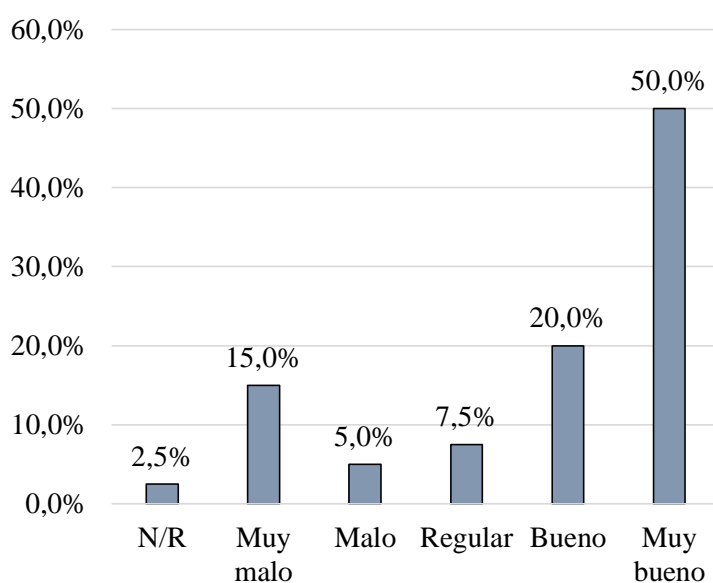


Figura 38. *Proyectos con la competencia*

En consecuencia, a proyectos desarrollados en conjunto a sus competidores, el 2,5 % se limitó a contestar; el 15% manifiesta que es muy malo, el 5% malo un 7,5 regular, el 20% bueno y el 50% muy bueno con referencia en los datos arrojados se concluye que del 100% el 70% se ha visto inmiscuido en proyectos en conjunto.

El diseñar proyectos en conjunto ayuda a un crecimiento total alcanzando objetivos en conjunto y generando productividad, basados en las encuestas aplicada el desarrollo de proyectos es muy bueno ejecutan ferias, actividades que impulsan el turismo.

5.1.9.7. Proyecciones de la oferta turística

Tabla 36.Oferta turística

Oferta turística	Frecuencia	Porcentaje
Regular	3	7,5%
Bueno	37	92,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

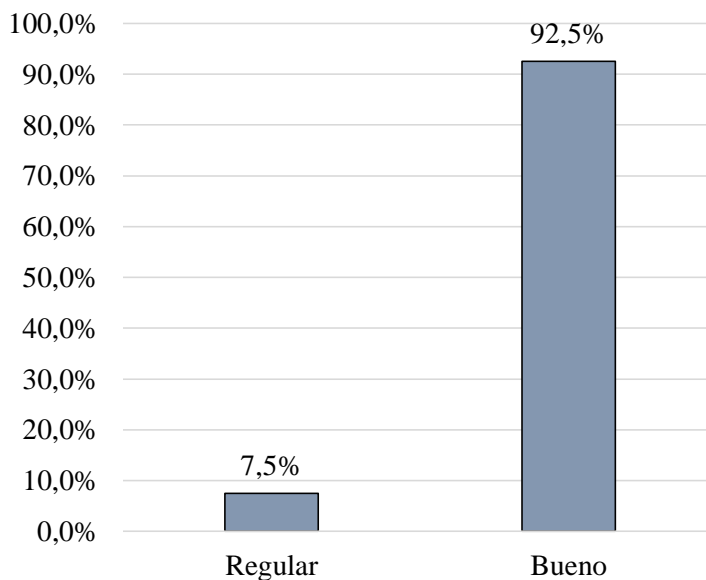


Figura 39.Oferta turística

En consecuencia, a proyecciones enfocadas a la oferta turística, el 7,5% menciona que es regular o se mantiene y un 92,5% selecciono bueno con referencia en los datos arrojados se concluye que del 100% el 92,5% manifiesta que las proyecciones tendrán un crecimiento por lo tanto para este año se espera que sean positivas.

Ejecutar proyecciones de la oferta ayudará a establecer actividades acordes con la demanda, ligado con la encuesta aplicada la mayoría ejecuta estas proyecciones para estudiar los requerimientos del cliente.

5.1.9.8. Proyecciones de la demanda turística

Tabla 37. *Demanda turística*

Proyecciones demanda turística	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	2	5,0%
Regular	22	55,0%
Bueno	16	40,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

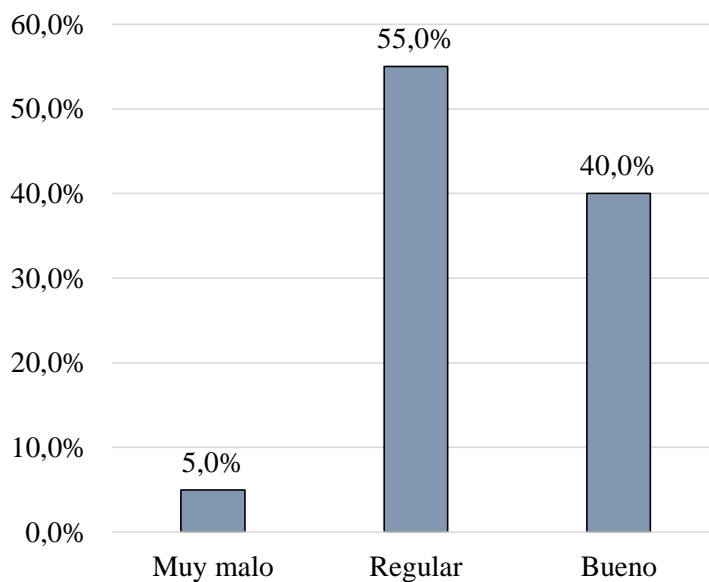


Figura 40. *Demanda turística*

En consecuencia, a proyecciones enfocadas a la demanda turística, el 5 % indica que es muy malo; el 55% manifiesta que es regular y un 40 % selecciono bueno con referencia en los datos arrojados se concluye que del 100% el 55,5% manifiesta que las proyecciones para la demanda turística para este año se mantendrán.

La aplicación de proyecciones para prever la demanda se presenta como una necesidad de primer nivel, la misma en la cual se estima sobre la demanda en un futuro con el uso y aplicación de datos históricos y otras informaciones como perfil del turista.

5.1.10. Producción

5.1.10.1. Gestión turística municipal en el cantón Montalvo

Tabla 38. *Gestión turística*

Gestión turística municipal	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	11	27,5%
Malo	11	27,5%
Bueno	3	7,5%
Muy bueno	15	37,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

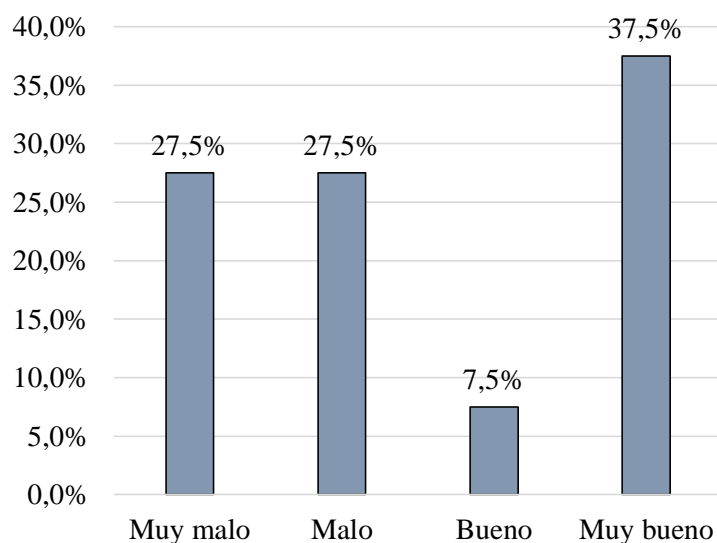


Figura 41. *Gestión turística*

En cuanto a una pregunta clave sobre la gestión turística municipal del cantón del total de los encuestados el 27,5% menciona que la gestión es muy mala, el 27,5% califica a la gestión como mala, el 7,5% como una gestión buena mientras que el 37,5% considera a la gestión muy buena, se concluye que de un 100% un 55% considera que la gestión municipal en el sector turístico es negativa y el 45% manifiesta una positividad en la gestión.

La necesidad de gestionar y crear modelos de gestión sobre el cantón es una respuesta no solo para el sector económico sino para la parte ambiental y social, con la gestión se lleva a cabo planes de protección al medio ambiente, conservación del patrimonio, dinamización del sector según los datos manifestados la gestión debe fortalecerse.

5.1.10.2. Participación en la elaboración del plan estratégico de turismo

Tabla 39. Participación en la elaboración del Plan Estratégico

Participación	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	7	17,5%
Malo	33	82,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

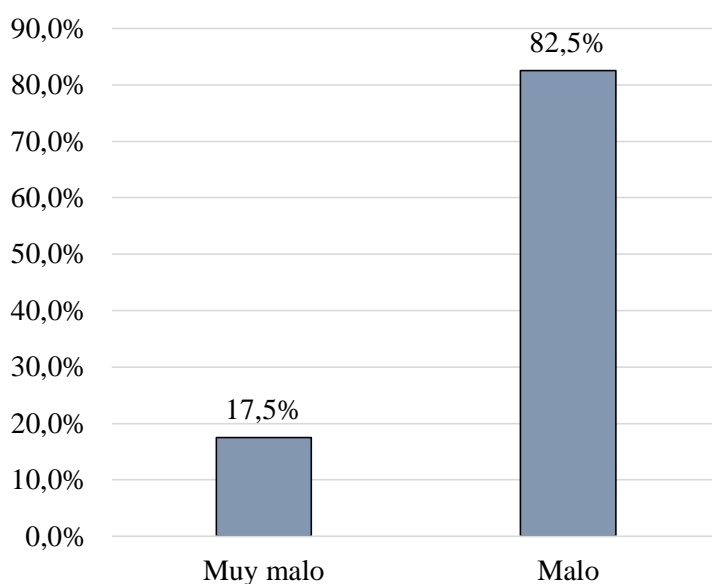


Figura 42. Participación en la elaboración del Plan Estratégico

En concordancia con los enunciados anteriores acerca de la planificación estratégica se planteó el ítem participación en la elaboración del plan estratégico de turismo los cuales dieron como resultado los siguientes datos el 17,5 % señala que es muy malo y el 82,5 % malo concluimos mediante estos porcentajes que existe un 100% de negatividad por la tanto las personas encuestadas no han sido inmersas en la elaboración del Plan Estratégico de Turismo.

La elaboración del plan estratégico no es solo responsabilidad de los altos directivos o del ente rector de la actividad turística, este debe ser presentado a todos os involucrados en el sector turístico ya que de ellos va a depender los otros procesos de la planificación a ejecutarse.

5.1.10.3. Participación en la ejecución del plan estratégico de turismo

Tabla 40. *Ejecución del Plan Estratégico de Turismo*

Ejecución	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	4	10,0%
Malo	18	45,0%
Bueno	18	45,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

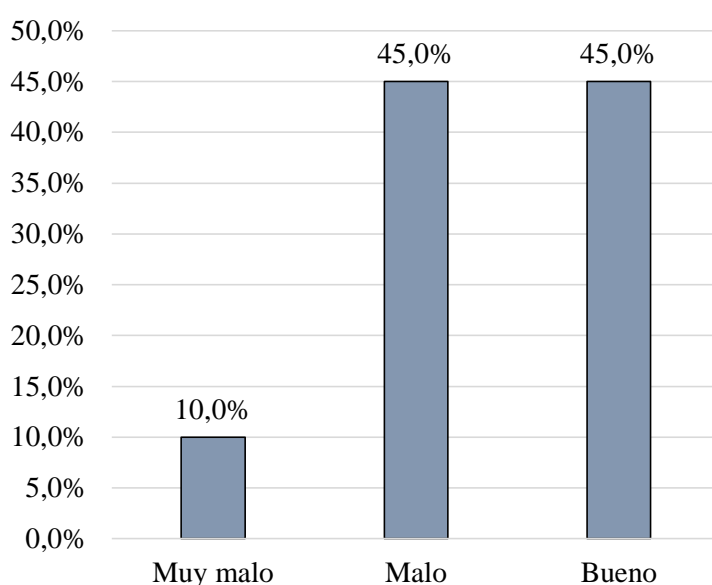


Figura 43. *Ejecución del Plan Estratégico de Turismo*

En concordancia con los enunciados anteriores acerca de la planificación estratégica se planteó el ítem participación en la ejecución del plan estratégico de turismo los cuales dieron como resultado los siguientes datos el 10% señala que es muy malo, el 45 % malo y un 45% menciona que ha participado en la ejecución del Plan Estratégico concluimos mediante estos porcentajes que existe un 55% de negatividad por la tanto la población total de actores turísticos no han sido tomados para la ejecución del Plan Estratégico.

La puesta en marcha del Plan Estratégica no solo es responsabilidad de un grupo sino de todos los involucrados en la actividad turística ya que sus objetivos, programas, proyectos están ligados a todo un sistema de actores turísticos en el cual cada uno representa una responsabilidad ejecutar e intervenir.

5.1.10.4. Participación en el control del plan estratégico de turismo

Tabla 41. *Control del Plan Estratégico de Turismo*

Control	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	7	17,5%
Malo	18	45,0%
Bueno	15	37,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

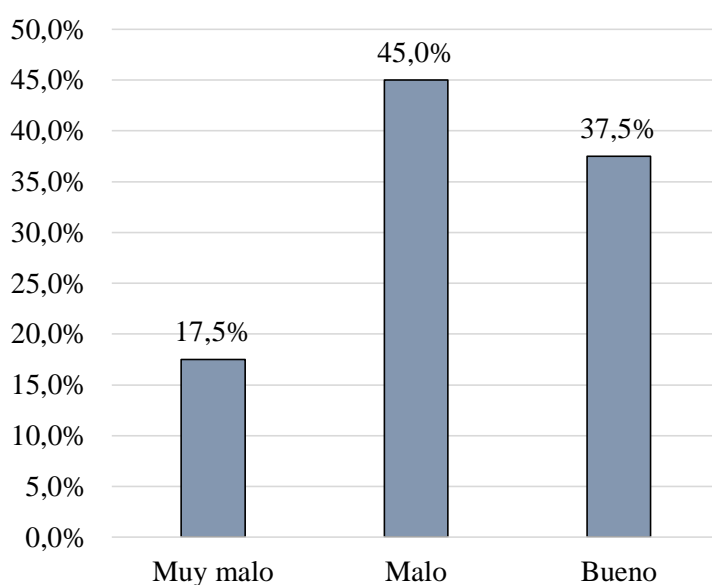


Figura 44. *Control del Plan Estratégico de Turismo*

En concordancia con los enunciados anteriores acerca de la planificación estratégica se planteó el ítem participación en el control del plan estratégico de turismo los cuales dieron como resultado los siguientes datos el 17,5 % señala que es muy malo, el 45 % malo y un 37,5% menciona que ha participado en el control del Plan Estratégico concluimos mediante estos porcentajes que existe un 62,5 % de negatividad por la tanto la población total de actores turísticos no han sido tomados para el control del Plan Estratégico de Turismo.

El control del plan estratégico es de relevancia ya que al ejecutarse este proceso se podrá llevar a cabo informes de cumplimientos o a su vez anticipar fallas presentes.

5.1.10.5. Participación en el seguimiento del plan estratégico de turismo

Tabla 42. Seguimiento del Plan Estratégico de Turismo

Seguimiento	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	11	27,5%
Malo	14	35,0%
Bueno	15	37,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

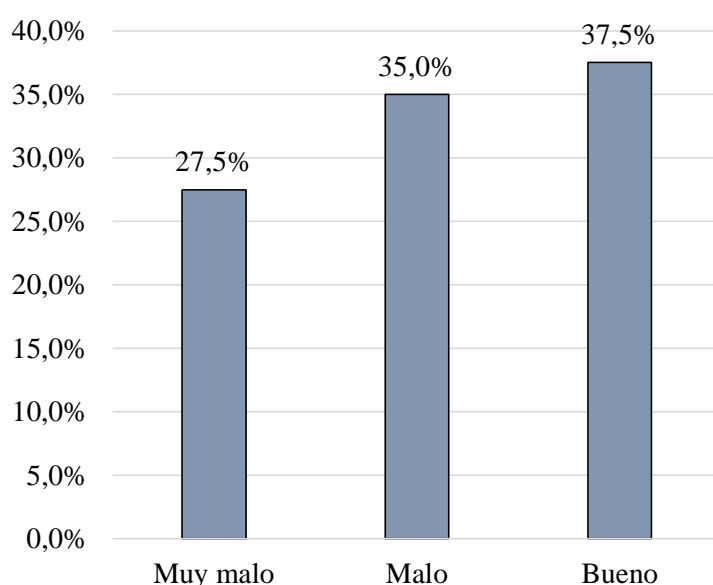


Figura 45. Seguimiento del Plan Estratégico de Turismo

En concordancia con los enunciados anteriores acerca de la planificación estratégica se planteó el ítem participación en el seguimiento del plan estratégico de turismo los cuales dieron como resultado los siguientes datos el 27,5 % señala que es muy malo, el 35 % malo y un 37,5% menciona que ha participado en el seguimiento del Plan Estratégico concluimos mediante estos porcentajes que existe un 62,5 % de negatividad por la tanto la población total de actores turísticos no han sido tomados para el seguimiento del Plan Estratégico de Turismo, siendo los prestadores turísticos los actores principales para que los proyectos se cumplan estos no presentan ni conocimiento que sus actividades se encuentran inmersos en un plan.

5.1.10.6. Innovación en sus procesos de producción

Tabla 43.*Innovación*

Innovación	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	9	22,5%
Malo	28	70,0%
Regular	3	7,5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

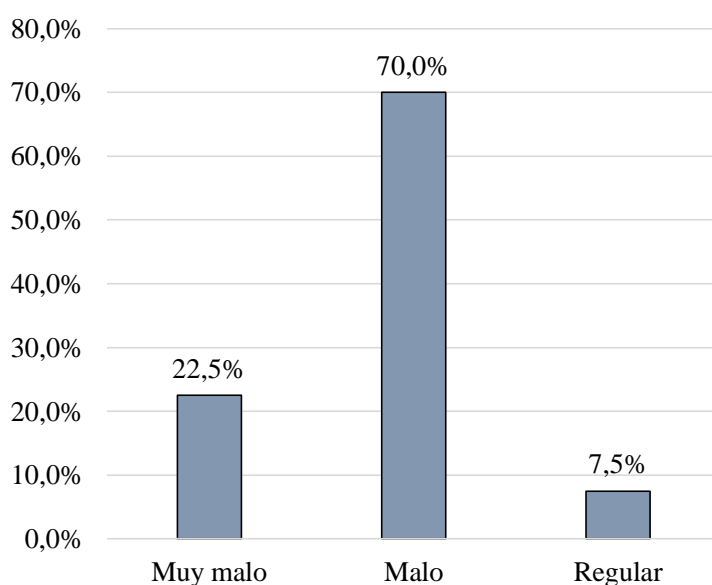


Figura 46.*Innovación*

Al respecto de sus productos y/o servicios y procesos de producción se planteó el ítem innovación en sus procesos de producción los cuales dieron como resultado los siguientes datos el 22,5 % señala que es muy malo, el 70 % malo y un 7,5% regular mediante estos porcentajes interpretamos que el 92,5% de los encuestados mantienen una forma empírica y tradicionalista de crear sus productos y generar sus servicios.

La innovación es la clave para mejorar y corregir fallas situadas en el entorno de mercado el proceso de innovación no solo corresponde a una empresa sino al conjunto de estos implica la cooperación, la rentabilidad, pero sin lugar a dudas la innovación mostrara beneficios en pro de la productividad.

5.1.10.7. Valoración servicios versus costos

Tabla 44. *Servicios vs Costos*

Servicios vs costos	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	7,5%
Regular	16	40,0%
Bueno	13	32,5%
Muy bueno	8	20,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

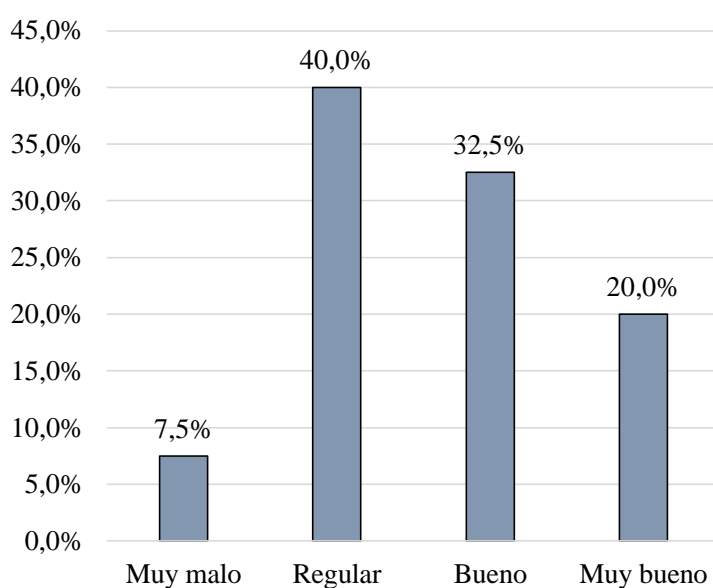


Figura 47. *Servicios VS Costos*

Al respecto de sus productos y/o servicios se planteó el ítem servicios versus costos manifestándose los siguientes datos el 7,5 % señala que es muy malo, el 40 % malo, 32,5% correspondiente a bueno y un 20 % muy bueno mediante estos porcentajes interpretamos que el 52,5% de los encuestados manejan un costo apropiado para sus servicios brindados por ende registran ganancias justas.

El establecimiento de los costos marca un punto fuerte para establecer precios y producir productos y servicios de calidad y así ofertar precios razonables para los clientes se presenta una mejora ante la competencia.

5.1.11. Recursos

5.1.11.1. Rentabilidad

Tabla 45.*Rentabilidad*

Rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	7	17,5%
Regular	3	7,5%
Bueno	12	30,0%
Muy bueno	18	45,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

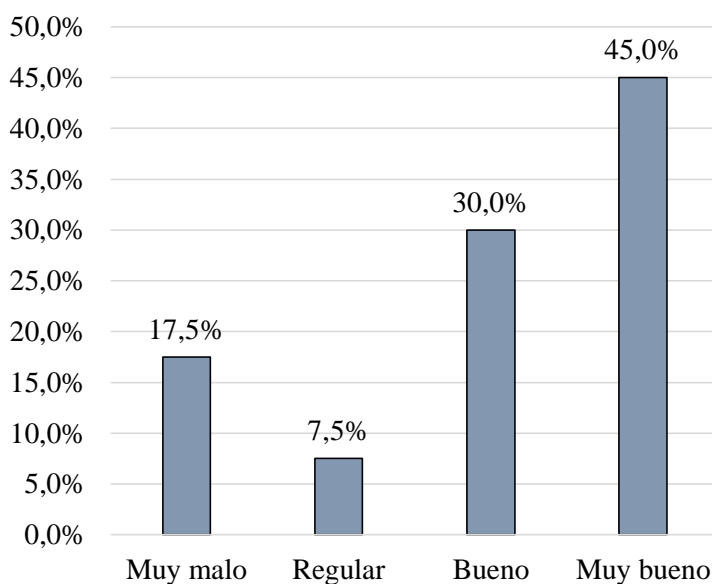


Figura 48.*Rentabilidad*

Al respecto de su rentabilidad se presenta los siguientes datos el 17,5 % señala que es muy malo, el 7,5 % regular, el 30% bueno y un 45 % muy bueno mediante estos porcentajes interpretamos que el 75% de los encuestados poseen una rentabilidad en sus negocios.

La rentabilidad es primordial para la puesta en marcha de nuestra empresa, la rentabilidad es el punto de inicio para la toma de decisiones en ejecución de inversiones ya que la misma va de la mano del riesgo que pueda presentar la misma, por eso es necesario que las políticas establecidas apoyen y potencien los sectores rentables del cantón.

5.1.11.2. Apoyo del organismo público para desarrollar proyectos de mejora

Tabla 46. *Apoyo público*

Apoyo del organismo público	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	7	17,5%
Malo	12	30,0%
Regular	5	12,5%
Muy bueno	16	40,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

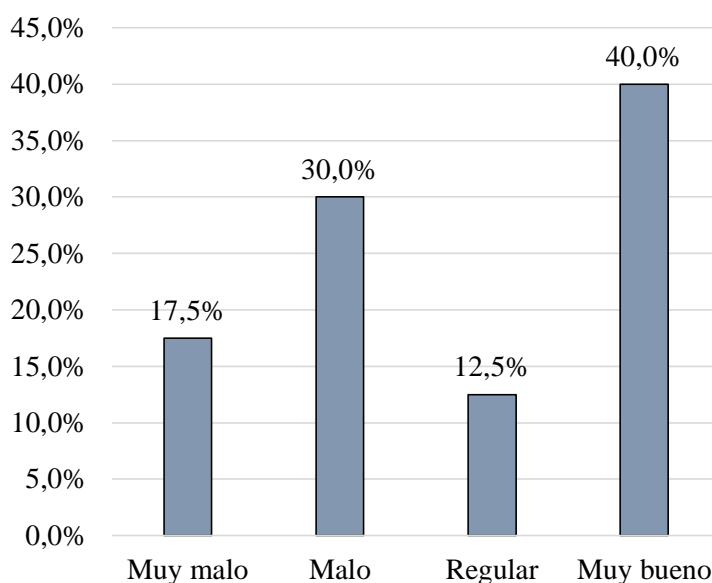


Figura 49. *Apoyo público*

De acuerdo al enunciado apoyo del organismo público para desarrollar proyectos de mejora se presenta los siguientes datos el 17,5 % señala que es muy malo, el 30 % malo, el 12,5 % regular y un 40 % muy bueno mediante estos porcentajes interpretamos que el 47,5% de los encuestados no ha percibido apoyo público para mejorar y ejecutar proyectos de beneficio.

El apoyo público hacia los prestadores de servicios turísticos debe maximizarse establecer mesas de diálogos y establecer en conjunto planes de mejora que activen la actividad turística.

5.1.11.3. Incentivos del sector público

Tabla 47.*Incentivos del sector público*

Incentivos del sector público	Frecuencia	Porcentaje
N/r	1	2,5%
Muy malo	8	20,0%
Malo	10	25,0%
Regular	5	12,5%
Muy bueno	16	40,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

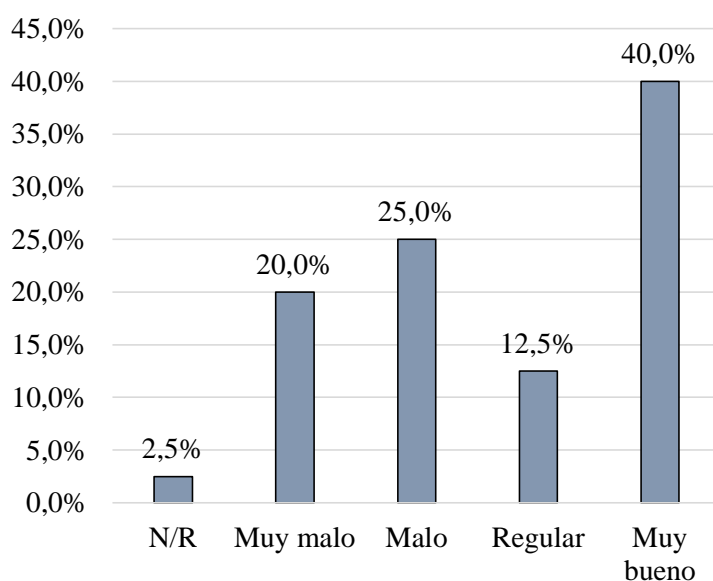


Figura 50.*Incentivos del sector público*

De acuerdo al enunciado incentivos del sector se presenta los siguientes datos un 2,5% de las personas encuestadas se limitó a responder, el 20 % señala que es muy malo, el 25 % malo, el 12,5 % regular y un 40 % muy bueno mediante estos porcentajes interpretamos que el 45% de los encuestados no ha percibido incentivos públicos.

Al hablar de incentivos del sector público direccionado a los prestadores turísticos no solo se refiere a incentivos económicos, sino también a incentivos morales y de capacitación porque no hay mejor inversión que la actualización de conocimientos.

5.1.11.4. Capacidad de inversión

Tabla 48. *Capacidad de inversión*

Capacidad de inversión	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	7	17,5%
Malo	3	7,5%
Bueno	18	45,0%
Muy bueno	12	30,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

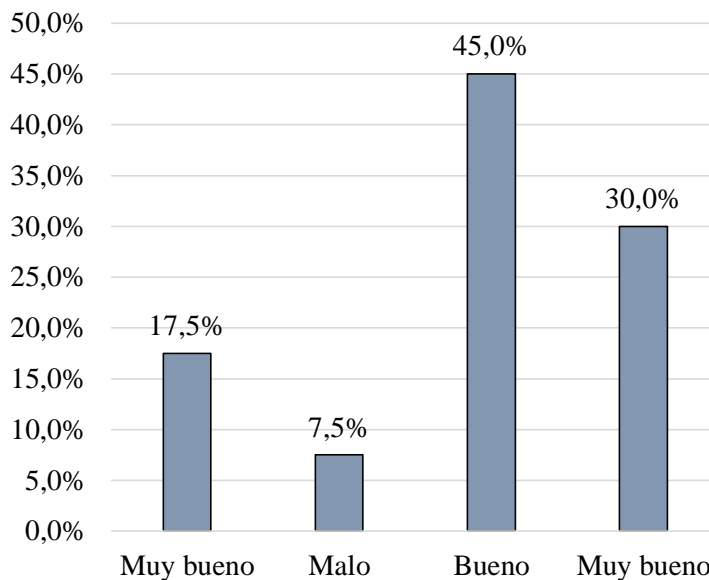


Figura 51. *Capacidad de inversión*

Al respecto a la capacidad de inversión se presenta los siguientes datos un 17,5% que no presentan la capacidad de inversión, el 7,5 % malo, el 45 % bueno y un 30 % muy bueno mediante estos porcentajes interpretamos que el 75% de los encuestados están en la capacidad de invertir.

La capacidad de inversión viene ligada a la rentabilidad que presente la empresa el mismo es un proceso para suplir necesidades y alcanzar metas establecidas, según nuestros datos hay una significancia en el poder de invertir sus recursos financieros en sus empresas o a su vez generar nuevos proyectos.

5.1.11.5. Inclusión de materiales característicos de la zona en sus servicios

Tabla 49. *Inclusión de materiales de la zona*

Materiales de la zona	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	16	40,0%
Malo	13	32,5%
Regular	3	7,5%
Bueno	3	7,5%
Muy bueno	5	12,5%
Total	40	100

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

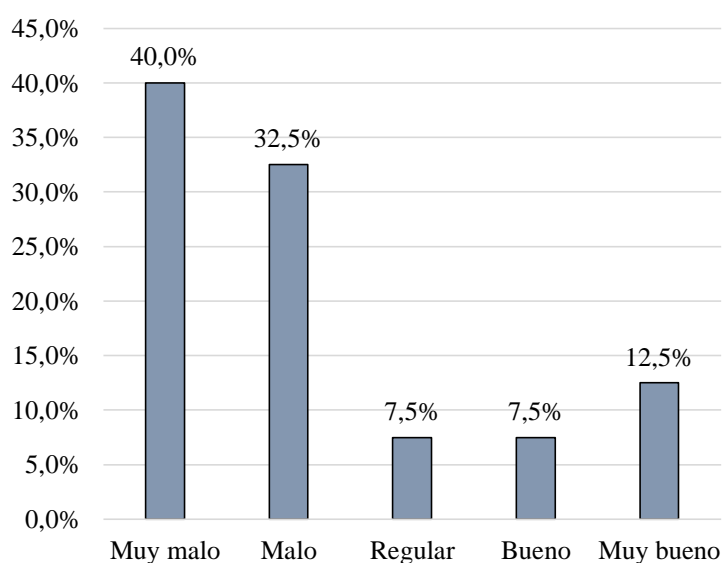


Figura 52. *Inclusión de materiales de la zona*

Con respecto a sus productos se presentó el siguiente enunciado, inclusión de materiales característicos de la zona en sus servicios el cual arrojó los siguientes datos un 40% manifestó que su implementación es muy mala, el 32,5 % señala que malo, el 7,5% regular, el 7,5 % bueno y un 12,5 % muy bueno mediante estos porcentajes interpretamos que el 72,5% no incluye materiales característicos de la zona en sus servicios.

La aplicación de materiales de la zona a más de prestarle relevancia escénica al cantón este hará que el producto cree un el consumidor una imagen el cual le considere insustituible es por ello, que en el entorno turístico hay que potenciar la implementación de estos materiales característicos de la zona dándoles personalidad propia y exclusividad.

5.1.11.6. Inclusión de atributos estéticos en sus servicios y/o productos

Tabla 50. *Atributos estéticos*

Atributos estéticos	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	12	30,0%
Malo	17	42,5%
Regular	4	10,0%
Bueno	3	7,5%
Muy bueno	4	10,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

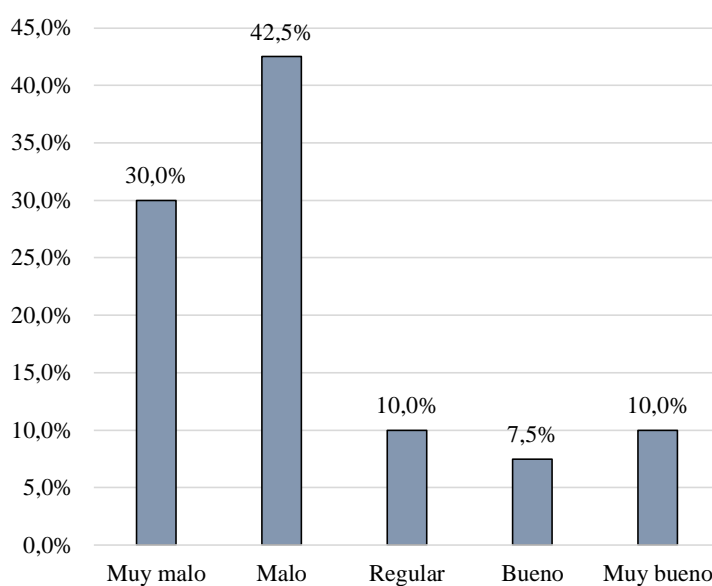


Figura 53. *Atributos estéticos*

Con respecto a inclusión de atributos estéticos se manifestaron los siguientes datos un 30% manifestó que su implementación es muy mala, el 42,5 % señala que malo, el 10% regular, el 7,5 % bueno y un 10 % muy bueno mediante estos porcentajes interpretamos que el 72,5% no considera los atributos estéticos que hacen más llamativos los servicios y/o productos.

Un producto o servicio a más de cumplir con satisfacer las necesidades del consumidor debe ser un elemento que estimule su compra, de forma que si este no atrae al cliente no es posible llegar a un acuerdo comercial.

5.1.11.7. Inclusión de atributos novedosos en sus servicios y/o productos

Tabla 51. *Atributos novedosos*

Atributos novedosos	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	21	52,5%
Malo	8	20,0%
Regular	4	10,0%
Bueno	3	7,5%
Muy bueno	4	10,0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada en enero del 2019

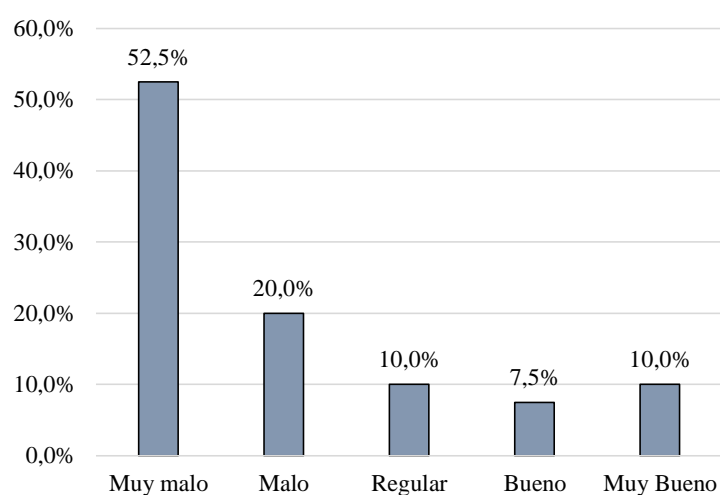


Figura 54. *Atributos novedosos*

Con respecto a inclusión de atributos novedosos se manifestaron los siguientes datos un 52,5% manifestó que su implementación es muy mala, el 20 % señala que malo, el 10% regular, el 7,5 % bueno y un 10 % muy bueno mediante estos porcentajes interpretamos que el 72,5% no considera los atributos novedosos que hacen más llamativos los servicios y/o productos.

El implementar atributos novedosos a productos y servicios es una gran manera de innovar y crear productos nuevos así mismo este ayudará a crear una marca e imagen que hará la diferencia entre otros.

El no ser un producto novedoso este quedara rezagado entre muchos he ahí la importancia de innovar.

Anexo 6. Solicitud para realizar investigación



FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

Carrera de
Gestión Turística y Hotelera

Dirección

Riobamba, diciembre 17 de 2018
Oficio No. 654-CIGTYH-2018

Master
Elifonso Cortez
**ALCALDE DEL GAD
MUNICIPAL DE MONTALVO**
Presente:

Estimado Señor Alcalde:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo a nombre de la Carrera de Turismo/ Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se facilite la información necesaria para la realización del proyecto de Investigación titulado "Planificación y gestión del turismo en el Cantón Montalvo Provincia de Los Ríos", proyecto que lo está realizando a Señorita Dayana Lisette De la Rosa Monar, estudiante de la Carrera.

Por la acogida que se sirva dar a la presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Víctor Velasco S. Dr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA - UNACH**



Copia Archivo

Ximena Y.

19-12-2018.
3:05
a [Handwritten signature]

Anexo 7. Oficio de aceptación para realizar investigación



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO CANTONAL DE MONTALVO

TURISMO

MONTALVO-LOS RIOS-ECUADOR

Dr. Victor Velasco

Director de la Carrera de Gestion Turistica y Hotelera.

Universidad Nacional del Chimborazo

A quien Interese:

Por medio de la Presente se Avaliza a la Srta. **DAYANA LISSETTE DE LA ROSA MONAR**, con cédula de identidad número **120749388-1**, Egresada de la Carrera de Gestion Turistica y Hotelera en la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**, para que pueda realiza, elaborar, Investigar y ejecutar su trabajo de graduacion del Proyecto de Investigacion titulado "**PLANIFICACION Y GESTION DEL TURISMO DEL CANTON MONTALVO PROVINCIA DE LOS RIOS**" ya que de esa manera nos esta ayunado en el desarrollo de nuestro Cantón hacia un futuro mejor.

Se extiende la presnete para los efectos legales que la interesada estime conveniente.

Montalvo, 4 de Febrero del 2019

Ing. Alvaro Hidalgo Mirallas

JEFE DE LA UNIDAD DE TURISMO.



Anexo 8. Cronograma de actividades

N°	Cronograma de actividades	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
		1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S
1	Revisión del perfil de la investigación		X														
2	Revisión del desarrollo del proyecto de investigación				X												
2.1	Introducción / cumplimiento de objetivos					X											
2.2	Estado del arte / Marco Teórico						X										
2.3	Metodología							X									
2.4	Resultados y discusión								X								
2.5	Conclusiones y recomendaciones										X	X					
2.6	Referencias bibliográficas												X				
3	Revisión final del proyecto de investigación													X			