

**MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA: LA ESTRATEGIA QUE TRANSFORMARÁ EL  
EMPREDIMIENTO LOCAL EN ECUADOR**

Ana Vélez Falcones<sup>A</sup>, Jesús Merino Velásquez<sup>B</sup>, Jorge Pérez Plaza<sup>C</sup>,  
Derli Álava Rosado<sup>D</sup>



ARTICLE INFO	RESUMEN
<p><b>Article history:</b> <b>Received:</b> January, 15<sup>th</sup> 2024 <b>Accepted:</b> March, 15<sup>th</sup> 2024</p>	<p><b>Propósito:</b> Las limitaciones en la creación de nuevos productos y de servicios alternativos complementarios a la gastronomía, el bajo nivel de conocimientos innovadores de la población, en el diseño de nuevos modelos y planes de negocios que sirven de guía para la diversificación de productos y servicios, seguido de la mala aplicación de procesos, normativas, políticas establecidas a nivel nacional en actividades turísticas, son elementos del sistema turístico que se relacionan con la oferta y de esta forman, impactan en la rentabilidad de los pequeño y grandes negocios.</p>
<p><b>Palabras clave:</b>  Desarrollo Turístico; Modelo de Gestión; Gastronomía; Comunidades.</p> 	<p><b>Objetivo:</b> El objetivo del estudio es analizar sobre un modelo de gestión turística para fomentar emprendimientos turísticos y el desarrollo local de las comunidades de la provincia de Manabí Ecuador, evidenciando el compromiso y articulación, empresas privadas, academia - mercado y normas vigentes.</p> <p><b>Método:</b> Investigación exploratoria, descriptiva con un enfoque, cualitativo y cuantitativo.</p> <p><b>Resultados:</b> De acuerdo con los resultados demostraron que, en un 61% de las comunidades carece de trabajo en equipo en los cantones de la provincia de Manabí, para fomentar la diversificación de ofertas turísticas y que sea de atractivo para turistas que acuden al sector, fomentando el desarrollo turístico de las comunidades.</p> <p><b>Conclusiones:</b> La falta de colaboración comunitaria se identifica como uno de los principales obstáculos para el desarrollo turístico, mientras que la mayoría de los encuestados reconocen las redes sociales como un medio importante para la promoción y difusión de los emprendimientos turísticos. Estas conclusiones sugieren que fomentar la cooperación entre los miembros de la comunidad y desarrollar estrategias de promoción efectivas, especialmente en plataformas digitales, son elementos esenciales para impulsar el turismo local y aumentar la visibilidad de los negocios locales.</p> <p>Doi: <a href="https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i4.4562">https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i4.4562</a></p>

**TOURISM MANAGEMENT MODEL: THE STRATEGY THAT WILL TRANSFORM LOCAL  
ENTREPRENEURSHIP IN ECUADOR**

**ABSTRACT**

**Purpose:** The limitations in the creation of new products and alternative services complementary to gastronomy, the low level of innovative knowledge of the population, in the design of new models and business plans that serve as a guide for the diversification of products and services , followed by the poor application of processes,

<sup>A</sup> Doctoranda en Planificación Pública y Privada. Universidad Nacional de Tumbes (UNT), Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Pedernales, Manabí, Ecuador.

E-mail: [acevelezf@gmail.com](mailto:acevelezf@gmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7835-7075>

<sup>B</sup> Doctor en Administración. Universidad Nacional de Tumbes. Tumbes, Perú.

E-mail: [jmerinov@untumbes.edu.pe](mailto:jmerinov@untumbes.edu.pe) Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3301-4487>

<sup>C</sup> Magister en Gestión de Empresas Turísticas. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Sucre, Manabí, Ecuador. E-mail: [jope80@gmail.com](mailto:jope80@gmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-4671-3200>

<sup>D</sup> Doctor en Ciencia Administrativa. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Pedernales, Manabí, Ecuador.

E-mail: [derli.alava@uleam.edu.ec](mailto:derli.alava@uleam.edu.ec) Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9906-5784>

regulations, policies established at the national level in tourism activities, are elements of the tourism system that are related to the offer and thus impact the profitability of small and large businesses.

**Objective:** The objective of the study is to analyze a tourism management model to promote tourism ventures and the local development of the communities in the province of Manabí Ecuador, evidencing the commitment and articulation, private companies, academia - market and current regulations.

**Design/Methodology/Approach:** Exploratory, descriptive research with a qualitative and quantitative approach.

**Results:** According to the results, they showed that 61% of the communities lack teamwork in the cantons of the province of Manabí, to promote the diversification of tourist offers and make it attractive for tourists who come to the sector. promoting tourism development in communities.

**Conclusions:** The lack of community collaboration is identified as one of the main obstacles to tourism development, while the majority of respondents recognize social networks as an important means for the promotion and dissemination of tourism ventures. These findings suggest that fostering cooperation among community members and developing effective promotional strategies, especially on digital platforms, are essential elements to boost local tourism and increase the visibility of local businesses.

**Keywords:** Tourism Development, Management Model, Gastronomy, Communities.

## MODELO DE GESTÃO DO TURISMO: A ESTRATÉGIA QUE TRANSFORMARÁ O EMPREENDEDORISMO LOCAL NO EQUADOR

### RESUMO

**Fundamento:** Seguiram-se as limitações na criação de novos produtos e serviços alternativos complementares à gastronomia, o baixo nível de conhecimento inovador da população, na concepção de novos modelos e planos de negócios que sirvam de guia para a diversificação de produtos e serviços. pela má aplicação de processos, regulamentos, políticas estabelecidas a nível nacional nas actividades turísticas, são elementos do sistema turístico que estão relacionados com a oferta e assim impactam a rentabilidade dos pequenos e grandes negócios.

**Objetivo:** O artigo do estudo é analisar um modelo de gestão turística para promover empreendimentos turísticos e o desenvolvimento local das comunidades da província de Manabí Equador, evidenciando o compromisso e articulação, empresas privadas, academia - mercado e regulamentações vigentes.

**Desenho/Metodologia/Abordagem:** Pesquisa exploratória, descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa

**Resultados:** De acordo com os resultados, mostraram que 61% das comunidades carecem de trabalho em equipe nos cantões da província de Manabí, para promover a diversificação da oferta turística e torná-la atrativa para os turistas que chegam ao setor.

**Conclusões:** A falta de colaboração comunitária é identificada como um dos principais obstáculos ao desenvolvimento do turismo, enquanto a maioria dos entrevistados reconhece as redes sociais como um meio importante para a promoção e divulgação de empreendimentos turísticos. Estas conclusões sugerem que a promoção da cooperação entre os membros da comunidade e o desenvolvimento de estratégias promocionais eficazes, especialmente em plataformas digitais, são elementos essenciais para impulsionar o turismo local e aumentar a visibilidade das empresas locais.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Turístico, Modelo de Gestão, Gastronomia, Comunidades.

## 1 INTRODUCCIÓN

El turismo en su proceso de transformación digital, globalización, cambios climáticos y competencia de los mercados a nivel mundial, a su vez el fomento de nuevas prácticas turísticas vinculadas a la sostenibilidad y el cuidado de un entorno natural son desafíos claves, para mejorar desarrollo local en comunidades que realizan actividades de gestión turística.

La nueva tendencia en la recuperación de estancias más sostenibles de los turistas es con la vinculación del cuidado del medio ambiente mediante vivencias y la adaptación a la vida

de la población local del destino, esta aseveración se refleja en los estudios Hosteltur (2022), hacen que un lugar se convierta en un potencial atractivo para los turistas; Frente a ello, los modelos de gestión turística es una herramienta que permite direccionar una estructura que desde orden metodológico enmarca la secuencia lógica, para fortalecer la actividad o servicio turística en una comunidad. En este sentido Papadopoulou (2020), sostiene que los modelos de gestión adoptado por países europeos como: Francia, Alemania y España han sido efectivo para mejorar su nivel de competitividad, sustentado en políticas gubernamentales positivas, y que inciden en el desarrollo turístico.

Las gestiones turísticas aportan desde el orden científico investigativo, económico, cultural y social a la actividad turística a nivel de Latinoamérica y en particular al Ecuador. En el 2019, durante el segundo trimestre, ingresaron \$ 601,3 millones, en el 2020 únicamente \$ 10 millones y en el 2021 se registra una recuperación (\$ 199,6 millones), pero no llega ni a un tercio del valor del 2019 pero el país y el ministerio de turismo se ha volcado al logro de los objetivos propuesto en el Plan Nacional del Buen Vivir. En el período del 2021 el turismo tiene una recuperación del 18% (Abril, 2022) . Por tanto, la inversión, productividad y la creación de empleo en actividades turística, contribuye al desarrollo y crecimiento económico al país.

Es por esto imprescindible considerar la gestión turística, como estrategia de vital importancia para de dinamizar las economías Morozov et al. (2018), mientras que los problemas actuales en el mundo de la industria turística incluyen la financiación insuficiente del turismo, problemas institucionales y organizativos, y la baja calidad de los productos turísticos que ofrecen algunas regiones y finalmente un modelo de gestión que sirva de guía para contribuir al desarrollo local. Proaño et. al. (2020) reafirma que la supervivencia de las empresas y todo el ecosistema turístico está en riesgo, y es fundamental minimizar la pérdida de puestos de trabajo y apoyar la recuperación, de los atractivos turísticos de cada destino.

## **2 MARCO REFERENCIAL**

La Organización de Desarrollo del Milenio (ODM) de las Naciones Unidas que se encarga de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para toda la sociedad, enmarcado dentro de los objetivos de 2030 de la Organización Mundial del Turismo (OMT). (Ubiquitous, 2019). Considera a los modelos sistémicos, expresan los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo.

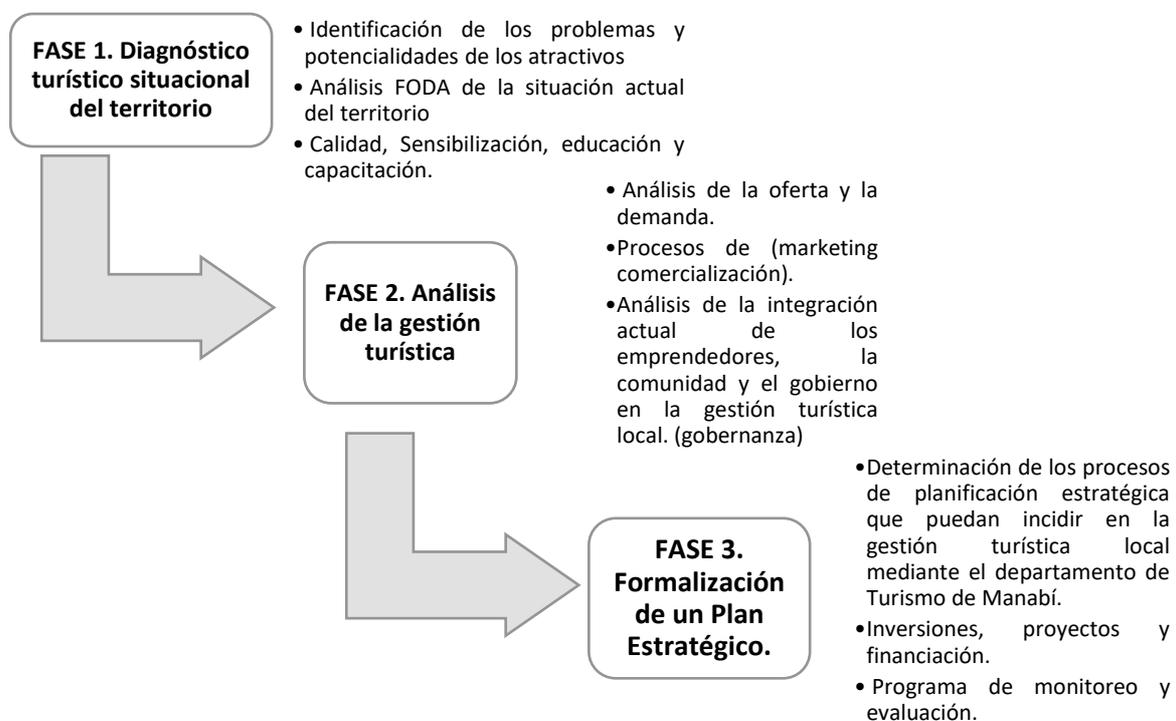
Por otro lado, los modelos sistémicos están compuesta por conjuntos de elementos relativos a la oferta y demanda turística, y la interrelación oferta-demanda (Llupart et al., 2019)

Los modelos de gestión turística es necesario articular actividades conjuntas para alcanzar los objetivos planteados, Plandetur (2020), la coordinación pública, privada y la comunidad, son los ejes principales para llevar a efecto un modelo de gestión que facilite, el bienestar de los actores involucrados, y mejorar la calidad de vida de los habitantes. Rodríguez (2022). “Las representaciones permiten una mejor comprensión del proceso que tiene que seguir la entidad privada (microempresa), que permitirá lograr resultados positivos en su permanencia y competitividad”. El trabajo en equipo hace que cualquier actividad compleja se desarrolle con eficiencia.

Con la finalidad de diseñar un modelo de gestión turística para el desarrollo del turismo comunitario en la provincia de Manabí, esto genera en los emprendimientos rentabilidad constante, a través de una propuesta de valor en base a los recursos turísticos con los que cuenta su entorno. Para continuar con el desarrollo de un modelo de gestión turística se evidencia en la siguiente figura:

**Figura 1**

*Metodología para el diseño del modelo de gestión turística*



Nota: La metodología propuesta para el diseño de un modelo de gestión turística.

Fuente: Autores con base a (Reinoso, 2017)

Se demuestra la forma como un modelo de gestión turística, para una comunidad se desarrolla, por tres fases el primer diagnóstico turístico situacional del territorio, el segundo análisis de la gestión y por último la formalización de plan estratégico de trabajo con sus respectivas actividades prioritarias para su ejecución.

La realización de este estudio se efectuó, en la región costa del Ecuador escogiendo la provincia de Manabí y como escenario el Cantón Jama. Basado en cifras estadísticas arrojadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) donde se evidencia que las actividades económicas se basan principalmente en los emprendimientos de restauración, agricultura, artesanías entre otros, convirtiéndose en un destino atractivo para turistas. Sin embargo, la gestión del sector turístico no se evidencia planificación estratégica que contenga principios, normas que definan actividades turísticas de la comunidad, con los valores culturales, sociales y ambientales; y que, en el proceso, beneficia a todos los habitantes del sector, tanto en términos de desarrollo económico, social y político (Astawa et al., 2018).

Bajo los pretextos teóricos y basado en las dificultades existentes en la zona objeto de estudio la Extensión de Pedernales en conjunto con la Extensión Bahía de Caráquez perteneciente a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y en colaboración con otras universidades del litoral buscan como evaluar los emprendimientos existentes en el distrito de la zona 4 de Manabí tomando como escenario principal Jama por sus características de analizar cuáles son las causas y atenuantes principales por concepto de gestión que afectan la comercialización y posicionamiento de dichos emprendimientos locales.

Entre los factores que afectan un mejor desenvolvimiento de los emprendimientos locales se determinó una deficiente gestión comercial que tribute al fortalecimiento turístico de la zona rural. A partir de ello se ha venido incrementando el estudio que contribuyan a los emprendimientos turísticos, observando que la tendencia en estos tiempos difíciles es el cierre de los establecimientos en menos de cinco años de sus operaciones, debido a factores externos como, el manejo adecuado de sus recursos materiales y económicos.

Estudios en el sector evidencian la voluntad de investigadores, docentes y estudiantes en la búsqueda de estrategias enfocada a los emprendimientos locales, entre las obras se encuentran las de los autores (Lemoine et al., 2021); (Lemoine et al., 2022); y por último el desarrollo de un plan de negocios para emprendimientos pesqueros o asociaciones en comunidades rurales por el mismo autor (Lemoine et al., 2022)

Otros estudios que aportó al desarrollo de la presente indagación fue el análisis de plan de negocio en emprendimientos y su contribución al fortalecimiento comercial en el destino

Sucre-San Vicente (Lemoine-Quintero et al., 2023) que si bien tributa a un destino ubicado en el mismo litoral costa y tiene una similitud al destino Jama no responde al modelo de gestión turística para emprendimiento de restauración y gastronómico en la zona objeto estudio.

Puesto que evidenciar barreras existentes en emprendimientos de actividades turísticas en un entorno local, y uno de los principales problemas que enfrentan los emprendimientos de la comunidad, la carencia de servicios alternativos complementarios a la restauración ha, así como el desconocimiento de la población en la implementación de lineamientos que conduzcan a la diversificación de actividades turísticas han provocado un bajo nivel de crecimiento económico de la comunidad.

El objetivo de la investigación consiste en analizar sobre un modelo de gestión turística para fomentar emprendimientos turísticos y el desarrollo local. siendo actores la comunidad, entidades gubernamentales, los emprendedores, considerando las expectativas del mercado y normativas en vigencia, considerando para la propuesta el modelo de gestión para el desarrollo turístico sostenible en cantones costeros del sur de Manabí, que considera tres niveles de importancia, donde el ambiente natural, la industria turística y el mercado, son factores fundamentales del modelo, a partir del cual se presenta una propuesta inicial del mismo.

Se toma una muestra de aproximadamente 88 emprendimientos de gastronómicos, además recursos naturales y culturales que permite que actividades de restauración fomenten la atracción de lugar de residentes, excursionistas y turísticas. Si la comunidad desarrolla alianzas estratégicas con: comunidad-gobierno- empresas, la comunidad se convertirá en un destino turístico.

El estudio se realiza en el cantón Jama, puesto que posee actividades turísticas, servicios de alojamientos y bebidas, atractivos (flora y fauna) accesibilidad y facilidades para sendero, campamentos entre otros, por ende, tiene un gran potencial de desarrollo turístico local, responsable y sostenible.

### 3 METODOLOGÍA

La presente investigación, parte de una revisión bibliográfica para diseñar el marco teórico y el estado del arte del modelo de gestión turística. Como resultado, la variable y sus respectivas dimensiones muestran que el modelo de gestión turística es factible por su importancia en la articulación con la comunidad, empresas públicas y privadas, en actividades conjuntas para el desarrollo local y del país.

### 3.1 TIPO

El modelo de investigación aplicado en este estudio es empírico descriptivo, con el objetivo de analizar las características de los sujetos de estudio y la información recopilada al aplicar el enfoque mixto mediante técnicas de encuestas y pruebas de diagnóstico.

### 3.2 ENFOQUE

Esta investigación se desarrolló bajo el enfoque, cualitativa y cuantitativo, porque se requiere conocer datos numéricos de las encuestas y entrevista, que fomenta la confiabilidad del estudio.

Según Campos y Lule (2012) el método de la observación es un registro visual para examinar lo que se quiere conocer, de esa forma analizar y luego explicarlo. Por ello, es una herramienta para consignar información donde un sujeto investiga así mismo requiere de un objeto a investigar.

El método de la observación permitirá observar los procedimientos que se realicen en los establecimientos de alimentos y bebidas de la comunidad Rambuche, y permitirá alcanzar los objetivos de la presente investigación.

### 3.3 TÉCNICAS

En esta investigación se utilizó diferentes técnicas e instrumentos para recoger datos y/o hechos para su posterior análisis y comparación con referentes bibliográficos.

- Encuesta dirigida a los emprendedores para diagnosticar, y conocer las necesidades en los emprendedores gastronómicos de la comunidad.
- Entrevista dirigida a presidente de la comunidad para conocer su estructura organizativa y cuáles son las futuras estrategias de desarrollo de la comunidad.
- Ficha de observación: Aplicada a la población para conocer la infraestructura actual y plantear las posibles alternativas de servicios complementarios a la restauración.

### 3.4 MÉTODO DE TRATAMIENTO Y ANÁLISIS

Para obtener los resultados se aplicó software SPSS v. 21.00, es una herramienta tecnológica que permite obtener datos estadísticos con alto porcentaje de confiabilidad en su validación, garantizando la toma de decisiones de forma adecuada.

### 3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

De forma conceptual, para Arias et al. (2016), una población de estudio puede estar integrada por un conjunto de personas, objetivos, documentos o animales, en quienes se va estudiar un evento o fenómeno de interés; y que además comparten una característica o rasgo en común. En esta investigación, la población estará conformada por 400 personas.

Para la selección de la muestra el presente estudio, el investigador utilizó el muestreo intencional. Sobre la base de datos primarios y secundarios, el investigador seleccionó la comunidad de Rambuche, para la selección de la muestra el investigador levanto encuestas a 88 emprendedores, los mismos que fueron considerados en su totalidad para la investigación. Una muestra es considerada como un subconjunto de la población. Una de las razones para trabajar con una muestra es que con una proporción de la población se puede conseguir los objetivos de estudio con menos recursos y menor tiempo (Arias et al., 2016).

## 4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación el resultado aporta al diseño de un modelo que se dirija a la realidad del territorio y que evidencie la gestión turística, para el desarrollo comunitario.

Entre las preguntas con resultados favorables al estudio, estuvo el diagnosticar, si los emprendimientos gastronómicos, recibieron formación continuada de conocer el nivel de conocimientos en las actividades turísticas y el empoderamiento organizativo de la comunidad se analiza la siguiente interrogante:

**Tabla 1***Capacitaciones de emprendimiento y desarrollo turístico*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	22,72
NO	68	77,23
Total	88	100,0

Nota: Medición de conocimientos de emprendimientos turísticos.

Fuente: Autores (2024).

Cómo se demuestra en la tabla el 77% de los encuestados no tienen capacitaciones que fortalecen el conocimientos e innovación para emprendimientos de actividades turísticas de la comunidad, además 23% manifiesta que si reciben; considerando que pocos emprendedores se actualizan, esto indica que tampoco mantienen constantes el mejoramiento de procesos productivos, e iniciativas de innovación y desarrollo de la comunidad.

Otro resultado que del presente el estudio fue la respuesta de la pregunta de conocer las ventajas que se obtiene de recursos naturales y culturales para fomentar el desarrollo turístico de la comunidad con la finalidad de identificar los atractivos turísticos que tiene el sector de Rambuche, arrojando los resultados que a continuación presentamos:

**Tabla 2***Reconocimiento de los recursos naturales y culturales*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Válidos SI	68	77,27
NO	20	22,73
Total	88	100,0

Nota: Medición de oportunidades en recursos naturales y culturales para emprendimientos.

Fuente: Autores (2024).

En la tabla anterior, se considera al 77% de la comunidad, indica que si conoce las ventajas y las oportunidades que posee la comunidad en el uso de sus recursos naturales y culturales para fomentan el desarrollo de las actividades turística de la comunidad, el 23% manifiesta que no. Por tanto, a pesar de que poseen ventajas competitivas no se está aprovechando la oportunidad de recursos, por desconocimiento y el poco apoyo de parte de gobierno local.

En la pregunta respecto a qué si, los emprendimientos gastronómicos, requieren de información actualizada de políticas fiscales, para obtener beneficios en los incentivos tributarios que se mantienen para actividades turísticos, para esto se estableció la pregunta aportando resultados importantes, tal y como lo presentamos a continuación

**Tabla 3***Actualización de emprendedores en obligaciones tributarias*

Descripción		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	58	65,91
	NO	30	34,09
	Total	88	100,0

Nota: Medición de diagnóstico de normativas vigentes para emprendimientos.

Fuente: Autores (2024).

La tabla indica que el 66% de los emprendedores requieren de capacitaciones de normativa vigente para el buen funcionamiento de los negocios, y el 34% de los negocios populares indican que no necesitan de actualizaciones de conocimientos para su excelente funcionamiento. Los cambios constantes de políticas públicas y la necesidad de cumplir con las obligaciones impuestas de normativas vigentes, y la poca difusión de los ministerios, desfavorecen al mejoramiento de sus procesos interno de los emprendimientos de restauración. Para continuar con el proceso investigativo se plantea la siguiente interrogante, de cuáles son los factores relevantes para el desarrollo turístico de la comunidad:

**Tabla 4***Representatividad del factor más importante en el desarrollo Turístico*

Descripción		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Agricultura	23	26,14
	Ubicación vial	50	56,82
	Recursos Naturales y culturales	15	17,04
Total		88	100

Nota: Medición de diagnóstico de crear oportunidades de desarrollo para emprendimientos.

Fuente: Autores (2024).

Como se muestra en la tabla se considera qué el factor más importante para el desarrollo turístico de Cantón Jama, con un porcentaje de 57 % es la ubicación vial y el 26% es la agricultura, eso indica que los habitantes aprovecharon las ventajas de encontrarse junto a una ruta turística, seguido el 17 %, recursos naturales y culturales, puesto que es un potencial de atractivos turístico del sector.

La comunidad en gran parte tiene un gran potencial de desarrollo, y desde esa mirada se desea conocer, como ellos aprovecharon la oportunidad, además cultivar estrategias de alternativas de servicios que fomente el crecimiento económico, social, político del sector.

Se considera la pregunta objeto análisis de conocer cuál es el principal problema que tiene la comunidad para su normal funcionamiento de los emprendimientos gastronómicos que mostramos a continuación:

**Tabla 5**

*Dificultades en el desarrollo actividades turístico*

Descripción		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Políticas Públicas	25	28,41
	Deficiencia de colaboración de la comunidad	53	60,23
	Otros	1	1,14
	Total	79	89,78
Perdidos	Sistema	9	10,22
Total		88	100

Nota: Diagnóstico problemática de emprendimientos de comunidades.

Fuente: Autores (2024)

Se evidencia en la tabla que el 61 % de problemas que posee la comunidad para crecimiento el desarrollo turístico es la carencia de trabajo colaborativo comunitario, y la falta de objetivos comunes, y un 28% en las políticas públicas. Los datos permiten diagnosticar la situación real de la comunidad y cuál ha sido su mayor desventaja en el proceso operativo de sus negocios. Además, la negativa que existe a nivel interno y sobre todo tratar de dar solución a la problemática.

En la búsqueda de información asertiva para la presente investigación se plantea la siguiente interrogante, que permite medir que actividades turísticas, pueden realizar los emprendimientos turísticos, alternativo a su actividad principal.

**Tabla 6**

*Representatividad de servicio alternativo para atraer futuros visitantes*

Descripción		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sendero, ecoturismo, agroturismo	56	63,64
	Alojamiento	24	27,27
	Total	80	90,91
	Perdidos	Sistema	8
Total		88	100

Nota: Diagnóstico de futuras ofertas de servicios turísticas.

Fuente: Autores (2024).

Se detalla en la tabla que el servicio alternativo con más aceptación de la comunidad son los senderos ecológicos y el agroturismo en un 64%, y continua el alojamiento con un 27%.

Datos que servirá para la implementación de emprendimientos futuros que incluyan estos servicios. Esto manifiesta que la idea de incrementar alternativas de servicios y sobre todo aprovechar los recursos existentes, se encuentran inclinados hacia las facilidades de senderos, campamentos, ecoturismo y agroturismo, por la menor inversión y con una excelente planificación estratégica de podrá llevar a efecto.

Y por último consideramos la pregunta objeto análisis de satisfacción del turista con el destino para medir el grado de aceptación de los visitantes la comunidad, observando resultados satisfactorios en conocer el destino por qué medios de difusión tal y como mostramos a continuación:

**Tabla 7**

*Representatividad de la promoción y difusión de los emprendimientos turísticos*

Descripción		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Redes Sociales	54	61,36
	Televisión	22	25,00
	Todas las anteriores	12	13,64
	Redes Sociales/Publicidad Tradicional	0	0
	Total	88	100

Nota: Diagnóstico de estrategias para promoción de servicios turísticos.

Fuente: Autores (2024).

Se muestra en la tabla que los emprendimientos necesitan estar acorde a la vanguardia tecnológica como son las redes sociales y una implementación de publicidad tradicional a través del internet. Ya que en un 61% de los encuestados de la comunidad Rambuche exponen esta necesidad. El marketing es el esfuerzo que se hace por identificar y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ofreciendo una propuesta de valor altamente diferenciada.

## 5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De los resultados obtenidos se evidencia que el 77% de los emprendimientos turísticos no reciben capacitaciones periódicas, seguido el 23% indica que, si recibe, datos tomados de encuestas realizadas a los emprendedores turísticos de la comunidad, esto conlleva a limitaciones en innovación de sus operaciones, hasta el cierre de sus establecimientos. Mientras que Vélez et al. (2023) señala que la transmisión de conocimientos y aplicación de buenas

prácticas colaborativas fortalece las habilidades, competencias para el desarrollo de los emprendimientos turísticos.

Por lo anterior expuesto, Araque (2017) argumenta que la transformación de conocimiento es el conjunto de procesos y herramientas que permiten la integración sistémica de acciones para el aprovechamiento, utilización, creación, aplicación del valor agregado a los servicios ofertados y contribuye a la organización. (Falcones,2023) conocer las necesidades de cada lugar turístico, que contribuya a la innovación, y al fomento de nuevas alternativas de servicios turísticos, con la utilización sus recursos culturales y naturales del sector.

Toda actividad económica en Ecuador es generadora tributos. Por tanto, en la Comunidad Rambuche, se torna indispensable mantener actualizados sus conocimientos en temas de impuestos y otras normativos que permiten el funcionamiento de los emprendimientos gastronómicos en el sector, eficientes y eficaces dentro del marco legal vigente.

Por otro lado, los emprendimientos de restauración en el Cantón Jama, en cuanto a sus recursos naturales y culturales se presentan en todos los componentes que integra la naturaleza, estos a su vez pueden ser aprovechados por el individuo para satisfacer sus necesidades, siempre y cuando se los utilice de una manera correcta, la cultura, costumbres y tradiciones que conserva el sector, se toma como fortaleza para ofertar sus productos y servicios de calidad y fomentar el desarrollo turístico del lugar.

Según Ministerio de Turismo (2021) manifiesta que:

Conjunto de elementos sean naturales o culturales que poseen características sobresalientes, y que pueden ser transformados en productos a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, generando así la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes (pág.4).

Para lograr crecimiento con recursos naturales o culturales del sector, siendo estos un potencial, para el desarrollo de la comunidad, aplicando estrategias aplicadas de acuerdo a la necesidad de la comunidad.

Como señala Ministerio de Turismo (2021), que un modelo estandarizado para crear lugares con ambientes naturales propuesto se basa en 4 ejes de planificación: Beneficiarios, Servicios básicos y turísticos, Turismo de naturaleza y aventura (Outdoors) e infraestructura y promoción; además debe cumplir con dos de los aspectos más importantes del manejo de un área natural protegida con uso turístico.

Las alianzas estratégicas con actores (estado, comunidad, mercado y políticas públicas) son indispensables para llevar a cabo lineamientos de procesos estandarizados en cada comunidad en vías de desarrollo, siendo justificado la implementación de un modelo de desarrollo que permita crear lugares de turismo que mejoren las economías y permitan un crecimiento sostenido en las comunidades.

## 6 CONCLUSIONES

Como se observa en los resultados obtenidos se ha demostrado la carencia de formación en emprendimientos de servicios turísticos de las comunidades del Ecuador, aun cuando la innovación y digitalización procesos operativos son de vital importancia para el aprendizaje de los mismos, por tal efecto es elemental mantener a los emprendedores en constante capacitación, con ello permitirá fomentar el crecimiento empresarial en diferentes mercados, con el aporte de propietarios o dueños que consistirá, en la implementación de procesos de mejora continua, para el eficiente desenvolvimiento de sus operaciones.

Los emprendimientos de restauración tienen oportunidades de recursos naturales y culturales y por último su ubicación vial, esto se manifiesta con sus ventas sólo en mercado local, y no en otros, entonces se debe aprovechar todo el potencial de estos y con nuevos diseños de productos turísticos alternativos, se fomentará el desarrollo de la restauración, y el crecimiento rentable, sostenible de los emprendimientos turísticos abarcando nuevos y mejores mercados a nivel internacional.

Un modelo de gestión turística o herramienta que sirva de guía, se torna indispensable, para el desarrollo de la comunidad del Ecuador, y con la colaboración, compromiso y responsabilidades de actores involucrados como: gobierno, empresas y academia, a través promoción y difusión por medio de redes sociales y medios digitales, permitirá a la oferta de servicios complementarios a la restauración como: senderos, ecoturismo y agro ecoturismo, para el fomento y desarrollo local, nacional e internacional. En este sentido un modelo, genera en los emprendimientos turísticos el camino para una planificación estratégica estructurada con recursos básicos y atractivos para ser competitivos en nuevos mercados.

## REFERENCIAS

Abril, L. (2022). *Turismo generó USD 1 000 millones Líderes*. <https://www.revistalideres.ec/lideres/turismo-genero-millones-ecuador-ministro.html>

- Araque, Y. D. V. C., Peralta, C. M. P., de Meriño, C. Y. M., & Córdoba, V. H. M. (2017). Emprendimiento sostenible: una visión integral en la gestión del conocimiento. *Revista de Geografía Agrícola*, (58), 47-54.
- Astawa, K., Suardani, A. A. P. & Harmini, A. A. (2018). Explorative study on management model of tourism business zone at Kuta, Bali. *Journal of Physics: Conference Series*, 953(1). [file:///C:/Users/USER/Downloads/Management\\_models\\_of\\_tourism\\_industry\\_The\\_case\\_of\\_%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Management_models_of_tourism_industry_The_case_of_%20(2).pdf)
- Falcones, A. C. V., Cevallos, D. A. V., Plazo, J. G. P., Velásquez, J. M., Rosado, D. F. Á., Okafor, C. C., ... & Macías, J. D. Z. (2023). La importancia del flujo de turistas y sus efectos en el desarrollo sostenible. *Revista de Gestão e Secretariado*, 14(10), 17071-17089.
- Hosteltur. (2022). Cuatro tendencias que dan forma a los viajes sostenibles en 2022 | Economía. *Hosteltur: Toda la información de turismo*. Recuperado 22 de febrero de 2023, de: <https://www.hosteltur.com/151149-cuatro-tendencias-quedan-forma-a-los-viajes-sostenibles-en-2022.html>
- Lemoine, F. Á., Carvajal, G., Chávez, A., Párraga, S., & Vargas, R. (2022). *Plan de negocios: estrategias exitosas para la comercialización Caso ASOPROPESA*. <https://mawil.us/plan-negocios/>.
- Lemoine, F. A., Bazurto, J. R., Martínez, M. B., Castellanos, G., Zamora, & Aracely, Y. (2021). *Plan de negocios. Siete pasos para triunfar*. Manta: <https://munayi.uleam.edu.ec/plan-de-negocios-siete-pasos-para-triunfar/>.
- Lemoine, F. Á., Hernández, N. R., Castellanos, G. M., & Delgado, Y. L. (2022). *Plan de Negocio: Metodología de Diseño en Tiempo de Crisis*. INDTEC, C.A: [https://www.indteca.com/omp/index.php/Coleccion\\_Indtec/catalog/book/9](https://www.indteca.com/omp/index.php/Coleccion_Indtec/catalog/book/9).
- Lemoine F. A. L., Calderón, M. G. M., & Rodríguez, N. R. H. (2023). Plan de negocio y emprendimientos: contribución al fortalecimiento comercial en el destino Sucre-San Vicente. *Gestionar revista de empresa y gobierno*, 3(3), 56-67. doi: <http://dx.doi.org/10.35622/j.rg.2023.03.005>
- Llupart, M. R. N., Naranjo, A. P., Llaver, L. R. M., Entenza, N. P., Naranjo, L. P., & González, Y. L. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. *RECUS. Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, ISSN 2528-8075, 4(1), 16-25. [file:///C:/Users/USER/Downloads/1749-Art%C3%ADculo-5534-4-10-20190430%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/1749-Art%C3%ADculo-5534-4-10-20190430%20(1).pdf)
- Ministerio de Turismo (2021). *Manual para estructura de productos con base a un atractivo turístico*.
- Ortega, J. L. C. & Dagostino, R. M. C. (2023). Percepción del sector turístico sobre la resiliencia comunitaria en Puerto Vallarta, México ante un desastre como el COVID-19. *Revista Internacional de Desarrollo Sostenible y Planificación*, 18(6).
- Reinoso, N. G. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 11(2), 81-108. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6311570>

- Rodríguez, E. R. (2022). *Modelo de gestión para el desarrollo de estrategia comercial a microempresas en Salina Cruz, Oaxaca*.
- Papadopoulou, G. (2020) Management Models of Tourism Industry: The Case of Greece. *Open Science Journal*.
- Rojas Pérez, L. S. (2019). *Destinos turísticos inteligentes. Una aproximación a Castellón como destino inteligente*. [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/186266/TFG\\_2019\\_Rojas\\_Perez\\_Luz\\_Stefanny.pdf?sequence=1](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/186266/TFG_2019_Rojas_Perez_Luz_Stefanny.pdf?sequence=1)
- Vélez Falcones, AC, Pérez Plaza, JG, Merino Velásquez, J., & Meneses Pantoja, WR (2023). Perspectiva del turismo en el desarrollo de las comunidades de la provincia de Manabí – Ecuador. *Salud, Ciencia Y Tecnología - Serie De Conferencias*, 2(206). <https://doi.org/10.56294/sctconf2023206>
- Vélez-Falcones, A. C., Mendoza-Zambrano, M. G., & Santana-Sornoza, J. W. (2023). Vinculación con la comunidad, desde la percepción de servidores turísticos de la comunidad la Chorrera, Cantón Pedernales. *MQRInvestigar*, 7(3), 151-164. <https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/445>