



Modelo y procedimiento de gestión para el desarrollo del proyecto turístico Quinta Lucía

Autores: Enrique Saúl Caluña Palacios
Pontificia Universidad Católica del Ecuador, **PUCE**
enrique.s.caluna.p@pucesa.edu.ec
Ambato, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-7716-1828>

Vladimir Vega Falcón
Universidad Autónoma de los Andes, **UNIANDES**
vega.vladimir@gmail.com
Ambato, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-0140-4018>

Resumen

El proyecto turístico Quinta Lucía, se ubicará en el cantón Cevallos, Ecuador, es un emprendimiento turístico alineado con la sostenibilidad. El objetivo del estudio fue diseñar un modelo y procedimiento de gestión sostenible. El estudio fue descriptivo, a nivel teórico analítico-sintético, inductivo-deductivo y analítico sistémico. La muestra estuvo conformada por 367 habitantes, 30 turistas y 15 empleados de los Departamentos de Turismo y Cultura del Gad Municipal, a quienes se aplicó una encuesta. Los hallazgos evidencian que la gestión sostenible según el personal tuvo nivel aceptable con media máxima de 4,4667; los valores mínimos de media en la encuesta habitantes fueron 2,8883 (nivel medio). Los turistas les gustaría los servicios gastronómicos tradicionales 63,3% (n=19) y el objetivo de su visita predominante 56,7% (n= 17) fue degustar la gastronomía. Se diseñó el modelo, basado en los entramados institucionales elaborándose una estructura organizacional para un destino particular. El modelo propuso estrategias: 1. Coordinación social de redes de participación; 2. Gestión económica financiera para la inversión; 3. Planificación e innovación de servicios; 4. Marketing y comercialización estratégica; y 5. Fortalecimiento de la calidad de los servicios turísticos, que contienen objetivos aplicables en diferentes ámbitos que le den un carácter integral a la intervención.

Palabras clave: gestión; modelo; procedimiento; proyecto; turismo.

Código de clasificación internacional: 5312.90 - Economía sectorial. Turismo.

Cómo citar este artículo:

Caluña, E., & Vega, V. (2022). **Modelo y procedimiento de gestión para el desarrollo del proyecto turístico Quinta Lucía**. *Revista Científica*, 7(25), 62-81, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2022.7.25.3.62-81>

Fecha de Recepción:
23-04-2022

Fecha de Aceptación:
11-07-2022

Fecha de Publicación:
05-08-2022



Management model and procedure for the development of the Quinta Lucía tourism project

Abstract

The Quinta Lucía tourism project, will be located in the Cevallos canton, Ecuador, is a tourism venture aligned with sustainability. The objective of the study was to design a sustainable management model and procedure. The study was descriptive, at a theoretical-synthetic, inductive-deductive and systemic analytical level. The sample consisted of 367 inhabitants, 30 tourists and 15 employees of the Departments of Tourism and Culture of the Municipal Gad, to whom a survey was applied. The findings show that sustainable management according to the staff had an acceptable level with a maximum average of 4.4667; the minimum mean values in the inhabitants survey were 2.8883 (medium level). Tourists would like traditional gastronomic services 63.3% (n=19) and the objective of their predominant visit 56.7% (n= 17) was to taste gastronomy. The model was designed, based on the institutional frameworks, developing an organizational structure for a particular destination. The model proposed strategies: 1. Social coordination of participation networks; 2. Financial economic management for investment; 3. Service planning and innovation; 4. Marketing and strategic marketing; and 5. Strengthening the quality of tourist services, which contain applicable objectives in different areas that give an integral character to the intervention.

Keywords: management; model; procedure; project; tourism.

International classification code: 5312.90 - Sectoral economy. Tourism.

How to cite this article:

Caluña, E., & Vega, V. (2022). **Management model and procedure for the development of the Quinta Lucía tourism project.** *Revista Científica*, 7(25), 62-81, e-ISSN: 2542-2987. Recovered from: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2022.7.25.3.62-81>

Date Received:
23-04-2022

Date Acceptance:
11-07-2022

Date Publication:
05-08-2022



1. Introducción

En la actualidad, el sector turístico hace una contribución significativa a la economía. Sin embargo, a pesar de ser una fuente de grandes beneficios, su crecimiento no planificado también contribuye significativamente a la degradación ambiental y los impactos socioculturales negativos (Álvarez-García, Durán-Sánchez y Del Río-Rama, 2018). Hay conceptos esenciales que deben integrarse en la implementación de nuevos emprendimientos turísticos por las posibilidades en contar con organizaciones eficientes (Papadopoulou, 2020).

En el Ecuador, alcanzar el buen vivir es un reto en el ámbito turístico, por la falta de apoyo gubernamental y las limitadas políticas públicas que fortalezcan la implementación de proyectos turísticos. Otro obstáculo es la falta de personal calificado en actividades turísticas (Reinoso, 2017a). La pandemia del COVID-19, fue determinante en la crisis del sector turístico, pero mucho antes la industria turística nacional, sufre de pocas políticas de gestión.

El sector de la hostelería y el turismo requiere modelos de gestión y de negocio sofisticados integrales para superar la dinámica empresarial, intensivo en conocimiento y consensuado, fundamentado en la necesidad de mejora de la gobernanza turística (Hernández, 2016). En este sentido, hay que considerar la belleza del cantón ecuatoriano de Cevallos, su fauna y flora, las características de la población, la identidad cultural, que debe emerger en el proyecto turístico como parte de su marca.

El proyecto turístico Quinta Lucía, en el cantón Cevallos constituye un emprendimiento que brinda una serie de beneficios, que tiene como finalidad fortalecer la oferta turística, pero partirá de la implementación de herramientas de un modelo de gestión sostenible, en el cual se presente una serie de estrategias para llegar a los posibles clientes, interesados en lugares diferentes integrados con la naturaleza.

De acuerdo con Ornés (2009), citado por Pearce (2016a): plantea que



los modelos de funciones tienen “[...] cuatro componentes estratégicos [planificación; inversiones y proyectos; mercadeo; y desarrollo social y económico] [...]” (pág. 9). Al diseñarse un modelo de gestión turística integrado y participativo, debe fortalecerse la oferta turística, con elementos que contribuyen al desarrollo local y social, para aprovechar los recursos naturales y culturales, conjuntamente con la satisfacción de los visitantes y las comunidades, con las características de un turismo sostenible (Cayotopa, 2018).

La gestión del sector turístico debe abarcar todos los principios de administración que definen la moral de la comunidad, los valores sociales y la sostenibilidad ambiental, para empoderar a los visitantes para que disfruten de sus emprendimientos turísticos (Astawa, Suardani y Harmini, 2018). En este contexto es necesario el uso de un modelo de gestión que ayude a fortalecer el desarrollo de la actividad turística, a través de la conformación de estrategias e indicadores con resultados óptimos (Bayas-Escudero y Mendoza-Torres, 2018).

El modelo de gestión ayuda a los profesionales e investigadores a comprender las formas existentes de hacer negocios, su valor ambivalente y cómo cambiar estas formas en beneficio del sector turístico para sobrevivir a las transformaciones de los mercados (Casadesus-Masanell y Heilbron, 2015). También facilita la organización de actividades coordinadas entre los actores turísticos, requiriéndose un discernimiento entre las dimensiones y variables estratégicas de la sustentabilidad, basándose en los procesos de identificación, análisis y seguimiento (Reinoso, 2017b).

Desde una perspectiva práctica, el concepto tiene un atractivo intuitivo para el razonamiento estratégico y empresarial, describe de manera integral cómo se crea y captura el valor siguiendo una lógica procedimental de entrada-rendimiento-salida (Reinhold, Zach y Krizaj, 2017). Los modelos de gestión presentan una variedad de opciones, en el ámbito turístico, no solo



relacionados con la administración sino con el turismo sostenible. Al respecto, se revisa lo que mencionan Barrado (2004); y Fernández (2004), citados por Naranjo, Pelegrín, Marín, Pelegrín, Pelegrín y López (2019a), que presentan cuatro modelos de gestión turística.

El primero, se relaciona con los modelos generales o de sistemas, dirigido a la competitividad y sustentabilidad de los destinos. El segundo, es el modelo de procesos considerándose como base el marketing. El tercero, el modelo de funciones propone la implementación de acciones para la ejecución y realización de los objetivos. El cuarto, el modelo organizacional detalla que el tipo, el número de las funciones, varían constantemente según la escala y el nivel de desarrollo turístico (Naranjo, Pelegrín, Marín, Pelegrín, Pelegrín y López, 2019b). Los modelos en los proyectos turísticos deben considerar el ámbito sociocultural y ambiental, la relación entre las partes interesadas y el medio ambiente (Maftuhah y Wirjodirdjo, 2018).

Los modelos deben identificar y evaluar los factores externos e internos significativos del destino. Se respondió a la siguiente interrogante ¿Cuáles son las relaciones y los factores significativos de los diversos modelos de gestión? (Pearce, 2016b). Al plantearse la pregunta se estructura el diseño del modelo según las necesidades del sector turístico.

La metodología del modelo de gestión turística estará sustentada en la organización y manejo del turismo sostenible, a través del diagnóstico y planificación del sector, sustentándose en investigación profunda. Mencionando a Vitale, López-Guzmán, Pérez y Di Clemente (2019): el mercado emergente necesita conocer un conjunto de patrones potenciales y no descubiertos del turismo: el conocimiento de perfiles diversificados, actitudes psicográficas, motivaciones.

El objetivo de la investigación es analizar los modelos y procedimientos de gestión turística presentes en la literatura científica para el diagnóstico de los factores externos e internos de la gestión turística del cantón Cevallos,



presentándose el perfil del turista y elaborar un modelo y procedimiento de gestión para el desarrollo del proyecto turístico Quinta Lucía en el Cantón Cevallos, Ecuador, con sustento en los hallazgos obtenidos de la encuestas aplicadas según la metodología propuesta.

2. Metodología

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, una vez que se apeló a la estadística descriptiva. Se procedió al desarrollo de un análisis situacional comunitario, apoyándose de información estadística que se presentó en frecuencias y porcentajes, con la finalidad de relacionar las dimensiones presentadas y factibilidad de la implementación del modelo.

El tipo de investigación fue descriptivo basado en el análisis de variables y necesidades de la muestra seleccionada, con la finalidad de definir los servicios que requieren, según sus gustos, actitudes y experiencias, las cuales establecen las características y especificaciones del proyecto turístico.

Para la aplicación del cuestionario de encuesta se seleccionó la población económicamente activa (PEA) del cantón Cevallos, la proyección para el año 2020 es de 8.124 personas. Para la determinación de la muestra de la población se aplicó una fórmula muestral, obteniéndose como 367 habitantes. Adicionalmente, de manera aleatoria y por la situación de la pandemia se seleccionaron 30 turistas. En relación con los funcionarios, se encuestó a 15 empleados de los departamentos de turismo y cultura.

Las técnicas empleadas fueron la encuesta, la misma que se basó en recolectar la información sobre opiniones, experiencias, conocimientos y comportamiento específicos relacionados con el turismo en el cantón Cevallos y la determinación de las necesidades en el diseño del proyecto turístico, basándose en una escala Likert, se elaboraron tres cuestionarios para la muestra seleccionada. Otras herramientas utilizadas fueron el análisis FODA para definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector



turístico local. Finalmente, se utilizó el análisis PESTEL, para el diagnóstico externo del mercado turístico.

3. Resultados

Para el desarrollo de los resultados se partió de fases específicas, la primera el diagnóstico de la situación, con un análisis externo, interno y la aplicación de las encuestas, la segunda fue el diseño del modelo y la tercera las actividades de control.

3.1. Diagnóstico y análisis de la situación

3.1.1. Análisis de factores externos

Para el análisis de los factores externos se seleccionó la herramienta denominada PESTEL, la cual describió la situación del sector turístico nacional y provincial, afectada por la crisis económica y el COVID-19.

Los factores políticos están representados por las actividades turísticas se han regulado a través de políticas estatales en la provincia de Tungurahua, el Gobierno Provincial incentivó políticas promocionales que fomentan los servicios turísticos y los atractivos de todos los cantones de la provincia, para lo cual se elaboraron proyectos e iniciativas con universidades, para crear diferentes productos comunicacionales.

Los factores económicos establecen que el turismo en el Ecuador se destaca por ser la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del camarón y el banano, constituyéndose en un sector relevante en la economía nacional. En el 2018, el turismo contribuyó directamente con el 2,9% del PIB nacional y de forma indirecta con el 6,0%, según las cifras del *World Travel and Tourism Council – WTTC*, señalado por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2021a).

Los factores sociales detallan que el turismo contribuyó en el 2018 con 199,7 miles de puestos de trabajo, es decir, el 2,6% del empleo total nacional,



con un incremento del 2,2% para el 2019, con un cálculo de aumento de un promedio del 2,4% anual con 248,8 miles de empleados hasta el 2019, con posibles cambios en la proyección por la pandemia, según el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2018).

Los factores tecnológicos en el Ecuador, han crecido el desarrollo tecnológico, hay mayor utilización de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, que han sido usados por agencias de viajes, hoteles, hosterías para la promoción de sus servicios a clientes nacionales y extranjeros.

Los factores jurídicos de la actividad turística se han respaldado en la Ley de Turismo, que tiene como fin, favorecer en la elaboración de normas técnicas y políticas de promoción, atraer inversión nacional y extranjera, proteger el medio ambiente, los recursos naturales y culturales que cimienten calidad del turismo. La norma está respaldada de la Resolución Nro. 001-CNC-2016 que regula las atribuciones de los GADs a nivel metropolitano, municipal y parroquial, que ayuda a la implementación de procesos y políticas locales para el manejo de la industria turística, como afirma el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2021b).

Los factores ambientales detallan que Ecuador posee una gran biodiversidad, con parajes únicos que interesan a turistas nacionales y extranjeros. El Ministerio del Ambiente desarrolla políticas para la protección del medio ambiente a nivel nacional, por lo cual los Gad Municipales han incentivado la implementación de departamentos ambientales, encargados de cuidar las áreas verdes y desarrollar actividades de cuidado, reforestación en sectores que requieren protección ambiental.

3.1.2. Análisis FODA

Se expone el resultado de los elementos del análisis FODA, presentado en el cuadro 1.

Cuadro 1. Análisis FODA.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Atractivos turísticos naturales para visitantes. Renovación de los servicios a los turísticas nacionales y extranjeros Implementación de rutas turísticas de visita al cantón. Tradición cultural única del cantón Cevallos. Crecimiento de las actividades agroecológicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo del Gobierno provincial a iniciativas turísticas locales. Promoción de campañas que incentivan los destinos seguros en el Ecuador. Incentivo a fomentar el turismo de aventura como alternativa de desarrollo sostenible. Interés de inversores por sitios con atractivos naturales únicos.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Deficiente utilización de herramientas digitales para la promoción de los servicios turísticos del cantón. Limitada información sobre los servicios turísticos y los servicios de alimentación tradicionales. Deficiente apoyo al turismo sostenible en el cantón. Baja participación de la comunidad en emprendimientos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Crisis del sector turísticos por el COVID-19. Quiebre de empresas turísticas por cierre de actividades. Disminución de la inversión en servicios turísticos. Carencia de incentivos fiscales y reducción de impuestos a los emprendimientos turísticos locales.

Fuente: Los Autores (2022).

3.1.3. Diagnóstico de la gestión turística según los habitantes del cantón

Para iniciar el modelo, se elaboró un diagnóstico integral de las características del turismo en el cantón con la aplicación de la encuesta a sus habitantes. La mayor parte fue del sexo masculino con el 72,2% (265), un porcentaje representativo tiene la edad 41 a 60 años con el 38,4% (n=141), viven en zona urbana el 64% (235), son comerciantes el 42,5% (156) y por lo general son casados el 60,8% (223).

De las dimensiones evaluadas de la gestión turística, los datos establecen que la primera dimensión, contexto social y municipal tiene un nivel medio con 57,2% (n=210) que responden que no están de acuerdo ni en desacuerdo con la administración y promoción turística del turismo del Cantón Cevallos.

La segunda dimensión, trata acerca de las motivaciones y expectativas, presenta dos resultados, un nivel medio con 30,5% (n = 112) y el 22,9% es media baja. La organización y dirección como tercera dimensión califica como



nivel medio con el 31,3% (n = 115), medio bajo con el 30,8% (n = 113) y medio alto con el 30% (n = 110). Finalmente, la última dimensión de la calidad turística y control detallan el 48,8% (n = 179) obtiene un nivel medio.

En la información obtenida de la estadística descriptiva de la información obtenida de la gestión de la Municipalidad, se establece que se presenta en nivel medio, según la población del cantón encuestada, constituyéndose el contexto social y municipal con la media más baja de las dimensiones evaluadas a través de la encuesta.

3.1.4. Análisis del contexto interno de la gestión municipal

El personal dedicado a gestión municipal evalúa las dimensiones que influyen en la administración turística cantonal. En la tabla 1 acerca de los niveles de gestión turística presentes en la municipalidad, son calificados con un nivel alto en las cuatro dimensiones que oscilan entre el 60% (n = 9) y 66,7% (n = 10) que demuestra fortalezas en la gestión del municipio que puede constituirse en una oportunidad para el desarrollo del proyecto turístico. Las medias de la encuesta del personal de las dimensiones evaluadas, se ubican en un nivel alto según la opinión de los empleados del Gad Municipal de Cevallos.

Tabla 1. Niveles de gestión turística desde el contexto municipal.

	Medio baja	Medio	Medio alto	Alto	Media
Contexto social y municipal	1 (f=6,7)	2 (f=13,3)	3 (f=20,0)	9 (f=60,0)	4,3333
Motivaciones y expectativas	1 (f=6,7)	3 (f=20,0)	2 (f=13,3)	9 (f=60,0)	4,2667
Organización y dirección	1 (f=6,7)	2 (f=13,3)	3 (f=20,0)	9 (f=60,0)	4,3333
Calidad turística y control		3 (f=20,0)	2 (f=13,3)	10 (f=66,7)	4,4667

Fuente: Los Autores (2022).



3.1.5. Comparación de resultados encuesta personal y habitantes del cantón

La correlación de Pearson demuestra una muy baja relación entre la dimensión motivaciones y expectativa y el contexto social-municipal = 0,300, en cambio una correlación media entre organización-dirección y contexto social y municipal con 0,566. Finalmente, o la calidad turística y control tienen una relación baja con motivaciones-expectativa y la dimensión organización dirección. Las dimensiones tienen una relación significativa con un *p-value* = menor que 0,05.

La tabla 2 establece una correlación considerable entre todas las dimensiones de las respuestas obtenidas del personal, excepto entre la calidad turística y la organización - dirección que es calificada como media. La organización y dirección y el contexto social y municipal tienen una correlación perfecta positiva por obtener un valor de 1. Las dimensiones tienen una relación significativa con un *p-value* = menor que 0,05.

Tabla 2. *P-value* y relación de las dimensiones evaluadas.

<i>P-value</i> y relación entre las dimensiones de la población del cantón			
		Motivaciones y expectativas	Organización y dirección
Contexto social y municipal	Correlación de Pearson	,300	,566
	<i>p-value</i>	,000	,000
Calidad turística y control	Correlación de Pearson	,342	,321
	<i>p-value</i>	,000	,000
<i>P-value</i> y relación entre las dimensiones del personal de la Gad Municipal de Cevallos.			
		Motivaciones y expectativas	Organización y dirección
Contexto social y municipal	Correlación de Pearson	,827	1,000
	<i>p-value</i>	,000	,000
Calidad turística y control	Correlación de Pearson	,841	,585
	<i>p-value</i>	,000	,022

Fuente: Los Autores (2022).

3.1.6. Perfil del turista que visita el cantón Cevallos

Para un análisis específico es necesario establecer el perfil de los turísticos que acuden a diseñar las estrategias del modelo, en el contexto de

la gestión. La mayor parte pertenecen al sexo femenino con el 60% (n = 18), son personas jóvenes entre 20 a 40 años con el 33,3% (De 31 a 40 años, n = 10) y el 30% (De 20 a 30 años, n = 9) respectivamente. El 50% (n = 15) son casados y el 43,3% (n = 13) en cambio solteros, se dedican al comercio con el 30% (n = 9) y son empleados públicos con el 26,7% (n = 8). Los turistas en un 43,3% (n = 13) son de otros cantones o ciudades del Ecuador, el 30% (n = 9) cantón Quero y 16,7% (n = 5) es de la ciudad de Ambato.

Al considerar el modelo es necesario establecer el perfil del turista sistematizado en la tabla 3, el 40% (n = 12) visitan cada quince días y el 30% lo hace anualmente que representa 1 vez año. La mayor parte visitan el cantón con su familia con el 60% (n= 18). También conocieron el cantón Cevallos con una visita previa con el 76,7% (n= 23). El objetivo de su visita para el 56,7% (n= 17) es degustar de la gastronomía y realizar turismo urbano y comercial con el 26,7% (n = 8). Los turistas permanecen solo de 1 a 2 días con el 70% (n=21), tienen preferencia por hostales con el 40% (n=12) y hoteles con el 23,3% (n=7). El tipo de servicios que le gustaría en el proyecto turístico en el cantón Cevallos según el 63,3% (n = 19) son los servicios gastronómicos tradicionales del cantón.

Tabla 3. Perfil de los turistas.

Perfil del turista					
¿Con que frecuencia visita el cantón Cevallos?			¿Con quién (es) visita el cantón Cevallos?		
	F	%		F	%
Cada quince días	12	40	Solo	3	10
Una vez al mes	2	6,7	Pareja	6	20
Trimestralmente	4	13,3	Amigos	1	3,3
Semestralmente	3	10	Familia	18	60
Anualmente	9	30	Compañeros de trabajo	2	6,7
¿Cuál es el principal objetivo de su visita al cantón?			¿A través de qué medios de comunicación conoció el cantón Cevallos?		
	F	%		F	%
Gastronomía	17	56,7	Visita previa	23	76,7
Turismo urbano y comercial	8	26,7	Campañas turísticas	1	3,3
Visita a familiares o amigos	4	13,3	Recomendaciones de amigos/familiares	6	20

Artículo Original / Original Article

Enrique Saúl Caluña Palacios; Vladimir Vega Falcón. Modelo y procedimiento de gestión para el desarrollo del proyecto turístico Quinta Lucía. *Management model and procedure for the development of the Quinta Lucía tourism project.*

Visita a mercados y sitios de artesanía	1	3,3			
¿Cuántos días permaneció en el cantón Cevallos?		F	%	¿Dónde prefirió hospedarse?	
1 a 2 días	21	70	Hotel	7	23,3
3 a 4 días	8	26,7	Hostal	12	40
5 a 6 días	1	3,3	Hostería Casa de algún amigo o familiar	3	10
			Casa de algún amigo o familiar	8	26,7
¿Qué tipo de servicios le gustaría en proyecto turístico en el cantón Cevallos?					
Servicios preferidos	F	%	Servicios con menor predilección	F	%
Servicios gastronómicos tradicionales del cantón	19	63,3	Camping	1	3,3
Gastronomía nacional e internacional	8	26,7	Tour por el cantón Cevallos	1	3,3
			Turismo de aventura	1	3,3

Fuente: Los Autores (2022).

Los estadísticos descriptivos obtenidos de las encuestas presentados en la tabla 4 establecen que estarían dispuestos a visitar el proyecto turístico porque la media es mayor 1 y acerca 2, es decir, que la mayor parte le gustaría un proyecto turístico, conocer su misión, visión y servicios a través de redes sociales que incentive a visitar el cantón Cevallos.

Tabla 4. Estadísticos descriptivos.

Ítems	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Gusto por visitar un proyecto turístico que fomenta los atractivos naturales y culturales	1,00	2,00	1,8333	,37905
Conocimiento de la misión y visión del proyecto turístico	1,00	2,00	1,7000	,46609
Conocimiento a través de redes sociales sus instalaciones y servicios	1,00	2,00	1,7667	,43018
Envío de información acerca de los servicios turísticos a través de WhatsApp o correo electrónico	1,00	2,00	1,7000	,46609
Proyecto turístico le incentivaría a visitar con mayor frecuencia Cevallos	1,00	2,00	1,5000	,50855

Fuente: Los Autores (2022).

Luego de un análisis de los modelos, se selecciona el modelo de gestión de destinos turísticos, fundamentado en lo organizacional, denominado o

sistemas de gobernanza. Este modelo considera los entramados institucionales y se elabora una estructura organizacional para un destino particular.

El modelo presenta un plan basado en estrategias organizacionales. El primer punto planteado es la filosofía organizacional, los objetivos estratégicos y se presentan las estrategias. La tabla 5 muestra el modelo sistematizado en componentes relacionados con la estructura administrativa estratégica de un proyecto turístico relacionado con el desarrollo turístico del cantón Cevallos.

Tabla 5. Diseño del modelo de gestión.

I. Filosofía institucional	Descripción de los componentes del modelo	
a) Misión	Gestionar el desarrollo y ejecución de un proyecto turístico a través de una estructura organizativa y estratégica con responsabilidad socioambiental direccionado a la promoción de los atractivos naturales y gastronómicos de Cevallos, según las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros,	
b) Visión	Para el 2026 gestionar y posicionar un proyecto turístico que fomente los atractivos naturales y gastronómicos de Cevallos, con la finalidad de promocionar servicios de calidad, con talento humano capacitado, comprometido con el desarrollo sustentable y socioeconómico de los habitantes del cantón.	
c) Valores	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad socioambiental • Honestidad y transparencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética ambiental • Comunicación con resultados • Eficiencia institucional
II. Objetivos estratégicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecer la coordinación social de los actores turísticos locales. 2. Contribuir a la generación de recursos financieros a través de la búsqueda de inversión reembolsable y no reembolsable. 3. Presentar un proyecto turístico innovador basado en una planificación eficiente y eficaz de sus recursos económicos, talento humano y actores participantes. 4. Gestionar de manera eficiente la promoción de los servicios turísticos. 5. Fortalecer la calidad de los servicios turísticos del cantón 	
III. Estrategias y actividades	Estrategias	Actividades
	1. Coordinación social de redes de participación	<ol style="list-style-type: none"> A. Impulsar alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas. B. Crear un grupo de apoyo y gestión de los servicios turísticos con la participación de la comunidad, autoridades y gestores turísticos.
	2. Gestión económica financiera para la inversión del proyecto turístico	<ol style="list-style-type: none"> A. Diseñar un plan de negocios para analizar la factibilidad técnica económica del proyecto turístico. B. Presentación del proyecto ante grupos de inversión para la obtención de fondos reembolsable y no reembolsables.
	3. Planificación e innovación de servicios turísticos	<ol style="list-style-type: none"> A. Diseñar un mapa de procesos para la gestión del proyecto turístico. B. Elaboración e implementación de un plan de interpretación ambiental como instrumento



Artículo Original / Original Article

Enrique Saúl Caluña Palacios; Vladimir Vega Falcón. Modelo y procedimiento de gestión para el desarrollo del proyecto turístico Quinto Lucía. *Management model and procedure for the development of the Quinto Lucía tourism project.*

		dirigido a los visitantes del proyecto.
		C. Presentar un plan de gestión de talento humano para la selección y formación de personal capacitado y comprometido.
	4. Marketing y comercialización estratégica	A. Diseñar una herramienta para la gestión estratégica de clientes (turistas) que ayude al diseño de una base de datos de clientes potenciales y frecuentes. B. Crear herramientas de marketing digital para el diseño de videos promocionales de los servicios gastronómicos preferidos por los turistas. C. Participación en ferias turísticas de la provincia y nacionales en representación del cantón Cevallos. D. Ofertar visitas a los medios de comunicación y firmar convenios de cooperación. E. Investigación de mercado anual, acerca del nivel de satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros.
	5. Fortalecimiento de la calidad de los servicios turísticos	A. Elaborar normas básicas de atención turística. B. Diseñar una encuesta de eficiencia de los servicios turísticos de manera anual. C. Implementar un Cuadro de Mando Integral (CMI) para la gestión de indicadores de desempeño financiero, de cliente, de procesos y aprendizaje crecimiento.
	Control	Evaluación
IV. Control y evaluación	Encuesta de satisfacción con la calidad del proyecto turístico.	Permanente de la aplicación de las estrategias para el nivel de evaluación de cumplimiento.

Fuente: Los Autores (2022).

El propósito del modelo se sustenta en la gestión integral y participativa, porque se requiere desarrollar estrategias en las cuales la comunidad participe, que ayude a posicionar los servicios gastronómicos tradicionales del cantón, se debe ofertar experiencias novedosas, que generen encadenamientos turísticos que dinamice la economía de la población local.

4. Conclusiones

En el contexto de la investigación el modelo de gestión debe partir del conocer el perfil del consumidor, este caso el turista quien será el principal beneficiario, los datos demuestran que la estrategia requiere considerar las variables de la gastronomía y los servicios gastronómicos tradicionales. El



mercado emergente que necesita conocer un conjunto de patrones potenciales y no descubiertos del turismo: el conocimiento de perfiles diversificados, actitudes psicográficas, motivaciones. Todas estas cuestiones podrían destacarse agregando refinamientos útiles para una mejor comprensión de los consumidores.

El diagnóstico establece la necesidad de fortalecer las herramientas de gestión turística, con mecanismos que promocionen los servicios, destacándose los gastronómicos, por la viabilidad al desarrollo del proyecto y el interés por comunicar sus beneficios a través de redes sociales. Un alto porcentaje le gustaría visitar un proyecto turístico que fomente los atractivos naturales y culturales del cantón Cevallos.

Las dimensiones evaluadas en la encuesta al personal tuvieron un nivel aceptable, en el contexto social y municipal, Motivaciones y expectativas, Organización y dirección y Calidad turística y control. En cambio, en la encuesta de los habitantes fue medio, el Contexto social y municipal, Motivaciones y expectativas, Organización y dirección y Calidad turística y control. Las dimensiones tuvieron una relación significativa según el p valor p.

Hay variedad de modelos de gestión con enfoque turístico, por lo cual es necesario una selección, al considerarse que la evaluación no es generalizada del sector, no está planteándose un plan de negocios para un proyecto o servicio turístico, en cambio, se parte del enfoque de gestión administrativa, por lo cual es una opción en el planteamiento de modelo organizacional.

5. Referencias

- Astawa, I., Suardani, A., & Harmini, A. (2018). *Explorative study on management model of tourism business zone at Kuta, Bali. Journal of Physics: Conference Series*, 953, 1-6, e-ISSN: 1742-6596. Recovered from: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012074>



- Álvarez-García, J., Durán-Sánchez, A., & Del Río-Rama, M. (2018). **Scientific Coverage in Community-Based Tourism: Sustainable Tourism and Strategy for Social Development.** *Sustainability*, 10(4), 2-18, e-ISSN: 2071-1050. Recovered from: <https://doi.org/10.3390/su10041158>
- Bayas-Escudero, J., & Mendoza-Torres, M. (2018). **Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador.** *Dominio de las Ciencias*, 4(2), 81-102, e-ISSN: 2477-8818. Recuperado de: <https://doi.org/10.23857/dc.v4i2.779>
- Casadesus-Masanell, R., & Heilbron, J. (2015). **The Business Model: Nature and Benefits.** *Harvard Business School Strategy Unit Working*, (15-089), 1-26. Recovered from: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2606692>
- Cayotopa, C. (2018). **Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa, para el fortalecimiento de la oferta turística cultural.** *Ucv Hacer: Revista de Investigación y Cultura*, 7(3), 77-85, e-ISSN: 2414-8695. Recuperado de: <https://doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v7n3a8>
- Hernández, R. (2016). **Impactos económicos del turismo.** En E. Simancas, M. Parra (Ed.), *¿Existe un modelo turístico canario?*. (págs. 8-31). España: Universidad de La Laguna.
- Maftuhah, D., & Wirjodirdjo, B. (2018). **Model for developing five key pillars of sustainable tourism: A literature review.** *AIP Conference Proceedings*, 1977(1), 1-16, e-ISSN: 1551-7616. Recovered from: <https://doi.org/10.1063/1.5042979>
- MINTUR (2018). **Catastro de Servicios Turísticos: Visualizador del número de establecimientos registrados.** Ecuador: Ministerio de Turismo.
- MINTUR (2021a,b). **Plan Estratégico Institucional.** Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Naranjo, M., Pelegrín, A., Marín, L., Pelegrín, N., Pelegrín, L., & López, Y.



- (2019). **Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas.** *Recus: Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 4(1), 16-25, e-ISSN: 2528-8075. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7001764>
- Papadopoulou, G. (2020). **Management models of tourism industry: The case of Greece.** *Osj: Open Science Journal*, 5(1), 1-16, e-ISSN: 2466-4308. Recovered from: <https://doi.org/10.23954/osj.v5i1.2354>
- Pearce, D. (2016a,b). **Modelos de gestión de destinos: Síntesis y evaluación.** *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(1), 1-16, e-ISSN: 1851-1732. Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Reinhold, S., Zach, F., & Krizaj, D. (2017). **Business models in tourism: a review and research agenda.** *Tourism Review*, 72(4), 462-482, e-ISSN: 1660-5373. Recovered from: <https://doi.org/10.1108/TR-05-2017-0094>
- Reinoso, N. (2017a,b). **Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador.** *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 11(2), 81-108, e-ISSN: 1982-5838. Recuperado de: <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/1088>
- Vitale, L., López-Guzmán, T., Pérez, J., & Di Clemente, E. (2019). **The wine tourist's segmentation: A literature review.** *Espacios*, 40(43), 1-14, e-ISSN: 0798 1015. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/19404301.html>

Enrique Saúl Caluña Palaciose-mail: enrique.s.caluna.p@pucesa.edu.ec

Nacido en Mocha, Ecuador, el 15 de julio del año 1989. Obtuve el título de Ingeniero en Finanzas en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH); los estudios de cuarto nivel los realicé en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) para obtener el título de Magister en Administración de Empresas; cuento con 11 años de experiencia en la gestión integral del proceso de colocación de diferentes segmentos de crédito y cobranza, con el cargo de Gestor de Negocios; actualmente desempeño el cargo de Gerente de Negocios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco, Ltda.

Vladimir Vega Falcón
e-mail: vega.vladimir@gmail.com

Nacido en Matanzas, Cuba, el 18 de agosto del año 1964. Licenciado en Contabilidad (Título de ORO) en la Universidad de Pinar del Río “Hermanos Saíz Montes de Oca” (UPR), Cuba en 1987; Doctor en Ciencias Económicas (PhD.) en la Universidad de La Habana (UH), Cuba en 1998; Máster en Gestión de Empresas Turísticas en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), España y Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos” (UMCC), Cuba en 2002; Experto Universitario en Gestión de Empresas Turísticas; Docente Investigador en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España y Universidad de Matanzas, Cuba en 2000; con experiencia Profesional: Analizador Económico en el Banco Nacional de Cuba; Docente-Investigador-Director en la Universidad de Matanzas, Cuba (1989-2009); Estatal Amazónica, Ecuador (2008-2009); Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Ecuador (2015-2022).

El contenido de este manuscrito se difunde bajo una [Licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)