



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN
COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:

ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y LAS
FUNCIONES PARTICIPATIVAS DE LOS STAKEHOLDERS EN LA
PROVINCIA DE LOS RÍOS

AUTORA:

ALICIA MARIA ZAVALA SANTANA

TUTOR:

MSC. CHRISTIAN RIVERA

BABAHOYO

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN



HOTELERIA Y TURISMO

EXAMEN COMPLEXIVO

RESUMEN

La planificación turística y las funciones participativas de los stakeholders ha venido desempeñando un rol muy importante en el sector turístico ya que gracias a estos agentes podemos involucrar tanto al sector público como el sector privado, son de mucha utilidad para el fortalecimiento turístico de la provincia de Los Ríos como atractivo turístico nacional y porque no decir internacional.

En este proyecto trabajaremos en conjunto con los stakeholders tanto primarios como secundarios ya que esta nos ayudara para una optima planificación estrategia turística en este proyecto a realizar

INDICE

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.
RESULTADO DEL TRABAJO DE TITULACION	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE TABLAS	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE GRÁFICOS	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
DESARROLLO	¡Error! Marcador no definido.
Justificación.....	¡Error! Marcador no definido.
Objetivo General	¡Error! Marcador no definido.
Sustentos Teóricos	¡Error! Marcador no definido.
Planificación del Producto Turístico	¡Error! Marcador no definido.
Planificación Turística.....	¡Error! Marcador no definido.
Stakeholders	¡Error! Marcador no definido.
Los stakeholders primarios	¡Error! Marcador no definido.
Los stakeholders secundarios.....	¡Error! Marcador no definido.
Antecedentes Investigativos	¡Error! Marcador no definido.
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
Método Deductivo	¡Error! Marcador no definido.
Método Inductivo.....	¡Error! Marcador no definido.
TIPO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
Investigación Documental	¡Error! Marcador no definido.
Investigación Cuantitativa	¡Error! Marcador no definido.
TÉCNICAS.....	¡Error! Marcador no definido.
Instrumentos	¡Error! Marcador no definido.
<i>Cuestionario de Preguntas</i>	¡Error! Marcador no definido.

Población y Muestra	¡Error! Marcador no definido.
<i>Población o Universo.</i>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Muestra</i>	¡Error! Marcador no definido.
SOLUCIONES PLANTEADAS.....	¡Error! Marcador no definido.
REFERENCIAS.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°1 Resultados Obtenidos.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°2 Información sobre los Stakeholder del Turismo	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°3 Categoría de Análisis	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°3 Matriz de Problematización.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°3 Matriz de Consistencia o Interrelación	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pregunta #1	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2 Pregunta #2	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3 Pregunta #3	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 4 Pregunta #4	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5 Pregunta #5	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Pregunta #1	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 2 Pregunta #2	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 3 Pregunta #3	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 4 Pregunta #4	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 5 Pregunta #5	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años las estrategias de planificación turística de los Stakeholders a nivel internacional ha comenzado a girar desde la administración, lo cual ha tenido un desplazamiento considerable desde el gobierno a hacia la gobernabilidad, una de las principales características es que los agentes involucrados en el sector puedan verse inmiscuidos en los procesos, toma de decisiones, gestiones y evaluación de los resultados de la administración pública, consiguiendo una participación favorable y efectividad en el sector.

En América Latina la participación de los stakeholders en las estrategias de Planificación Turística se ha constituido en un proceso primordial en el cual se ratifica la participación de la gobernanza en el destino turístico, esto ha producido que los agentes inmersos en este proceso tengan más relevancia y presencia en agendas gubernamentales e institucionales a nivel latinoamericano.

En Ecuador la planificación estratégica del turismo y la participación de los Stakeholders con la utilización de herramientas participativas de diagnóstico, se ha convertido en una necesidad para el desarrollo óptimo de los destinos turísticos, puesto a que estos agentes son considerados importantes para la creación de nuevas políticas, y gestiones en el ámbito turístico.

Por otro lado, en la Provincia de Los Ríos actualmente se está implementando en ciertos sectores la aplicación de los Stakeholders en los destinos turísticos para el fortalecimiento de la Planificación estratégica del turismo. Es importante que exista este tipo de agentes ya que mediante dichos agentes se creen nuevas estrategias con el fin de consolidar destinos turísticos que estructuralmente son óptimos, pero no cuentan con stakeholders que ayuden al fortalecimiento de dichos destinos.

DESARROLLO

Justificación

La presente investigación trata de identificar y definir las funciones de los Stakeholders en las estrategias de la planificación turística, haciendo una aproximación y análisis descriptivo del mismo.

El estudio trata de examinar el acercamiento que estos agentes tienen en los destinos turísticos, sus intereses y las actividades empresariales en las que ellos actúan, para de esa manera concretar procesos que ayuden a obtener un valor estratégico ya sea en redes sociales de profesionales, clientes y demás agentes turísticos, que además de generar información dentro del mercado, en algunos casos estarán inmersos en los mismos a la hora de desarrollar estrategias y tomar decisiones empresariales.

Las estrategias de Planificación turística mediante los Stakeholders como menciona (Morales & Hernandez, 2019) indican que “es importante analizar el entorno de las empresas turísticas para llevar a cabo un proceso de toma de decisiones y gestión estratégica apropiadas”. En este sentido para realizar una buena deliberación se necesita analizar a todo el entorno turístico, por ejemplo; las asociaciones empresariales, clientes, accionistas, profesionales entre otros, para poder aliarse y obtener resultados óptimos en cuanto al fortalecimiento turístico.

En este proceso, todos los inmiscuidos en el sector turístico de manera directa e indirectamente son beneficiados porque todas estas organizaciones en la actualidad no únicamente quieren ser partícipes, sino también servir como agentes de cambio a la

sociedad, bien sea dicho, que el beneficio de las comunidades más cercanas a dichas organizaciones trascienda hacia mejoras en la calidad de vida y del entorno en el que están involucrados, es decir, sus grupos de interés.

Los stakeholders o grupos de interés, son todos aquellos que afectan la actividad de la organización, el cual pone de manifiesto un contacto constante con los públicos interesados en la empresa, lo cual resulta siendo un activo estratégico y ventaja competitiva para cualquier organización.

Es importante estudiar este tema de caso porque es uno de los procesos que hoy en día se están incluyendo en el sector turístico como son los Stakeholders, mismos que benefician al fortalecimiento en los destinos turísticos, implementando nuevas estrategias, alternativas, gestiones y demás procesos que ayudan a consolidar destinos.

Objetivo General

- Analizar las estrategias de Planificación Turística para mejorar las funciones participativas de los Stakeholders en la Provincia de Los Ríos.

Sustentos Teóricos

Planificación del Producto Turístico

(Rosero, 2019) Indica que: La planificación del producto turístico es el resultado del diagnóstico del estado de desarrollo del sistema turístico de un determinado espacio geográfico, por lo que el desarrollo de los mismos es un factor vital para poder poner en valor los atractivos turísticos y que los turistas puedan satisfacer sus expectativas y necesidades, así como abordar de manera sistemática los aspectos de competitividad turística, que conduzcan al debido planeamiento y consolidación del desarrollo de un destino turístico. (pág. 34)

La elaboración de un producto turístico da como consecuencia la evolución de dicho sistema, de un específico espacio para que los atractivos turísticos sean observados de manera que los visitantes se encuentren satisfechos y alcancen todas sus expectativas, implementar nuevas fortalezas para vencer a la competencia tomando en cuenta las debilidades del mismo.

Planificación Turística

(Moyano & Jaime, 2016) Desde un enfoque general, la planificación es comúnmente entendida como un proceso en que se definen metas y los medios necesarios para alcanzarlas. Según Hall, la planificación debería proveer la información necesaria para la toma de decisiones apropiada, democrática e informada. (pág. 76)

La palabra planificar se define como un procedimiento en donde se fijan dichos objetivos y por todo el proceso que se debe seguir para que estos sean alcanzados. La planificación consiste en el manejo correcto de la información al momento de la toma de decisión.

Stakeholders

(Freeman, 1987) Menciona que: Los Stakeholders es una palabra del inglés que, en el ámbito empresarial, significa ‘interesado’ o ‘parte interesada’, y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa. En toda organización, además de sus propietarios, participan diversos actores claves y grupos sociales que están constituidos por las personas o entes que, de una manera y otra, tienen interés en el desempeño de una empresa porque están relacionadas, bien directa, bien indirectamente, con ella. (pág. 26)

Stakeholder hace referencia a todo individuo u entidad perjudicada por las actividades y las opiniones vertidas dentro de una organización. Sin embargo intervienen diferentes personajes claves y colectivos sociales que son designados por rangos de jerarquía empresarial con el objetivo de manejar correctamente la empresa.

Los stakeholders primarios

Los stakeholders primarios que son aquellos imprescindibles para el funcionamiento de la organización, es decir, todos aquellos que tienen una relación

económica directa con la empresa, como los accionistas, los clientes o los trabajadores.
(Garcia, 2017)

Los stakeholders primario son fundamentales para el desempeño de la institución, en concreto establecen lapsos laborales que beneficien a la empresa económicamente como los socios, propietarios o clientes.

Los stakeholders secundarios

(Garcia, 2017) Indica: “Los stakeholders secundarios, que son aquellos que no participan directamente en las actividades de la empresa, pero que, sin embargo, se ven afectados por ella, como, por ejemplo, los competidores o la comunidad, entre otros”. Los stakeholders secundarios no intervienen personalmente en las actividades de la empresa sin embargo se ven afectados por la misma. (pág. 44).

Antecedentes Investigativos

Los autores (Morales & Hernandez, 2019) en su trabajo titulado “***Los Stakeholders del Turismo***” mencionan a los diferentes actores o agentes (stakeholders) que intervienen en la actividad turística, mencionando que el estudio contiene un acercamiento a la definición de stakeholders del turismo, señalando las prioridades que éstos determinan y teniendo en cuenta que cuanto mejor identificados estén, estos stakeholders y sus intereses, más eficaz será la actividad empresarial en la que actúan. Esto nos ayudará a concretar y visualizar los actores implicados en la actividad turística para profundizar, con ello, en el conocimiento sobre la creación, desarrollo e

implantación de Sistemas de Inteligencia de Marketing en un territorio turístico. (pág. 56)

La actividad turística consiste en un método significativo de stakeholder destacando su énfasis, los mismos que se encuentran establecidos con el objetivo de detectarlos, depende mucho de la actividad mercantil en la que interactúan, ésta sirve de ayuda para precisar y observar los personajes que intervienen en el turismo en la información sobre el desarrollo e implantación de sistemas de inteligencia de marketing en una zona turística, comprendiendo el SIM como un conjunto de procedimientos de recolección de datos, incrementando su valor político a través de redes sociales, anuncios, espacios publicitarios que a su vez establecen información válida que es utilizada al momento de tomar una decisión.

En el artículo titulado “*La Participación De Los Stakeholders En Los Destinos Turísticos Españoles: Análisis De La Situación Actual*” de los autores (Gomez & Duque, 2015) muestra los resultados del proyecto realizado por la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la Universidad Nebrija sobre el modelo de eficiencia del turismo en España. Dentro de este proyecto, uno de los objetivos más importantes fue el de conocer la relevancia que los diversos stakeholders otorgan a su participación en los asuntos públicos en el ámbito de los destinos españoles. En primer lugar, con el fin de lograr este objetivo se recurrió a fuentes de información secundaria que permitieran analizar la relevancia de la participación de los stakeholders en los asuntos públicos así como las diversas tipologías de participación existentes y los mecanismos o herramientas para llevarlas a cabo. En segundo lugar, a partir de este marco teórico, se consideró necesario conocer la situación actual de los procesos participativos en los

destinos turísticos españoles, identificar los principales problemas que los rodean y determinar las posibles líneas de actuación para mejorarlos. (pág. 70)

El turismo en la Provincia de los Ríos consiste en descubrir la importancia de los diferentes stakeholders asignan a su aportación en lo relativo, así mismo como la modalidad de intervenir mecanismos o medios para ponerlos en práctica. A partir del marco teórico es necesario indagar su condición vigente de los destinos turísticos, localizar los primordiales problemas y buscar las posibles soluciones.

Por otro lado los autores (Aguas, Araujo, Ramos, Barragán, & García, 2019) con su tema titulado “*Efectos De Los Stakeholders Sobre El Turismo Sostenible En Barranquilla*” indica que: Los vínculos normativos pueden generarse por dos vías: la reguladora y la voluntaria. Los stakeholders de este tipo inciden directamente en la estandarización de las actividades de la organización, representados por algunas instituciones gubernamentales o asociaciones con actividades similares. Las relaciones se establecen de acuerdo con acciones, propósitos o problemas de carácter común como la promoción turística, la capacitación, la calidad en el servicio o la responsabilidad social. (pág. 45)

El parentesco reglamentario se da a conocer por medio de dos formas: la jurídica y la gubernamental. Las relaciones se definen teniendo en cuenta la responsabilidad social. Hace referencia a las opiniones otorgadas por las certificaciones. Sin embargo los problemas sociales y del medio ambiente que repercute en el turismo, por ejemplo la contaminación ambiental afecta al habitad y a los animales, se convierte en un

obstáculo. Por esta razón es necesario interactuar con la prensa, grupos de rescate o tribus urbanas con el fin de buscar un beneficio en ambas partes.

Por otro lado en el estudio *“Los Stakeholders De Influencia Directa En El Desarrollo De La Ruta Turística De Una Localidad En La Sierra Gaucha: Un Estudio Exploratorio”* de los autores (Sperandio, Zapparoli, Munhoz, & Dorion, 2019) tiene como objetivo central la identificación de los principales stakeholders de la ruta turística, y como objetivo secundario la evaluación de los medios de junción entre los principales stakeholders identificados, con base en el estudio de la práctica relacional de estos en la posible suposición de incremento de los negocios y mejorías en el desempeño global de la ruta. La metodología utilizada es la investigación cualitativa, por medio de la observación participante y de encuestas individuales en profundidad. (pág. 34)

En otras palabras este tipo de investigación cualitativa se manifiesta mediante la observación y las encuestas profundas. La información recopilada es sometida a evaluar su respectiva redacción. Los resultados revelan que los primordiales stakeholders dan importancia a la evolución del recorrido turístico: un delegado de la población local, un delegado de la administración pública, una institución, y un agente de control. Al mismo tiempo favorece las actividades de gestiones con la finalidad de afianzar las relaciones públicas reforzando el turismo y las acciones en conjunto entre los participantes de la Provincia de Los Ríos.

En el estudio de *“Los Stakeholders Del Turismo En Puerto Cayo, Manabí, Ecuador”* de los autores (Abad & Villamar, 2019) mencionan que: Los stakeholders del

turismo en Puerto Cayo es un tema de gran relevancia para el crecimiento del pueblo, mediante el presente estudio se identificó los agentes involucrados tanto los primarios como los secundarios, para poder tener una mayor eficacia del con quien se puede trabajar para el desarrollo del turismo en la localidad, así como también una vez identificado se procedió a generar un análisis de los mismos y verificar las falencias y él porque de la poca visita de las personas a la localidad, siendo este un balneario donde el impacto turístico debe ser abundante durante todo el año y no solo en temporadas, haciendo el análisis de esto, se procedió a determinar las potencialidades de un sistema de inteligencia de marketing turístico. (pág. 66)

Este autor nos da la pauta de poder promover el turismo en la Provincia de Los Ríos a través del incremento de la zona turística cabe decir llevar a cabo una investigación con el propósito de comprobar la carencia de visitantes y todos sus pormenores, porque por lo general el lugar debe de ser visitado durante todo el año y no solo por estaciones, esto se puede hacer, generando nuevos métodos de marketing para implementar en sectores turísticos, existen diversos factores que participan en las labores turísticas y así establecer una proximidad a su delimitación para identificar la capacidad de introducir un sistema inteligente de marketing turístico generando resultados favorables al sector económico.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para realizar este estudio de caso se ha tomado en cuenta a los Agentes involucrados en la Planificación Turística, en este caso a 5 los Skateholders Provincia de Los Ríos como objeto de estudio como lo son empresarios turísticos, profesionales, empresarios hoteleros, entre otros.

Encuestas: Para este estudio se realizó un instrumento de medición de información como lo es la encuesta, mediante un cuestionario con preguntas, con el fin de recolectar información que ayuden al fortalecimiento del sector turístico.

METODOS DE INVESTIGACIÓN

Método Deductivo

A través del método deductivo se pudo identificar a los beneficiarios directos de esta investigación, así mismo este método nos ayuda a explorar y analizar cómo los Skateholders ayudan al fortalecimiento turístico de la Provincia de Los Ríos.

Método Inductivo

Este método inductivo permitió conocer los problemas que existen en el sector turístico de acuerdo con los agentes Stakeholders en el enriquecimiento de gestiones y acciones sobre las estrategias de planificación turística

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Documental

Este tipo de investigación ayudó a este estudio de caso a analizar estudios de otros autores con el fin de obtener una información más certera en cuanto a las Estrategias de Planificación Turística y la participación de los Stakeholders en la Provincia de Los Ríos.

Investigación Cuantitativa

Mediante esta investigación se pudo obtener información de forma numérica y porcentual de las personas que fueron objeto de estudio, de esa forma obtuvimos una información más concreta.

TÉCNICAS

Encuesta.

Esta técnica permite almacenar información de acuerdo a un listado de preguntas que se hace de manera ordenada y planificada, la cual permite que exista interacción entre el encuestado y el encuestador.

Instrumentos

Cuestionario de Preguntas

El instrumento a utilizar será el cuestionario ya que por medio de éste se recolectará datos sobre la variable dependiente, variable independiente y las dimensiones de cada una de las variables que se presentan en este estudio de caso.

Población y Muestra

Población o Universo.

El estudio de caso lo componen todas las personas partícipes de mejorar las funciones participativas de los Skateholders en la Provincia de Los Ríos.

Muestra

En correspondencia al presente estudio de caso se ha considerado realizar las muestras a 10 profesionales en turismo los mismos que proporcionarán información

importante para mejorar las funciones participativas de los Skateholders dentro de la Provincia de Los Ríos.

RESULTADOS OBTENIDOS

1. **¿Usted tiene conocimientos sobre los stakeholders que impulsan el turismo (Grupos de interés, involucrados, interesados, implicados, afectados, actores) dentro de la Provincia de Los Ríos?**

Tabla 1 Pregunta #1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	10%
NO	9	90%
TOTAL	10	100%

Grafico N° 1 Pregunta #1



Elaborado por: Alicia María Zavala Santana

Análisis e Interpretación de Resultados: De acuerdo a la Pregunta N°1 se pudo constatar que el 90% dice desconocer sobre las los stakeholders que impulsan el

turismo, mientras que el 10% indica que si conocen. Esto da una interpretación de que existe falencia sobre este ámbito y debe ser descubierto para el fortalecimiento de la Planificación Turística.

2. ¿Cree usted que estos stakeholders son indispensables para el turismo en la Provincia de Los Ríos?

Tabla 2 Pregunta #2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Grafico N° 2 Pregunta #2



Elaborado por: Alicia María Zavala Santana

Análisis e Interpretación de Resultados: De acuerdo a la Pregunta N°2 se pudo constatar que el 80% menciona que es necesario implementar Stakeholders para el

reconocimiento Turístico de la Provincia de Los Ríos, mientras que el 20% indica que no es necesario. Esto da una interpretación que es importante emplear estrategias de planificación Turística, con agentes participativos.

SITUACIONES DETECTADAS (HALLAZGO)

El turismo en la Provincia de Los Ríos es un sector que ha venido posicionándose como un destino de forma irregular, debido a que los atractivos turísticos, planta turística no prestan las condiciones para brindar un buen servicio al turista. Por otro lado la mala administración en el sector público hacia la localidad ha producido que no haya énfasis en el desarrollo del mismo, por ende es preocupante para las personas que se dedican y viven del turismo.

La Provincia de Los Ríos cuenta con diversas actividades turísticas de disfrute para el turista, pero por lo mencionado anteriormente no recibe la visita que como Provincia se espera, por ejemplo; El Feriado de Carnaval donde varios cantones realizan actividades interesantes con el fin de atraer turistas locales y nacionales, sin embargo, las personas prefieren viajar a otros destinos, porque no existe una estimulación por parte de los agentes involucrados en el proceso estratégico del turismo.

Otra de las situaciones detectadas es que la administración pública no realiza ningún tipo de acercamiento con los involucrados o Stakeholders en el turismo, como lo es; los profesionales en turismo, hoteleros, asociaciones comunitarios, prestadores de servicios turísticos, entre otros.

La Provincia de Los Ríos a nivel nacional no cuenta con una identificación como destino, esto se debe a que se necesita potenciar el marketing turístico que ayude a fortalecer la economía y mejorar la calidad de vida de los prestadores de servicios turísticos o Stakeholders.

Los agentes primarios y secundarios no están siendo involucrados en las actividades turísticas, es necesario que trabajen de manera conjunta para garantizar un sistema de Planificación Turística, mismo que brinde un favorable crecimiento del turismo a nivel provincial. Cabe indicar que los agentes primarios (accionistas, socios corporativos, trabajadores y clientes) deben tener mayor importancia y relevancia ya que son el pilar fundamental en este proceso.

Otro problema detectado es que el poco turismo que se realiza en la Provincia de Los Ríos se ha visto descendido por culpa de los agentes involucrados stakeholders, los mismos que no brindan un servicio de calidad como se merece el turista, en ocasiones estos agentes no cumplen con las normativas de conducta necesaria para la atención al cliente haciendo que este no regrese a dicho lugar y así opte por dirigirse a otro balneario donde se sienta más a gusto con el trato al cliente.

SOLUCIONES PLANTEADAS

Dentro de las soluciones planteadas es necesario conceptualizar el alcance y significado de la Responsabilidad Social, porque es necesario que exista compromiso y obligación de los individuos involucrados para poder formar un sistema integral de Estrategias turísticas que ayuden al fomento del Turismo en la Provincia de Los Ríos.

Otra de las soluciones planteadas es buscar Aliados estratégicos, mismo que afirmen el compromiso de elaborar estrategias de Planificación Turística para mejorar las funciones participativas de los Stakeholders en la Provincia de Los Ríos, mejorando no sólo las relaciones empresariales, sino también fortaleciendo a la provincia como destino turístico reconocido a nivel nacional.

Es importante que exista una Integración de funciones con los Stakeholders, esto trata de integrarlos a las actividades que puedan motivarles a la satisfacción de todos independientemente de que se cumplan o no las demandas, cuando estos perciben que su opinión se tiene en cuenta o que están siendo partícipes de las decisiones de la empresa su satisfacción aumenta.

Por último, es importante mencionar que socializar es un proceso que transcurre durante toda la vida del individuo, en base a las Normativas de Inversión es importantísimo que los Stakeholders se vean comprometidos en las finanzas de la empresa, con el fin de que exista más compromiso y trabajo.

CONCLUSIONES

- ✚ Se concluye este estudio de caso mencionando que la propia diversidad de servicios que comprende el producto turístico (alojamiento, restauración, transporte, intermediación, etc.) hace que éstos sean suministrados mediante un sistema de planificación turística para mejorar las funciones de los Stakeholders
- ✚ Se pudo constatar mediante los encuestados que falta mucha sinergia para que la provincia de Los Ríos este fortalecida turísticamente, puesto a que los Stakeholders trabajan de manera dispersa y pensando en el bien común de ellos.
- ✚ Se Realizó una aproximación mediante el análisis deductivo de los Stakeholders dando como consecuencia mediante las encuestas realizadas que el turismo en la provincia de Los Ríos no se ve consolidada como destino, debido a la mala gestión de las autoridades y a la falta de capacitaciones e integración de los habitantes, teniendo como consecuencia un destino olvidado y un turismo muy pobre en la provincia.
- ✚ Se determinó que es necesario implementar un sistema de Planificación turística para la evolución de la economía del sector turístico de la provincia de Los Ríos y así tener más ingresos anuales mediante los turistas que visitan este destino.

- ✚ Se determinó también que es importante que a los Stakeholders se los involucre dentro de las charlas sobre las normativas de inversión ya que ayuda que estos agentes se incluyan y se comprometan en el crecimiento de la provincia.

REFERENCIAS

- Abad, & Villamar. (2019). *LOS STAKEHOLDERS DEL TURISMO EN PUERTO CAYO, MANABÍ, ECUADOR*. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1853/1/UNESUM-ECU-ECOTURISMO-2019-12.pdf>
- Aguas, Araujo, S., Ramos, Barragán, & García. (2019). Efectos de los Stakeholders sobre el turismo sostenible en. *Liderazgo Estrategico*, 82-96. Obtenido de <file:///C:/Users/ANABEL/Downloads/3805-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8656-1-10-20191226.pdf>
- Freeman. (2017). *Skateholders*.
- Garcia. (2017). Los Stakeholders Primarios y Secundarios.
- Gomez, & Duque. (2015). LA PARTICIPACIÓN DE LOS STAKEHOLDERS EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS ESPAÑOLES: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, 151-174. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950261007.pdf>
- Morales, & Hernandez. (2019). Los Skateholders del Turismo. *BOOK OF PROCEEDINGS VOL. I – INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES – ALGARVE 2011*(ISSN: 2182-8458), 894-903.
- Moyano, & Jaime. (2016). *Planificación Turística*.
- Rosero. (2019). *Planificación del Producto Turístico*.
- Salma. (2019). *Los Stakeholders del Turismo*.
- Sperandio, Zapparoli, Munhoz, & Dorion. (2019). LOS STAKEHOLDERS DE INFLUENCIA DIRECTA EN EL DESARROLLO DE LARUTA TURÍSTICA DE UNA LOCALIDAD EN LA SIERRA GAUCHA: UN ESTUDIO EXPLORATORIO. *XV INTERNATIONAL CONFERENCE ON INDUSTRIAL*.

ANEXOS

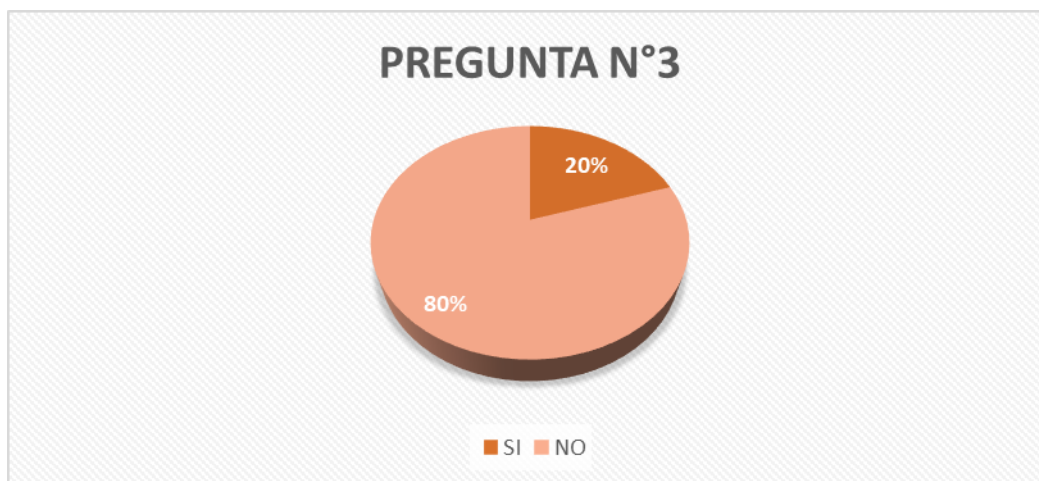
Anexo N°1 Resultados Obtenidos

3. ¿Cree usted que actualmente exista una entidad que identifique los stakeholders en la Provincia de Los Ríos?

Tabla 3 Pregunta #3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	20%
NO	8	80%
TOTAL	10	100%

Grafico N° 3 Pregunta #3



Elaborado por: Alicia María Zavala Santana

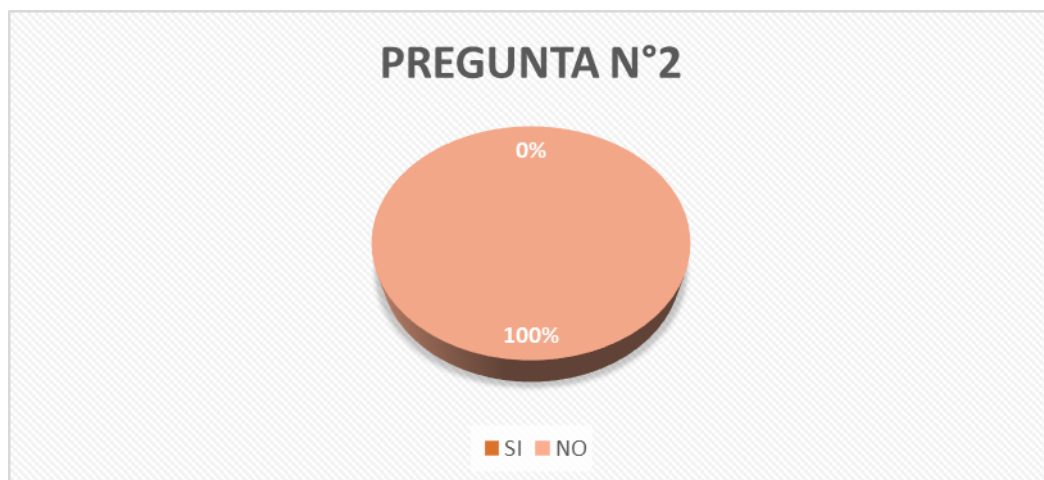
Análisis e Interpretación de Resultados: De acuerdo a la Pregunta N°3 se pudo constatar que el 80% menciona que no existe una entidad que identifique los stakeholders en la Provincia de Los Ríos, mientras que el 20% menciona haber escuchado que existe entidades. Esto da una interpretación que es importante implementar un organismo el cual identifique plenamente a los Stakeholders.

4. ¿Cree usted que en la Provincia de Los Ríos se impulsan actividades de integración y motivación para los colaboradores con el turismo?

Tabla 4 Pregunta #4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Grafico N° 4 Pregunta #4



Elaborado por: Alicia María Zavala Santana

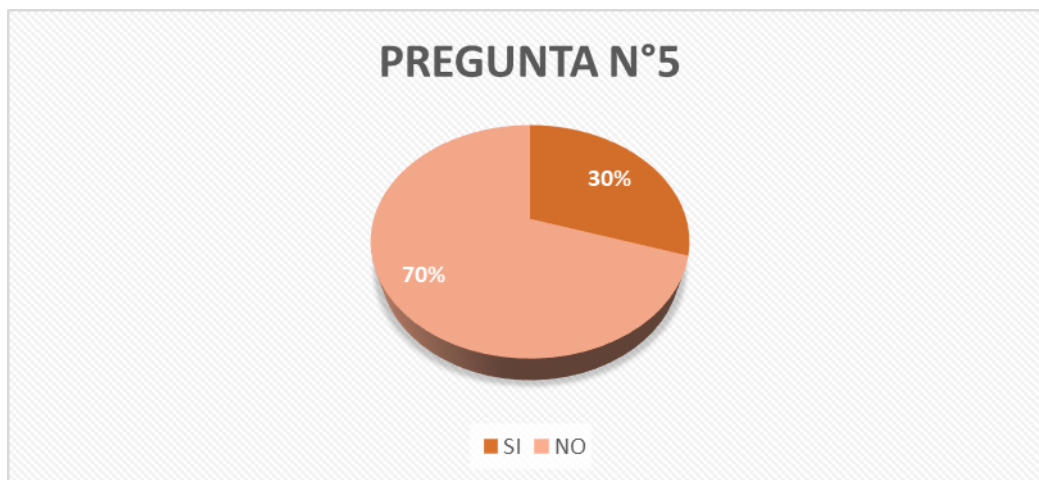
Análisis e Interpretación de Resultados: De acuerdo a la Pregunta N°4 se pudo constatar que el 100% de los encuestados mencionaron que en la Provincia de Los Ríos no se impulsan actividades de integración y motivación para los colaboradores con el turismo. Esto da una interpretación de que es necesario impulsar actividades de integración y motivación para los colaboradores con el turismo con el fin de mejorar los servicios turísticos.

5. ¿Cree usted que se toma en consideración las opiniones de los turistas para el mejoramiento de la Provincia de Los Ríos?

Tabla 5 Pregunta #5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	30%
NO	7	70%
TOTAL	10	100%

Grafico N° 5 Pregunta #5



Elaborado por: Alicia María Zavala Santana

Análisis e Interpretación de Resultados: De acuerdo a la Pregunta N°5 se pudo constatar que el 70% de los encuestados mencionaron que no se toma en consideración las opiniones de los turistas para el mejoramiento de la Provincia de Los Ríos, mientras que el 30% indica que si consideran las opiniones de los turistas. Es importante que todos los agentes estén implicados en el proceso del fortalecimiento del turismo.

Anexo N°2 Información sobre los Stakeholder del Turismo



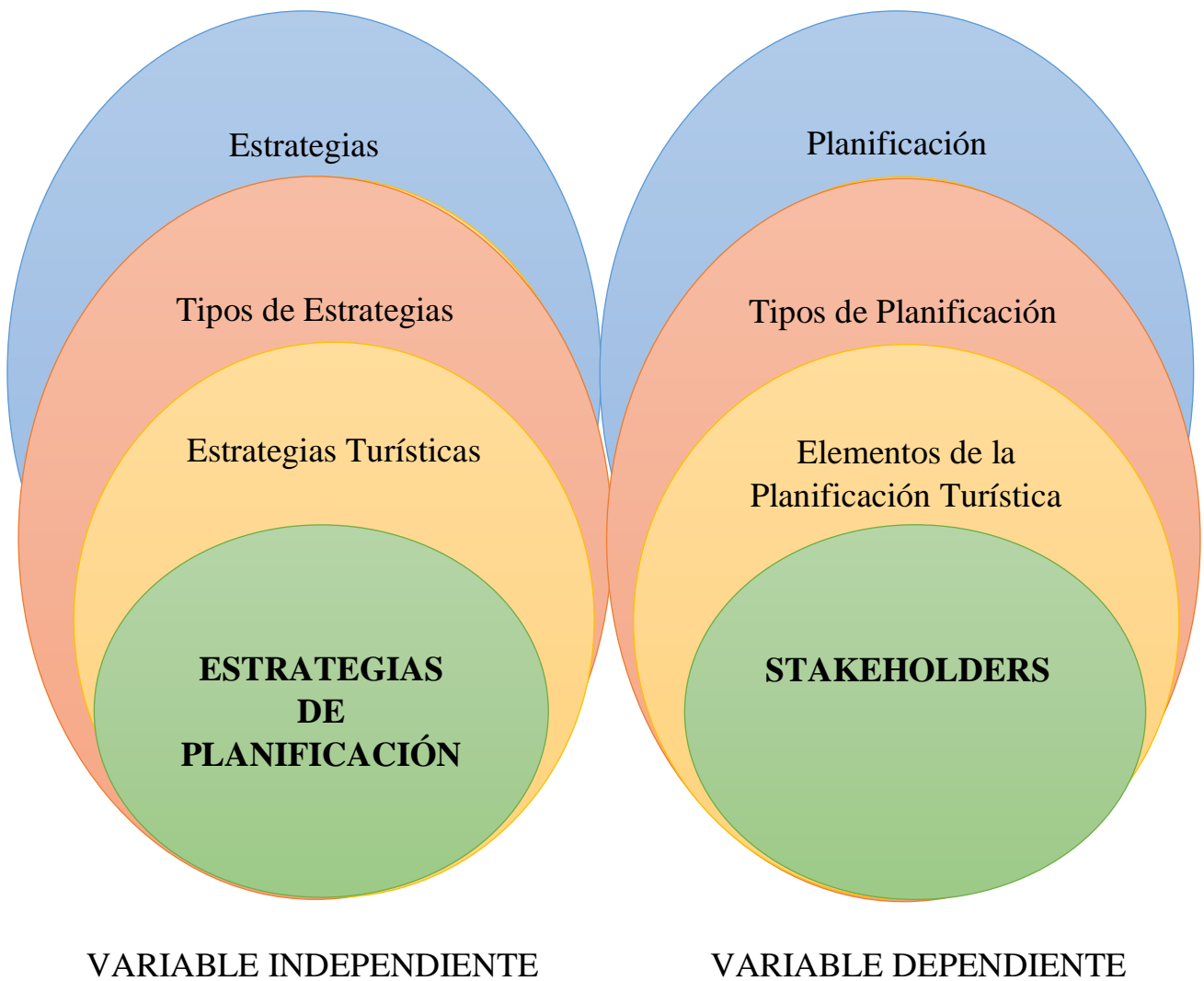
Fuente:

(Salma,

2019)

Anexo N°3 Categoría de Análisis

CATEGORIA DE ANALISIS



Anexo N°3 Matriz de Problematización

PROBLEMA	CAUSAS	POSIBLES SOLUCIONES	UNIDADES OBSERVACIÓN	DE
Limitadas Estrategias de Planificación Turística provoca las Funciones participativas de los Stakeholders en la Provincia de Los Ríos	<ul style="list-style-type: none"> • Pocos Proyectos Turísticos • Limitada integración de Funcionarios Administrativos • Desconocimiento de Normativas de Inversión 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar Aliados estratégicos • Integración de Funciones • Socializar Normativas de Inversión 	<ul style="list-style-type: none"> • MINTUR • CAPTUR • UTB • GAD´S • CAMARAS TURISMO • CAMARAS COMERCIO • CAMARAS IDUSTRIAS 	<p>DE</p> <p>DE</p> <p>DE</p>

Elaborado por: Alicia María Zavala Santana

Anexo N°3 Matriz de Consistencia o Interrelación

TEMA	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS	VARIABLES
ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y LAS FUNCIONES PARTICIPATIVAS DE LOS STAKEHOLDERS EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS	Limitadas Estrategias de Planificación Turística provoca las Funciones participativas de los Stakeholders en la Provincia de Los Ríos	Analizar las estrategias de Planificación Turística para mejorar las funciones participativas de los Stakeholders en la Provincia de Los Ríos.	Analizando las estrategias de Planificación Turística se mejorará las funciones participativas de los Stakeholders en la Provincia de Los Ríos.	INDEPENDIENTE Estrategias de Planificación Turísticas
	PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO ESPECIFICO	SUBHIPOTESIS	VARIABLES
	Déficit de Planificación Turística provoca escasas inversiones	Evaluar la planificación Turística para incrementar las inversiones turísticas	Evalutando la planificación Turística se incrementará las inversiones turísticas	DEPENDIENTE Los Stakeholders

Elaborado por: Alicia María Zavala Santana