



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN TURISMO**

MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL
SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO EN EL
CONTEXTO DEL COVID-19**

AUTORAS:

**KIMBERLEY KAROLAYNE DELGADO MENDOZA
PAULA VIVIANA VERA SALAZAR**

TUTOR:

ING. JOSÉ RAFAEL VERA VERA, MG.

CALCETA, OCTUBRE DE 2022

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Kimberley Karolayne Delgado Mendoza, con cédula de ciudadanía, **131557175-0** y **Paula Viviana Vera Salazar**, con cédula de ciudadanía **131512192-9**, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO EN EL CONTEXTO DEL COVID-19** es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedemos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autores sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.




KIMBERLEY KAROLYNE DELGADO MENDOZA
CC: 131557175-0



PAULA VIVIANA VERA SALAZAR
CC: 131512192-9

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Kimberley Karolyne Delgado Mendoza, con cédula de ciudadanía, **131557175-0** y **Paula Viviana Vera Salazar**, con cédula de ciudadanía **131512192-9**, autorizo a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: **SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO EN EL CONTEXTO DEL COVID-19**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total auditoría.



KIMBERLEY KAROLYNE DELGADO MENDOZA

CC: 131557175-0



PAULA VIVIANA VERA SALAZAR

CC: 131512192-9

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

RAFAEL VERA VERA, Mg. certifica haber tutelado el Trabajo de Integración Curricular titulado: **SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO EN EL CONTEXTO DEL COVID-19**, que ha sido desarrollado por **Kimberley Karolayne Delgado Mendoza** y **Paula Viviana Vera Salazar**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADOS** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Mg. JOSÉ RAFAEL VERA VERA

TUTOR

CC: 1313176131

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de Integración Curricular titulado: **SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO EN EL CONTEXTO DEL COVID-19**, que ha sido desarrollado por **Kimberley Karolayne Delgado Mendoza y Paula Viviana Vera Salazar**, previo la obtención del título de Ingeniera en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADOS** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

PHD. JHONNY P. BAYAS ESCUDERO

CC: 1802180628

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MG. CONSUELO M. MEJÍA RAMOS

CC: 1305399675

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

PHD. MARIA F. GARZÓN FÉLIX

CC: 0909275752

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme llegar a esta etapa de culminación de mis estudios universitarios por ser guía y no desampararme en los momentos más difíciles, a mis padres por ser ese ejemplo de superación personal y ser un pilar fundamental, sin ellos esto no hubiese sido posible.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que da la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual he forjado los conocimientos profesionales día a día.

De manera especial agradezco a mi tutor el Ing. Rafael Vera por sus enseñanzas, dedicación y apoyo en esta investigación. A mi familia y amigos por ser parte de este logro.

KIMBERLEY KAROLYNE DELGADO MENDOZA

La perseverancia y el esfuerzo son elementos claves para alcanzar el éxito, agradezco a Dios por ser soporte que me sostenía cuando quería rendirme, a mis padres por apoyarme y no desampararme en los momentos difíciles de mi vida, a mi bella Hija por ser ese motor y darme motivación para no rendirme.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad y permitirme realizar mis estudios superiores dentro de sus instalaciones, formándome con una educación de calidad y una experiencia enriquecedora para mi vida profesional.

A los docentes que durante estos 5 años han sido pilares fundamentales en mi aprendizaje y formación académica. De manera especial agradezco a mi tutor el Ing. Rafael Vera por ser guía fundamental en esta investigación. Agradezco a mi familia, amigos y compañeros que aportaron en esta etapa universitaria.

PAULA VIVIANA VERA SALAZAR

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a Dios por haberme dado la sabiduría y fuerzas para culminar mi etapa universitaria. A mis padres Anderson y Viviana por ser el pilar fundamental en mi crianza y lograr así cumplir con mis metas. A mis familiares por brindarme su paciencia y apoyo en los momentos que más he necesitado.

A los docentes que me formaron en pensamientos y valores durante mi paso por la Universidad. A cada una de las personas que confiaron en mí a pesar de que no siempre tuve buenos momentos. Con el cumplimiento de esta meta, le puedo demostrar a otros jóvenes como yo que, si eres fiel a tus principios y a tus sueños, todo se puede lograr.

KIMBERLEY KAROLYNE DELGADO MENDOZA

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios, por brindarme salud y permitirme cumplir esta meta, a mis padres por ser apoyo incondicional durante mi etapa universitaria, a mi hija pilar fundamental en mi vida, todo lo que hago es por ella.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí y con ella a nuestra prestigiosa carrera de Turismo y a nuestros maestros quienes me inculcaron muchos conocimientos que servirán para mi vida profesional.

PAULA VIVIANA VERA SALAZAR

CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO GENERAL	viii
CONTENIDO DE TABLAS	ix
CONTENIDO DE FIGURAS	x
RESUMEN	xiii
PALABRAS CLAVE	xiii
ABSTRACT	xiv
KEY WORDS	xiv
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	7
1.2.1. TEÓRICA	7
1.2.2. METODOLÓGICA	7
1.2.3. PRÁCTICA	8
1.3. OBJETIVOS	9
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	9
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
1.4. IDEA A DEFENDER	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	23
2.1. TURISMO Y COVID-19	24
2.2. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN PORTOVIEJO ANTES Y DURANTE EL COVID-19.	26
2.5. INDICADORES DE INNOVACIÓN EN DESTINOS TURÍSTICOS	36
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	40
3.2. PROPUESTA METODOLÓGICA	45
3.3. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA	46

3.3.3. FASE III. ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE PORTOVIEJO.	49
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	51
4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PORTOVIEJO	51
4.1.1. GENERAL DEL DESTINO PORTOVIEJO	51
4.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA DE PORTOVIEJO	58
4.1.3. ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO PORTOVIEJO	62
4.2. EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS DEL COVID-19 EN RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO	73
4.2.3. ANÁLISIS DEL MANEJO DE LA CRISIS SANITARIA EN EL SISTEMA TURÍSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DEMANDA	78
4.3. ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE PORTOVIEJO	86
4.3.1. CONTEXTUALIZACIÓN DE MODELOS COMO BASE PARA LA EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN EN DESTINOS TURÍSTICOS	88
4.3.2. SELECCIÓN DE INDICADORES	89
4.3.3. DISEÑO DEL SISTEMA DE INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO PORTOVIEJO	90
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	91
5.1. CONCLUSIONES	91
5.2. RECOMENDACIONES	92
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
ANEXOS	100

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1. Referencias Metodológicas	44
Tabla 2. Propuesta metodológica.....	45
Tabla 3. Datos generales del cantón Portoviejo.....	52
Tabla 4. Actividades Económicas Generadoras de Empleo.....	54
Tabla 5. Manifestaciones culturales de Portoviejo	56
Tabla 6. Clasificación de los recursos turísticos post COVID-19.....	58

Tabla 7. Catastro de empresas turísticas	59
Tabla 8. Inventario de recursos y atractivos turísticos del cantón Portoviejo ...	61
Tabla 9. Actores Involucrados	66
Tabla 10. Actores Involucrados a nivel Provincial	66
Tabla 11. FODA del territorio.....	69
Tabla 12. Condensado de la matriz FODA.....	70
Tabla 13. Cuadrante de la matriz FODA	72
Tabla 14. Estrategias de reorientación	73
Tabla 15. Perfil del encuestado	88
Tabla 16. Listado de indicadores para validación.....	93
Tabla 17. Estadísticos descriptivos de los indicadores	95
Tabla 18. Varianza total explicada	96
Tabla 19. Matriz de análisis de los componentes según su varianza	96
Tabla 20. Indicadores para la medición de la innovación turística en el destino Portoviejo.	99

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1. Hilo Conductor	23
Figura 2. Clasificación de los distintos tipos de innovación.....	35
Figura 3. Mapa del cantón Portoviejo.....	52
Figura 4. Procesos de innovación	63
Figura 5. Recaudaciones impositivas de Portoviejo, en millones de dólares Meses seleccionados Servicio de Rentas Internas (2020).....	76
Figura 6. Variable edad	79
Fuente: Elaborado por las autoras	79
Figura 7. Variable Nacionalidad	80
Figura 8. Variable ciudad de residencia	80
Figura 9. Nivel de instrucción	81
Figura 10. Motivación que lo incentivó a visitar el cantón	81
Figura 11. Medio publicitario le sirvió a usted para visitar al cantón.....	82
Figura 12. Tiempo de visita en el destino	82
.....	83
Figura 13. Frecuencia visita usted el destino	83
Figura 14. Tiempo de anticipación tuvo usted para planear su viaje.....	83

Figura 15. Gasto en el destino Portoviejo	84
.....	84
Figura 16. Medidas de prevención por COVID-19 en los recursos y atractivos que ha visitado	84
Figura 17. Sugerencias para las empresas de servicios turísticos dentro del cantón Portoviejo como medidas de prevención e implementación frente a la actual crisis sanitaria	85
Figura 18. innovación en restauración	85
Figura 19. Calificación a la innovación en el servicio de transporte	86
.....	87
Figura 20. Calificación a la innovación en el servicio de hospedaj.....	87
Figura 21. calificación a la innovación en el sector turístico del territorio	87
Figura 22. Esquema del proceso de innovación.....	90
Figura 23. Modelo estrella para la gestión de TI.	91
.....	92

RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue elaborar un sistema de indicadores que contribuya a la innovación del sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19. Se realizó una caracterización del área de estudio en relación a la innovación turística, seguida de una evaluación de los impactos causados por la pandemia, y la elaboración de los indicadores para la evaluación de la innovación turística. Se observó que el destino no cuenta con un plan de reactivación económica post- COVID-19, siendo un limitante para la recuperación de los diversos sectores especialmente del turismo, con fuertes afectaciones en el área de alojamiento, se aplicó una encuesta sobre la innovación en la planta turística (alojamiento, restauración y transporte) a través de la cual se determinó que las empresas tienen dificultades para la adopción de nuevas tecnologías. A partir de las deficiencias encontradas, se identificaron 38 indicadores ajustados a la realidad del territorio y asociados a los sectores que se involucran en su gestión (academia, empresa y sociedad civil). En conclusión, el destino Portoviejo tiene potencialidad para alcanzar el desarrollo turístico, sin embargo, requiere de una adecuada gestión de la innovación para convertirse en un destino competitivo.

PALABRAS CLAVE

Innovación turística, indicadores, gestión, sistema turístico, diagnóstico, Covid-19.

ABSTRACT

The objective of this was to develop a system of indicators that contributes to the innovation of the study of the tourism sector of the Portoviejo canton in the context of COVID-19. A characterization of the study area was carried out in relation to tourism innovation, followed by an evaluation of the impacts caused by the pandemic, and the development of indicators for the evaluation of tourism innovation. It was shown that the destination does not have a post-COVID-19 economic reactivation plan, being a limitation for the recovery of the various sectors, especially tourism, with strong effects on the accommodation area, a survey was applied on innovation in the tourism plant (accommodation, catering and transport) through which it is shortened that companies have difficulties in adopting new technologies. Based on the deficiencies found, 38 indicators adjusted to the reality of the territory and associated with the sectors that are involved in its management (academy, business and civil society) were identified. From this research, it can be concluded that the Portoviejo destination has the potential to achieve tourism development, however, it requires adequate management of innovation to become a competitive destination.

KEY WORDS

Tourism innovation, indicators, management, tourism system, diagnosis, Covid-19.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con Hjalager (como se citó en Agudo y Pasaco, 2015) “en el contexto del turismo, el término innovación ha sido progresivamente utilizado para describir el comportamiento de las empresas de turismo, de los destinos y del propio sector turístico” (p 20). Por consiguiente, la innovación turística puede considerarse como la inducción de nuevos o mejorados productos, servicios o procesos turísticos; considerando la aplicación de nuevos métodos de organización y comercialización en los negocios, contribuyendo así con la mejora en la prestación de servicios, aumentando el valor de la experiencia, permitiendo a las empresas sobresalir en un mercado cada vez más diverso y competitivo, teniendo siempre en claro la finalidad primordial de satisfacer las exigencias del turista.

En ocasiones, realizar sucesivos estudios sobre cómo implementar mejoras en los negocios turísticos implica apostar por grandes inversiones, no obstante, los empresarios deberían tomar este riesgo estructurando indicadores de innovación para obtener beneficios en cuanto a gestión de procesos que contribuyan a mejorar el funcionamiento de las empresas, más aún si se trata del sector turístico, ya que es una industria que siempre ha estado en constante evolución y que, cada día necesita estar captando la atención de los clientes en un mercado muy competitivo. Según Rivero y Rastrollo (2013) argumentan que “en el nuevo contexto socioeconómico, la innovación ha adquirido un creciente protagonismo en la competitividad de la empresa turística” (p 9). Sin embargo, existen factores de riesgo cuando se trata de modernizar el área empresarial mediante la tecnología ya que ciertos aspectos aplicados conducirán a cambios y modificaciones de sistemas, organización y restauración en las diferentes áreas de operación; estos aspectos pueden generar tanto beneficios como inconvenientes en la adaptación de los nuevos procesos.

La actividad turística se encuentra en pleno desarrollo y es necesario elaborar iniciativas innovadoras que ayuden a mejorar la actividad económica; y, en este aspecto, los indicadores representan una herramienta fundamental para medir los resultados de la actividad turística en términos de progreso hacia el desarrollo sostenible del país (Márquez, et al, 2020). Por tal motivo es importante que tanto las empresas turísticas del sector junto con los gestores y colaboradores de la industria establezcan modelos innovadores que contribuyan a impulsar del desarrollo nuevas ideas que fortalezcan a las diferentes modalidades turísticas que se pueden ofertar en el país.

En consideración al aspecto antes mencionado, Agudo y Pasaco, (2015) argumentan que, en el contexto nacional, la actividad turística cumple un papel cada vez más importante dentro de la actividad económica del país; no obstante, el sector carece de iniciativas en el ámbito de la innovación debido a que algunas empresas emplean mal las herramientas tecnológicas, siendo emprendimientos tradicionales y que no aprovechan la innovación, además no se evidencia iniciativas tal es el caso de proyectos que permitan conocer los beneficios de utilizar las redes sociales y herramientas que ayuden a la compras de productos de una manera rápida y segura; de manera que se logre el desarrollo e inducción de nuevas tecnologías que permita satisfacer al turista, mismos que cada vez son más exigentes.

En este hecho, un sistema de indicadores que permita medir la innovación turística traería consigo beneficios para la industria en general, así los gestores podrían mejorar los procesos en las empresas y el turista podrá disfrutar de una experiencia gratificante; sin embargo, los involucrados en este contexto no proponen estrategias de innovación que ayuden a mejorar la situación, esto se da porque no hay una buena gestión y planificación de los actores involucrados en el desarrollo del turismo, sumado al desinterés de los prestatarios de servicios en emplear nuevos programas de innovación tecnológica, sobre todo, a raíz de la crisis sanitaria que se desató a causa de la pandemia.

Por otro lado, cabe considerar que en el país existen establecimientos turísticos que necesitan contar con el apoyo pertinente para la variación de los servicios, puesto que la similitud que tienen en el mercado es reflejada por la falta de

incorporación de ideas propias y flexibles acordes con la innovación; trayendo consigo disminución de ventas y en el mayor de los casos el cierre de los negocios (Manosalvas y Manosalvas, 2020). En la perspectiva que aquí se analiza es evidente que con el pasar del tiempo se han ido adaptando continuas estrategias repetitivas antes vistas en el mercado, es por eso que, este fenómeno repercute en la pérdida de ingresos económicos para la industria turística, por consiguiente, resulta evidente el déficit en la innovación de productos y procesos en las empresas dedicadas al turismo.

Según lo mencionado con anterioridad, debe señalarse que con respecto a Manabí se evidencia un inadecuado manejo en la gestión para el desarrollo del turismo, las problemáticas radican puntualmente en la inequidad y debilidad de los servicios turísticos, sumada a la carencia de certificación de calidad en las empresas, y por último a la limitada innovación de procesos, operatividad, productos y servicios en el destino (Proaño y Ramírez, 2017); esto se da debido a que los recursos económicos son limitados y la mayoría de los emprendimientos no tienen muchos ingresos que les permitan estar en la vanguardia tecnológica. Evidentemente, se presentan incidencias que están afectando de manera directa a la provincia, haciendo que disminuyan las oportunidades frente a la competencia, haciendo que el turista prefiera otros destinos que sí están aplicando sistemas de innovación para llamar su atención.

Dentro de este orden en cuanto a las carencias, a Manabí también se le atribuye el débil aprovechamiento de las potencialidades y diversidad de recursos; un déficit en el fomento de inversión en procesos de innovación a nivel local, en lo general se evidencia que no hay una correcta gestión y por ende no se evidencia que las empresas de servicios turísticos empleen herramientas tecnológicas, las áreas que no han sido desarrollada son: alojamiento, restauración, recreación y centros de información turística

Por lo consiguiente, hay poco desarrollo de los atractivos turísticos de la zona, limitada intervención en el mejoramiento de procesos y lanzamientos de nuevos productos; sumándole a todo lo mencionado, el escaso compromiso de los diferentes actores institucionales y empresariales de la zona (Font y Petrus, 2021). Se evidencia un déficit de información turística debido a la carencia de las

tecnologías de la información, marketing digital, promoción turística entre otros aspectos que a su vez indican el desconocimiento de elementos de gran relevancia en el área turística sobre todo para su promoción, que de manera general repercute en la incorrecta planificación y gestión turística que se ha llevado en el territorio; Por tanto, es indispensable los procesos mediante usos de tecnologías y estrategias de innovación que permitan aprovechar toda variedad de recursos con la que cuenta la provincia.

Con respecto a la innovación en el sector turístico del cantón Portoviejo, Souza, et al. (2020) refieren que actualmente en el contexto del COVID-19 la industria ha mermado la capacidad de renovación de empresas público privadas inmersas en la industria, y que, los indicadores de sistemas innovativos no estaban totalmente regulados y acordes con un estudio sostenible que beneficiará de forma progresiva al cantón, en consecuencia a dicha limitación existen pocos aportes técnicos con relación a la reactivación del turismo tras la pandemia.

De hecho Cevallos (2018) afirma que, el cantón cuenta con las potencialidades y recursos necesarios para el desarrollo del turismo, sin embargo, a través de los años se ha visto un débil manejo de estrategias que llamen la atención de inversiones; entonces uno de los problemas radica en que, los encargados de manejar dichos recursos no saben administrar los mismos y por esta razón no se logra dar pasos agigantados; de una u otra manera los gobernantes se limitan de hacer algo nuevo, no crean valor agregado de los productos que poseen, trayendo consigo disminución de oportunidades frente a la competencia.

Por su parte Arroyo y Jalil (2017), expresan que Portoviejo no ha tenido un crecimiento significativo en el turismo, ya que, se desaprovechan las potencialidades que este tiene; lo cual llama la atención de turistas nacionales y extranjeros, puesto que no ha tenido una administración adecuada de sus recursos; aquí se puede evidenciar el poco interés que se ha dado a dicho sector, lo que refleja que el destino necesita ser impulsado a través de la creación y aplicación de estrategias que permitan aumentar los ingresos que generen beneficios a nivel cantonal.

Actualmente en el destino antes mencionado se evidencia una insuficiente gestión en cuanto a la calidad que adoptan los procesos innovativos en el contexto del COVID -19, es decir, no se está trabajando adecuadamente con indicadores que permitan planear, ejecutar y controlar las prestaciones del servicio cuando se desarrollan actividades turísticas; si bien, muchas empresas han aplicado normas de bioseguridad, aun les falta desarrollar sistemas tecnológicos que contribuyan con la reactivación de la economía tras los efectos colaterales de la pandemia, ya que los clientes aún no se sienten satisfechos, o con la seguridad necesaria para visitar las diferentes empresas y atractivos del destino; de hecho, a algunos de los establecimientos les hace falta inspección, control, aseguramiento y gestión de recursos humanos. (López, et al. 2020).

Las problemáticas que afectan al cantón están relacionadas a una limitada innovación en el sector turístico esto es debido al desinterés de los gestores turístico para innovar lo que ocasiona que exista un escaso número de productos turísticos que sean innovadores y que tengan un valor agregado; mismo que se ven aún más afectados por la pandemia ya que limita el desarrollo de nuevas tendencias turísticas y ocasiona que el turismo no se desarrolle en su totalidad. Por otra parte, los emprendimientos turísticos también son los causantes de que no utilicen y aprovechen las nuevas tendencias tecnológicas, ellos mismos se limitan y no están en la vanguardia de la innovación, esto es debido al conformismo y desinterés convirtiendo sus empresas en emprendimientos tradicionales. En general se evidencia una limitada coordinación entre los actores locales provocando una limitada claridad en la asignación de competencias dejando conflictos de intereses entre instituciones y la gestión turística a nivel local, ya que la delimitada coordinación de los gestores también genera desinterés.

Lo mencionado por los autores sólo corroboran en el déficit y la falta de planificación del turismo en el área, proyectando la necesidad de contar con indicadores que procesen la calidad en cuanto a la innovación del sector.

En relación con la problemática expuesta, surge la siguiente interrogante:

¿De qué manera un sistema de indicadores podría contribuir en la innovación del sector turístico en el cantón Portoviejo en el contexto de COVID-19?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. TEÓRICA

Las razones teóricas de esta investigación se basan en la búsqueda bibliográfica de fuentes especializadas como artículos científicos y revistas de alto impacto; por lo que la investigación será un fundamento teórico para la estructuración de indicadores de innovación en el sector turístico del cantón Portoviejo, teniendo como referencia las variables de estudio y términos encontrados en otras investigaciones. El principal referente teórico es Astudillo y Prada (2017) donde declaran que “la innovación permite acelerar la producción, abaratar los costes, aumentar los rangos de actuación, ampliar el mercado a nuevos segmentos o áreas o mejorar el funcionamiento de las empresas” (p 7).

La innovación en el turismo dentro del cantón Portoviejo será un aporte fundamental ya que las empresas o emprendimientos emplearán técnicas de innovación que les permita estar a la vanguardia tecnológica, por lo tanto, la investigación aportará de manera teórica al tomar en cuenta elementos que conforman la innovación en el área turística para mejorar los procesos, además servirá de sustento para otros proyectos que pretendan contribuir con la mejora continua del turismo en la ciudad de Portoviejo, sobre todo en el contexto del COVID-19.

1.2.2. METODOLÓGICA

Desde el punto de vista metodológico para darle continuidad y sustento a la investigación se tomaron como base seis propuestas metodológicas en relación a las variables del proyecto, el principal referente metodológico es Rey y Laviña (2008) mismo que proponen métodos, técnicas y herramientas para dar cumplimiento con los objetivos establecidos, el cual sirvió como base para la construcción de la metodología del presente trabajo, además previamente se analizó otras metodologías tales como, Albornoz (2009), López, Torres, Font, y Serrano (2017) Martins y Amorim (2018), y Rodríguez (2018) todos ellos con investigaciones similares al tema de estudio;

Por lo tanto, la investigación contribuye de manera metodológica porque establecerá una metodología basada en indicadores de innovación que fortalezca los procesos en el sector turístico aplicando métodos que direccionan la construcción de un sistema de indicadores. El trabajo investigativo contribuirá al desarrollo metodológico de futuras investigaciones, de manera que aportará al diseño de nuevos indicadores de innovación tecnológica empleando las herramientas señaladas en la propuesta.

1.2.3. PRÁCTICA

Con referencia a la intervención práctica del presente proyecto, se busca diseñar un sistema de indicadores que mediante una evaluación y validación de los mismos establezcan un modelo para la innovación turística en Portoviejo, de manera que las empresas y el destino en general puedan mejorar el desarrollo del turismo tomando en cuenta estos indicadores basados en la innovación del sector, como base firme que les ayude a restaurar la economía tras las afectaciones de la pandemia, este hecho, beneficiará tanto a los pequeños emprendedores como a los grandes empresarios de la zona de estudio y además mejorará la calidad de vida de la población local. Estos indicadores serán aplicados por la parte pública del cantón es decir los actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística, por lo que los que se beneficiarán serán los pequeños y grandes emprendedores en el cual deberán seguir y aplicar todo lo recomendado para la innovación turística dentro de sus negocios.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un sistema de indicadores que contribuya a la innovación del sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una caracterización del cantón Portoviejo en relación con la innovación turística.
- Evaluar los impactos causados por la pandemia COVID-19 en el sector turístico del cantón Portoviejo.
- Elaborar un sistema de indicadores para la innovación del sector turístico del cantón Portoviejo.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se diseña un sistema de indicadores direccionado a la sostenibilidad socioeconómica y ambiental, entonces, se podría contribuir con la innovación del sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se presenta el marco teórico referencial que contribuirá con el proceso de desarrollo en la investigación; en este aspecto se analizan temas en relación con las variables de estudio, con el propósito de coordinar conceptos coherentes que permitan abordar las temáticas del problema; en este punto, es importante recalcar que, con los conocimientos previos que ya han sido incorporados anteriormente en la investigación, se permitirá orientar la búsqueda de conceptualizaciones de términos con sustento científico integrados en un hilo conductor expuesto en la figura 1.

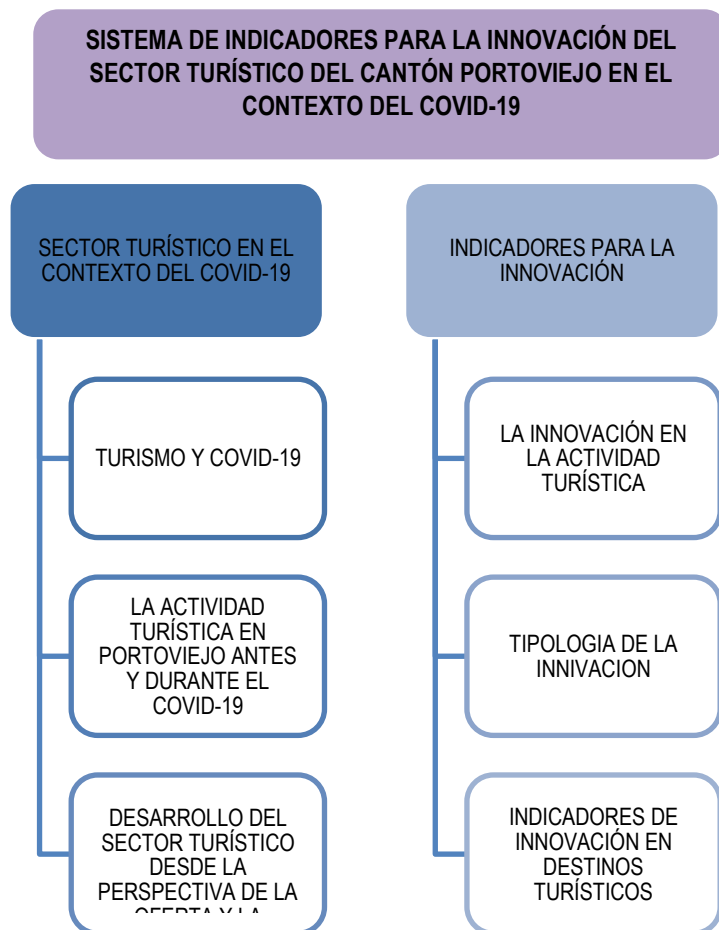


Figura 1. Hilo Conductor
Fuente: Elaboración de las autoras

2.1. TURISMO Y COVID-19

Según Serrano y Pucha (2018) “el turismo en la última década, a pesar de las crisis económicas que han vivido muchos países, ha mantenido un desarrollo creciente que lo ubica como uno de los sectores más importantes y sólidos de la economía mundial” (p. 59), este lo compone una industria que siempre está en constante evolución, por eso, siempre ha involucrado parte importante de la economía de varios países del mundo. El turismo da la oportunidad de sacarle provecho a los diferentes recursos que se encuentran dentro de un destino y, de hecho, sus componentes con respecto a la oferta hacen que los turistas prefieran irse o quedarse en un lugar específico; sin embargo, este no está exento de las crisis que afectan a un determinado territorio; en este caso, actualmente el sector turístico se ha visto afectado a causa de la crisis sanitaria provocada por la pandemia del coronavirus.

Sustentando lo antes mencionado, León (2020) afirma que “el efecto del COVID-19, tiene un alto impacto mediático. Se reportan diariamente numerosas noticias, que describen cómo la enfermedad del Coronavirus 2019 (COVID-19) ha afectado gravemente a las empresas relacionadas con el turismo” (p 242). Todo esto, hace referencia al confinamiento de los meses anteriores, donde muchos de los empresarios turísticos tuvieron que cerrar las puertas de sus negocios mientras duraba la cuarentena, perdiendo así clientes potenciales que lastimosamente perdieron la oportunidad de disfrutar de la estadía en diferentes destinos del mundo.

Por su lado, Simancas, et al. (2020) considera que todo lo acontecido creó “un punto de inflexión para un sector que depende del tránsito internacional y de las relaciones humanas en un momento donde el confinamiento y la distancia social fueron impuestas por decreto para salvaguardar la salud” (p 11). Partiendo de dicho contexto, antes del COVID-19 todo marchaba con normalidad, pero, el sacudón que causó el impacto de la pandemia en los países donde el turismo representa prácticamente la economía del país, causó desconcierto e incertidumbre en la población, ya que se encontraban atados de manos sobre las decisiones y acciones de llevar a cabo durante el confinamiento.

En relación a lo expuesto con anterioridad se puede argumentar que la crisis sanitaria derivada del coronavirus ha afectado a todos los ámbitos en la sociedad, y, cuando todo esto empezó, la industria turística no sabía cómo actuar por las dudas de lo que le esperaba a futuro, la economía empezó a afrontar cambios severos en poco tiempo, ya que inicialmente, todo era incierto; no obstante, tras lo sucedido con la pandemia, la necesidad de salir a flote hizo que los empresarios empezarán a adaptarse a la nueva realidad y comenzaron a plantear estrategias que trajeran consigo resultados favorables para la reactivación turística. De hecho, Sigala (2020) considera que con lo sucedido tras el COVID-19, se creó la oportunidad de transformación para el sector turístico, a partir de las nuevas formas de desarrollo turístico, ya que, ciertos destinos tienen un alcance que son base para segmentar el mercado, lo que proporciona una ventaja sobre otros lugares donde tal vez no se puede desarrollar turismo que involucren actividades con poca cantidad de visitantes o aislados de la zona urbana.

Higgins (2020) expresa que “la pandemia del COVID-19, impulsa la reflexión entre los empresarios para pensar un turismo socialmente responsable, que considere, más allá de las ganancias propias, proteger a las comunidades” (p. 615). Entonces se debe aprovechar todas las circunstancias de la crisis sanitaria y tratar de transformarlas positivamente, mentalizándonos que aunque el virus no se ha ido del todo, se puede desarrollar el turismo de forma responsable con las debidas medidas de bioseguridad que permitan proteger la integridad de la población, pero, sobre todo aprovechando el potencial de zonas a las que antes no se les prestaba mucha atención, hay que tratar de innovar la oferta y seguir evolucionando tal y como lo ha hecho el turismo a través de los años, y adaptar la nueva realidad al contexto que se vive actualmente.

De esta manera se puede demostrar que el turismo tiene varias opciones para continuar desarrollándose de manera proactiva y que a pesar de las afectaciones que traer consigo las crisis económicas o sanitarias, es necesario buscar otras estrategias innovadoras que logren reactivar la industria turística que por años ha generado fuente de empleos para la población de un determinado destino, es hora de impulsar a todos los colaboradores del área a trabajar en conjunto para no permitir que el turismo decaiga, ir evolucionando y continuar tomando las

debidas medidas de bioseguridad porque no se sabe con exactitud cuánto dure la pandemia.

2.2. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN PORTOVIEJO ANTES Y DURANTE EL COVID-19.

Portoviejo es la capital de la provincia de Manabí, según López, et al. (2018) “es una ciudad con un gran patrimonio cultural por su antigüedad y rica historia, que ha contado con manifestaciones culturales tangibles e intangibles” p 6). Esta es reconocida por la actividad comercial y turística que se da en la zona, dando la oportunidad al desarrollo del turismo cultural, rural y de sol y playa. Para Hidalgo (2018), es conocida como “la ciudad de los reales tamarindos porque hubo una época en que se plantaron y crecieron los más frondosos árboles de esta fruta” (p 14). Dicha ciudad cuenta con varios recursos naturales y culturales donde se desarrollan con frecuencia un conjunto de actividades turísticas, destacando los recorridos por los museos, parques, iglesias, fincas, entre otros.

De hecho, Félix y Doumet (2015) comentan que existen varios recursos y atractivos culturales identificados en el cantón que, tras una adecuada valoración financiera, pueden ser desarrollados como productos turísticos de gran relevancia para el destino. Para ser considerados con potencial turístico dentro de dicho contexto se debe tener en cuenta la relevancia de identificación de estos sitios, mismos que han sido reconocidos por su carácter ambiental, paisajístico o deportivo, así como otros aspectos, entre los que se encuentran enmarcadas la dinámica, utilización, accesibilidad y el equipamiento turístico para determinar la factibilidad del desarrollo de la actividad turística que se podría desarrollar.

En relación a lo antes mencionado se puede argumentar que Portoviejo se destaca por ser un cantón muy diverso, ya que cuenta con atracciones relevantes como el Parque Cerro de Hojas Jaboncillo, la playa Crucita, Fincas Agroturísticas, entre otros recursos donde se puede mezclar diversos tipos de turismo; de hecho, en este mismo contexto según Macías y Macías (2019) exponen que, en la zona urbana de la ciudad se refleja una de las atractividades turísticas más recientes de los últimos años; se trata del parque La Rotonda, considerado como una obra emblemática para la ciudad, este ofrece múltiples

opciones para disfrutar en compañía de familiares, amigos o pareja generando el libre esparcimiento para que la población fomente una mejor calidad de vida.

Otro acontecimiento importante que resalta este cantón es la que expone Diario El Universo (2019) ante el hecho de darse a conocer como noticia a nivel nacional por ser Portoviejo reconocido por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) como Ciudad Creativa por su Gastronomía; este reconocimiento sin duda alguna pone a esta ciudad en un estándar demasiado alto, atrayendo así la visita de propios y extraños que llegan a esta ciudad para degustar de los espectaculares platos que aquí se preparan. Si bien es cierto, Portoviejo ya era visitado por turistas extranjeros gracias a las investigaciones arqueológicas que se desarrollan en los Cerros y por otros recursos que se encuentran en él, no obstante, el importante reconocimiento que ha adquirido le da un valor agregado a la oferta gastronómica cantonal y provincial, haciendo que este sea reconocido en toda la región.

Por ser Portoviejo considerada como la capital geopolítica de la provincia manabita, esta contiene las sedes provinciales de los principales ministerios del Estado, dentro de los cuales se encuentran: el Ministerio de Turismo, el Ministerio del Ambiente, el Ministerio de Relaciones Laborales y el Ministerio del Interior, y varios más; siendo así que la superestructura local está conformada por instituciones como: El Gobierno Provincial, el GAD municipal de Portoviejo y el Ministerio de Turismo (Mendoza y Alcívar, 2020). Todas estas entidades gubernamentales se encargan de velar por el desarrollo constante del cantón y el bien común de la población en general.

Tal es el caso que, el GAD de Portoviejo ha implementado la marca “Sello de Calidad Turística”, dicho distintivo es otorgado a los establecimientos que se han preocupado por mejorar la calidad de los servicios y productos turísticos, y que forman parte en el posicionamiento y competitividad de la ciudad; todo esto ha permitido que los visitantes hagan uso de los servicios de calidad, buscando las mejoras constantes para las empresas y el beneficio de todos los involucrados que complementan el sistema turístico de la ciudad (Mendoza, 2019). Sin duda alguna, implementar este tipo de sistemas que vele por la calidad del servicio,

contribuye con el fortalecimiento del turismo y llamará la atención de la demanda, puesto que el turista siempre busca adquirir un producto acorde a sus necesidades, involucrando calidad en cuanto al buen servicio.

Por otro lado hay que tomar en cuenta que, ante la propagación del COVID-19, actualmente las cosas han ido cambiando la dinámica económica y social de las ciudades del mundo, y la actividad turística en Portoviejo no está exenta tras esta situación; Vargas (como se citó en Quevedo, et al. 2020) Indica que “la paralización de la actividad turística como consecuencia de esta situación ha ocasionado que, en menos de dos meses, se ha pasado de una situación de crecimiento a otra bien distinta de colapso” (p 1256), en este mismo contexto Menchero (2020) argumenta que dicha problemática no solo está presente en las grandes industrias turísticas, ya que, la crisis económica a más de afectar al sistema turístico de la zona, la transversalidad de la situación ha involucrado a todos aquellos que de forma directa o indirecta dependen del turismo; esto incluye elementos territoriales y economías locales, provinciales y nacionales.

En referencia a lo expuesto, Cevallos (2018) considera que lo que se busca desde hace años “es que Portoviejo pueda crecer y llegue a ser un cantón industrializado y que pueda brindar a la sociedad seguridad y fuentes de empleos que les permitan una sostenibilidad económica” (p 14). Por consiguiente, actualmente en el contexto COVID 19 las actividades se están reactivando de a poco, así lo refleja Diario El Telégrafo (2020) exponiendo que la Municipalidad el cantón está trabajando con actividades que permitan reactivar la economía en la ciudad, entre dichas actividades se destacan la difusión en la plataforma del municipio, basándose en promocionar a través de videos y postales digitales el potencial natural, cultural y gastronómico con el que cuenta la zona. Sumándole a esto la promoción del servicio de alojamiento, presentando descuentos del 50% por compras anticipadas en productos turísticos. Otra actividad tiene que ver con capacitaciones al sector de alojamiento, restauración y operación turística para la implementación de protocolos y medidas de bioseguridad, con el fin de que el turista sienta seguridad y confianza al momento de visitar el destino.

2.3. DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

La oferta y demanda son elementos esenciales en el desarrollo de un destino turístico, la primera está compuesta por recursos, bienes y servicios, mientras que la demanda hace referencia a los turistas, o bien al consumidor real o potencial que adquiere o hace uso de los productos y servicios que se encuentran en un determinado territorio (Niebles, et al. 2020). Con respecto a la oferta turística de Manabí, esta se caracteriza por poseer diversidad de paisajes, balnearios, cultura y, sin dejar de lado la exquisita gastronomía, lo que la convierte en uno de los lugares preferidos por turistas nacionales y extranjeros. (Gobierno provincial de Manabí, 2020).

La oferta siempre ha constituido un factor clave para que se logre desarrollar un destino, de hecho, sin atractividad simplemente no habría turismo, y la oferta está compuesta de varios aspectos, pero, entre ellos están los atractivos turísticos que hacen único a un lugar, en el caso de Manabí este cuenta con recursos que poseen suficiente potencial para que la zona pueda ser desarrollada de forma notoria, sin embargo, en muchas ocasiones existen desbalances entre el sector público-privado, conflictos entre ciertas comunidades, o simplemente crisis económicas y sanitarias que hacen que no se pueda vender la oferta de manera adecuada; es ahí donde la demanda tiende a bajar considerablemente repercutiendo en pérdidas económicas para los involucrados en la industria turística.

Por su parte, Mendoza (2019) argumenta que a dicha oferta manabita se le suman numerosos servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, intermediación, transporte turístico, recreación, entre otros; predominando en la mayoría de los casos los hoteles y restaurantes; siendo la ciudad de Manta el puerto marítimo de la provincia, donde están ubicados la mayoría de estos establecimientos turísticos. Esto pone a disposición del cliente variedad de opciones para recrearse, distraerse o pasar tiempo en familia, enfatizando que, por el movimiento económico turístico se toma como referencia de la industria hotelera y gastronómica la ciudad de Manta, misma que acompañadas de cantones como Portoviejo, Pedernales, Puerto López, entre otros; cuentan con adecuados

elementos del sistema turístico que permiten brindar a propios y extraños productos y servicios de calidad.

Con referencia a la demanda turística en la provincia, “esta se torna de manera masiva en ciertas épocas del año (agosto-septiembre), ya que triplica la cantidad de visitantes tanto nacionales como extranjeros superando el número de turistas que visitan la provincia en otros meses” (Barre y Candela, 2019, p. 26), visitando atractivos relacionados al turismo de sol y playa aprovechando la inmensa extensión de playa con la que cuenta Manabí. De hecho, Manabí Noticias (2019) menciona que la mayor cantidad de turistas nacionales que visitan la provincia en la temporada de agosto son de la Sierra y la Amazonia, destacando que los destinos más visitados son Manta, Crucita, Puerto López y Canoa.

Indudablemente se refleja que en cuanto a la demanda, la mayoría de visitantes nacionales, llegan de la región Sierra; visitando cantones que se encuentran ubicados en la zona costera de la provincia y que, las fechas en que más se registra la llegada de turistas están entre agosto y septiembre; meses propicios para disfrutar de la observación de ballenas jorobadas en Puerto López, disfrutar de las espectaculares olas de Canoa o del cálido sol de verano en Manta o Crucita; destinos que también son visitados por turistas extranjeros proveniente de Norteamérica y Europa. De hecho, haciendo referencia al mercado internacional, la zona centro y sur de la costa manabita, es una de las más concurridas por españoles, estadounidenses, canadienses, franceses y alemanes (sin considerar el flujo proveniente de Venezuela) (Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR], 2019).

No obstante, con lo acontecido en el año 2020 por la propagación de la pandemia COVID 19, debido a las restricciones de ingreso y el confinamiento de la cuarentena, la entrada de turistas a la provincia de Manabí disminuyó, así lo proyectan las cifras del MINTUR (2020) donde refleja una baja del 77,2 % en turistas, considerando la proyección hasta el mes de noviembre de 2020 en comparación del año 2019; los visitantes que mayormente ingresaron este año son provenientes de Filipinas(14,6%), Panamá(8,6%) y Estados Unidos (8,2%); sin duda alguna la considerable disminución ha traído consigo pérdidas económicas al sector turístico.

Sumando el criterio de Rodríguez (2018) este indica que Manabí cuenta con importantes fortalezas a destacar, entre ellas: una dinámica comercial importante a nivel zonal, nacional e internacional; puesto que por su ubicación territorial, esta cuenta con producción agrícola, pesquera y acuícola diversificada; sumándole a esto la conectividad aérea, marítima y terrestre que permiten la afluencia de turistas nacionales y extranjeros; no obstante sus debilidades se encuentran enmarcadas en la deficiente planificación que existe en diversas zonas de la provincia, la poca señalización en lugares turísticos, el alto grado de contaminación de ríos por aspectos como: aguas servidas, desechos sólidos, uso inadecuado e indiscriminado de químicos, entre otros. Sin dejar de lado que en ciertas comunidades rurales son pocas las personas que conocen de la actividad turística y en varios de los municipios cantonales existe poco presupuesto económico para desarrollar proyectos turísticos.

Entonces, a raíz de la crisis económica que se vive tras la pandemia, Manabí debe aprovechar sus fortalezas y poner en marcha proyectos que permitan la reactivación del sector turístico desarrollando de manera responsable los recursos, de manera que, se logre minimizar las debilidades, sobre todo por el potencial de la oferta con la que cuenta, ya que, en dicha provincia se pueden desarrollar un sin número de actividades para diferentes segmentos del mercado, tanto nacional e internacional, mismos que ven a la provincia como un destino ideal para vacacionar.

2.4. LA INNOVACIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Alvares y Soares (2017) enuncian que “la actividad turística enfrenta importantes cambios estructurales en los cuales la tecnología juega un papel determinante; para afrontar dichos cambios los destinos turísticos adoptan nuevas perspectivas de planificación y gestión buscando impulsar la innovación, competitividad y sostenibilidad” (p 54). Entonces el desarrollo del turismo en la actualidad se ve influenciado por instrumentos tecnológicos que permiten involucrar la planificación de un determinado destino induciendo la innovación para lograr promocionar los productos y servicios de manera más directa ante la mirada del mercado.

En este contexto Méndez (como se citó en Astudillo y Prada, 2017) declara que “la innovación permite activar la producción, reducir los costes, aumentar las categorías de actuación, expandir el mercado a nuevos segmentos o áreas para mejorar el funcionamiento de las empresas” (p 7). Así, en referencia al sector turístico, al relacionarlo con la innovación, esta hace énfasis en la inducción de nuevos productos, actividades o procesos que se puedan desarrollar en las determinadas empresas de dicha industria, con fin de promover los destinos, dándoles nuevas motivaciones al turista para así poder dinamizar la economía de la población y lograr beneficiar a todos los involucrados.

Ya es visto que la evolución que ha tenido la actividad turística en el mercado ha hecho que la competencia entre las empresas del sector aumente, generando un valor competitivo en la sociedad moderna; de hecho, el crecimiento del internet y sobre todo la manipulación de los medios sociales han sido un factor clave en esta era donde la innovación partiendo desde la tecnología acapara los estándares de los consumidores. En este hecho, Benavides (2019) declara que la innovación y la tecnología dentro de la cadena de valor en la industria turística está orientada en función a tres elementos importantes como lo son: los clientes, los grandes productores y la gobernanza, a lugar con dicha expresión, se considera que efectivamente sin estos tres protagonistas quizás no se dé la necesidad de aplicar estrategias de innovación en el contexto turístico.

Teniendo en cuenta que son los clientes quienes tienen la última palabra en cuanto a elección de sus prioridades, los productores turísticos deben evaluar nuevas formas de mantener al visitante feliz dándole un servicio de calidad; sin dejar de lado que, para que un destino turístico funcione a raíz de aplicación de estrategias de innovación se considera importante que la parte gubernamental mantenga buena relación con los involucrados y estén dispuestos a trabajar por el bien común del destino en general, haciendo énfasis en el desarrollo social y al cuidado de los recursos turísticos de la localidad.

Por otro parte Núñez y Fernández (2016) declaran que la innovación es un proceso donde interviene la sociedad, y que este se nutre de las interacciones entre diversos actores como lo son las universidades, los gobiernos y el sector productivo, facilitando el contexto regulatorio entre los involucrados. De hecho,

los procesos innovadores pueden nacer de una pequeña idea que busque el mejoramiento de una empresa o del sector turístico en general, donde en la dinámica de cambio puedan involucrarse el número de personas que se requiera para buscar juntos el bien común.

Mientras que, Díaz y Fernández (2020) sostienen que “la importancia de la innovación se aprecia en todos los ámbitos del desarrollo sostenible: económico, social, ambiental e institucional” (p 14). De esta manera se puede comprender que la idea innovadora aparece en varios escenarios del contexto empresarial, y además está directamente ligado con las dimensiones del desarrollo sostenible, haciendo que se permita encontrar ese balance a través de pautas a nivel social que involucran el accionar de instituciones públicas y privadas con la finalidad de obtener beneficios económicos precautelando el aspecto ambiental.

Con respecto a los enfoques de sistemas de innovación según Lundvall (como se citó en Núñez, Ortiz, Proenza y Rivas, 2020) la innovación se considera un proceso social, interactivo y sistémico; que enfatiza el papel de las redes, las interacciones, y los actores; influyendo de manera directa en las organizaciones, instituciones, e interacciones entre los demás actores colectivos. Por tanto, se puede argumentar que el nivel de desarrollo de una empresa o destino determinado se encuentra ligado al accionar de los involucrados al implementar técnicas, estrategias o procesos innovadores que permitan aumentar el nivel de desarrollo con el que se está trabajando.

2.4.1. TIPOLOGÍA DE LA INNOVACIÓN

Las nuevas tendencias en los visitantes dirigen la actividad turística hacia la búsqueda de experiencias innovadoras, por lo que los destinos deben implementar estrategias que permitan satisfacer las nuevas necesidades de la demanda. De tal modo, la innovación es una forma en que los destinos pueden mejorar sus estrategias apostándole al marketing centrándose en la oferta de experiencias, la innovación en cuanto a nuevas propuestas vendiendo no solo un producto sino una experiencia podría direccionar de forma adecuada el destino o la empresa, mismas que al apostar por tipologías de innovación donde la planificación y la gestión en los procesos está ligada de forma directa al

mejoramiento del servicio, logran el acople de la organización, mejorando el posicionamiento que se espera en el mercado turístico (Hernández, Pasaco y Campón, 2020).

Según la Cámara de Comercio de España (2017), usualmente se asocia la innovación con ciertas actividades relacionadas al desarrollo de la creatividad, el azar o la inspiración de un momento. No obstante, dichos elementos, que pueden ser fundamentales para que se dé el proceso de innovación, involucran nada más una parte de los componentes que intervienen en el frecuente proceso ante la innovación; es decir, la idea de innovar no representa exclusivamente el desarrollo de nuevos productos y servicios, esta es afectada también por la forma en la que se hacen las cosas; por tanto, se estructuran en la siguiente tipología: Innovación en producto/servicio, innovación en proceso, innovación organizacional e innovación del marketing.

Entonces para un mayor estudio de lo expuesto con anterioridad se podrían indagar cuatro tipos de innovación: el primero se trata de la Innovar los producto, la tipología induce en el lanzamiento de nuevas ofertas en el mercado con un estereotipo mejorado, con componentes o materiales que incorporen características funcionales del mismo; por otro lado, también se habla sobre innovar los procesos, refiriéndose a la implementación de procesos en los cuales entra en juego la fabricación, logística o distribución; más adelante está la innovación organizacional, dicha tipología trae al mercado nuevos métodos organizacionales en cuanto a gestión, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, involucrando la cadena de valor para atesorar sistemas de calidad en las empresas. Y finalmente la siguiente tipología de la innovación se desarrolla en el contexto del marketing, con la implementación de nuevos métodos en el diseño de un producto, evaluando mejoras en el precio, distribución y promoción (Palacio, et al. 2017).

Sin duda alguna las tipologías de innovación están direccionadas a mejorar los servicios, productos y condiciones de una determinada empresa; sin dejar de lado componentes esenciales que son de vital importancia en el transcurso de los procesos tecnológicos que se aplican ante la necesidad de optimización de operaciones conjuntas que todos los involucrados desarrollan constantemente;

la idea ante la innovación en el mercado turístico sin duda alguna es posicionar un destino, sector o producto mejorando procesos que permitan brindar calidad de ofertas a los consumidores.

Por otro lado, Navarro y Moreira (2018) expresan que “teniendo en cuenta que la fuente de la innovación es una nueva idea capaz de aportar valor, la implicación de toda la empresa en el proceso de generar las mejores ideas es una necesidad” (p 67). Y mediante varias contribuciones científicas en relación con tipos de innovación dentro de la investigación se presentan varios formatos, sin embargo, el autor los ha sintetizado de la siguiente manera como se proyecta en la figura 2.



Figura 2. Clasificación de los distintos tipos de innovación

Fuente: Navarro y Moreira, 2018.

La innovación es el proceso mediante el cual una empresa crea un nuevo producto y servicio que a su vez pueden surgir problemáticas, la principal falencia dentro del turismo es el desconocimiento de cómo funciona y que beneficios trae muchos emprendimientos son tradicionales que no emplean una correcta innovación tecnológica y esto conlleva al fracaso de la empresa. En referencia a la figura 2. el autor ha clasificado la innovación según el contexto en la que esta se desarrolle, de modo que esta se puede dar mediante el surgimiento de una nueva idea ya sea cerrada, cuando los involucrados están dentro de un círculo u organización, y abierta donde la persona no se queda solo con su idea, sino que trata de captar otras que pueden ayudar al compenso de la suya, tomando en algunos de los casos ideas de la competencia y adaptándolas según las

situaciones de su empresa. También se clasifican de acuerdo con el grado de novedad, donde se combinan el objeto con los medios del propósito entonces si la innovación alcanza valores altos en ambas dimensiones, se lograría tener una innovación radical o disruptiva, lo que direccionará el éxito de la empresa.

Más adelante también se habla de la innovación social, la cual se encuentra involucrada con la solución a problemas mediante estrategias innovadoras con fines sociales y beneficios ambientales; y por último la innovación por objeto, misma que puede ser definir involucrando los procesos y servicios en el contexto de desarrollo de una empresa, esta varía dependiendo de la naturaleza de la idea que se plante, ya sea mediante la aplicación de mecanismos tecnológicos, gestión y operación con respecto a servicios que se involucren para agilizar los procesos.

2.5. INDICADORES DE INNOVACIÓN EN DESTINOS TURÍSTICOS

A raíz de la crisis sanitaria, la interrupción de las actividades en diferentes partes del mundo provocó una montaña rusa en la continuidad de los movimientos de personas, causando un desbalance económico en las industrias, afectando de forma directa al sector turístico, y actualmente las contradicciones tras la pandemia COVID-19 direcciona a buscar nuevas maneras de innovación que contribuya a reactivar el turismo, obligando a plantear nuevos escenarios para salir a flote tras lo sucedido.

En referencia a lo planteado Korstanje (2020) manifiesta que “la crisis económica que deja la pandemia permite la reconfiguración de una nueva modalidad de turismo, constituido por el bien colectivo y no por el híper consumismo solipsista” (p 184). Es decir que los turistas desde su perspectiva tras las afectaciones de este tipo de crisis sanitarias prefieren el sentido de estar bien y vivir una vida tranquila, realizar un turismo más responsable que garantice su seguridad, y no la inclinación hacia el consumismo al que normalmente estaba acostumbrado.

Por tanto, la aplicación de indicadores siempre ha sido un tema importante en la gestión de los destinos turísticos, estos proporcionan cierto grado de valoración en la interacción y toma de decisiones de un determinado territorio; según la OMT (como se citó en Serrano y Pucha, 2018) los indicadores turísticos se

entrelazan con la planificación turística, pues estos conllevan la organización del destino, permitiendo el aprovechamiento de sus fortalezas, efectuando un requerimiento esencial para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de las actividades turísticas, ya sea dirigida a una escala internacional, nacional o local, todo esto garantiza la correcta integración de la industria turística en una sociedad progresivamente activa que involucra el desarrollo económico vinculando la cultura o bien al ambiente.

En el contexto turístico Rodríguez (2018) menciona a continuación ejemplos de indicadores direccionados a la gestión para la innovación de un destino; iniciando por el control y evaluación del lugar para de este modo conocer cómo se manejan los procesos y las políticas públicas que se han aplicado en los últimos años; como segundo indicador expone el porcentaje de empresas que contengan responsabilidad social empresarial, es decir los establecimientos del destino que tengan certificados que verifiquen el cuidado en cuanto a calidad ambiental y sostenibilidad.

Otros indicadores de innovación se relacionan con la satisfacción del cliente de manera que así se pueda conocer a través de una valoración qué piensan sobre la atención, el servicio brindado y las características propias del lugar, destacando: la percepción de la relación calidad-precio, porcentaje de visitantes satisfechos con su experiencia general en el destino, ocupación anual o trimestral, entre otros; y por último, pero no menos importante dentro de los indicadores de gestión se analiza un indicador de información y comunicación para conocer la conciencia sostenible que tiene el cliente ante el sitio turístico. Todos estos y muchos más permiten examinar el funcionamiento del territorio para así con todas las características apropiadas según la evaluación respectiva saber si se está dando un adecuado desarrollo del turismo en dicha zona (Márquez, *et al.*2020).

De hecho, el área turística está llena de muchas variantes de acuerdo al servicio o producto que ofrece una determinada empresa, ya que teniendo en cuenta la amplitud de la industria, estos empresarios deberían focalizarse en lo que sería mejor para su negocio, entonces los indicadores de innovación a aplicar podrían dirigirse a la evaluación para la aplicación del uso de las

tecnologías, pero sin dejar de lado gestión y el manejo adecuado de la organización de la parte humana de colaboradores, clientes y empresarios. Es decir, hacer uso de la innovación tecnológica acompañados de un servicio de calidad y calidez que permita más que vender un producto, crear lazos experienciales entre los consumidores y el destino.

Por otro lado también hay que tener en cuenta que los destinos turísticos que apuesten por la aplicación de indicadores de innovación en la industria del turismo, deben tener claro que le están dando a su empresa la oportunidad y el poder de aprovechar las potencialidades características que identifican o le dan valor agregado a su negocio, para así surgir en un mercado que usualmente suele ser muy competitivo, entonces esta innovación entraría al juego como una estrategia que genere beneficios a través de la planificación que se le puede dar a un determinado proyecto, ya sea en el área técnica, visual, institucional o en función a la calidad del servicio turístico de la empresa.

La innovación es habitualmente conocida por ser un factor determinante en la competitividad empresarial; sin embargo, existe estigmas en lo que se refiere a la forma de medir la innovación, especialmente en el sector que oferta servicios, y principalmente cuando el estudio se vuelve complejo al momento de elegir indicadores para medir aspectos en las diferentes áreas del turismo. Por su parte, Aires y Amorim (2018) indican que “los instrumentos utilizados para medir la innovación en empresas del sector de turismo mayoritariamente surgen de fuentes de datos secundarios enfocados en la industria manufacturera” (p 103).

Esto tiene mucho que ver con la capacidad innovadora que presente una organización y mediante qué indicadores desea medir la progresividad de su empresa; si bien, los indicadores de innovación en mucho de los casos están vinculados con la implementación y utilización de la tecnología; los procesos aplicables deben estar ligados a la gestión de la calidad que se está dispuesto a ofrecer al cliente y en cuanto los cambios que desea aplicar para mejorar el funcionamiento de su negocio. Si una empresa desea salir a flote de la noche a la mañana a través de las mismas técnicas de promoción que usualmente aplica la competencia, en algunos de los casos puede que les funcione y mantengan un estándar de clientes; no obstante, deberían darse cuenta de que el hecho de

aplicar técnicas de innovación puede sacarlos de apuros y hacer que la demanda incremente en poco tiempo, ya que siempre es necesario avanzar progresivamente implementando nuevas ideas en los negocios.

Los sistemas de indicadores siempre deben relacionarse con la proyección que desea presentar la empresa ante el mercado, en el caso de la innovación esta se ve influenciada por factores radicales o incrementales, este puede ser producto de la interacción del ambiente organizacional de un destino, y puede ser de tipo tecnológica, organizativa o administrativa; todo esto dependiendo del escenario en el que se planea interactuar (Domareski y Chim, 2019).

Es así como una determinada empresa puede actuar frente a la idea de innovación, planteando indicadores que fundamente sus proyecciones a alcanzar en un determinado estándar de tiempo, de hecho, es muy usual que en la mayoría de los casos este tipo de innovaciones sea de uso tecnológico ya que actualmente gracias a las TIC (Técnicas de Información y Comunicación) se puede llegar de manera más rápida al consumidor, en otro de los casos la innovación está involucrada con el direccionamiento de la empresa, la organización y la aplicación de programas para mejorar la administración de los recursos contables.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

Dentro del presente capítulo se contempla la metodología de la investigación que tiene como finalidad el diseño de un sistema de indicadores que contribuya con la innovación del sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19, por tanto, para darle dirección al proceso metodológico se tomó como referencia a varios autores involucrados, relacionando las variables de estudio y la aplicación de métodos, técnicas y herramientas adecuadas, todo esto permitió dar paso a la continuidad del proyecto. El desarrollo de la investigación es de tipo documental-bibliográfica, de campo y exploratoria, con un enfoque mixto, de nivel no experimental, ya que se realizó un análisis integral del territorio en base a la observación de campo en donde se pudo identificar los factores de innovación que inciden en las empresas de servicios turísticos de Portoviejo.

ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

Para definir el diseño metodológico de la investigación se analizaron seis propuestas metodológicas en relación con el tema de estudio, mismas que se encuentran sustentadas en el criterio de Del Rey y Laviña (2008), Albornoz (2009), López, *et al.* (2017), Martins y Amorim (2018), Rodríguez (2018) y Pimentel (2019). De esta manera, se procede a analizar las metodologías propuestas por cada autor, con el fin de conocer el aporte de cada una y así poder realizar una metodología propia y establecer las actividades, técnicas y herramientas, para dar como resultado final el cumplimiento de las fases establecidas.

-Criterios de indicadores de la excelencia en la innovación empresarial (Del Rey y Laviña, 2008).

Para el estudio más adecuado de la investigación el autor la dividió en tres fases, iniciando por la recopilación de información donde se combinaron fuentes secundarias como información documental impresa y electrónica; y fuentes primarias como opiniones de profesionales donde se examinaron diversos modelos y metodologías relacionadas con la gestión y evaluación de la

innovación; más adelante en la fase dos con los resultados de la fase anterior, se confeccionaron una relación de posibles criterios e indicadores, mismos que se valoraron en función a la opinión de 27 profesionales del contexto de estudio; en la última fase se selecciona y se estructura una lista de posibles indicadores de la innovación para las empresas.

Se escogió esta investigación porque fundamenta criterios en cuanto la estructuración y validación de indicadores de innovación para las empresas, entonces, logra aportar con directrices que contribuirán con la construcción de un sistema de indicadores de innovación para la zona establecida, estas fases aplicadas servirán como guía para la estructuración metodológica del proyecto, ya que inicialmente se necesita recopilar información del área para más adelante validar y seleccionar los indicadores.

-Indicadores de innovación las dificultades de un concepto en evolución (Albornoz, 2009).

El propósito de esta investigación se centra en explorar las fronteras conceptuales del término innovación, examinar la evolución de las políticas de innovación adoptadas en el mundo y revisar la experiencia en materia de indicadores para analizar su eficacia; además se desarrolló un análisis de los procesos de evolución económica y social que permitió evaluar recaudos para contribuir indicadores útiles para la región donde se desarrolló el proyecto; de modo que se selecciona el presente antecedente metodológico porque permite sustentar las bases teóricas en cuanto a los procesos de evaluación para medir la eficacia del sistema de indicadores; además que será tomado como guía para realizar la evaluación de los indicadores de innovación que se adapten para el desarrollo del sector turístico en Portoviejo.

-Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona (López, et al.,2017).

La investigación se encuentra estructurada por tres fases, iniciando desde la recopilación de información referente al tema de estudio, para así más adelante desarrollar una base de datos para la evaluación de la sostenibilidad turística a

nivel municipal, a partir de la recopilación de información específica ya sistematizada, dicha base estaba comprende información económica, social y ambiental, así como otras variables que permiten caracterizar los destinos y los procesos de gestión; y a partir de esto elaborar un análisis comparativo examinando indicadores de dos casos : El Índice de Sostenibilidad Turística (ISOST) y El Sistema Europeo de Indicadores de Turismo (SEIT), y definir cuál funciona de manera más adecuado en el contexto turístico en base la gestión sostenible del destino.

Esta investigación genera su aporte metodológico en base a las directrices de los procesos de implementación de sistemas de indicadores para el sector turístico ya que menciona algunas variables en función a la gestión de procesos sostenibles, que, si se los conjuga con la innovación podrían estructurar indicadores de innovación que mejoren el aspecto social, económico e institucional del destino, pero sobre todo para trabajar de la mano para buscar un equilibrio ambiental.

-La investigación sobre la medición de la innovación en las empresas de turismo (Martins y Amorim, 2018).

En este artículo, se procede a realizar una revisión sistemática de la literatura, teniendo como objetivo observar cómo la literatura académica se ha posicionado con relación a la medición de la innovación en aquel sector. En la segunda fase se desarrolla un análisis basado en la identificación de los artículos relevantes publicados en revistas seleccionadas; del análisis se resalta el limitado número de contextos donde el tema fue empíricamente analizado, por lo que los resultados obtenidos son insuficientes para generalizar.

El criterio Martins y Amorim (2018) apunta a la estructuración de una metodología basada en la medición de indicadores, dicho hecho acoplado a la presente investigación servirá para comprender hasta qué punto se pueden aplicar un sistema de innovación para la innovación en las diferentes empresas turísticas del sector, contribuyendo así con síntesis concretas que permitan validar el modelo a aplicar consecuentemente a la zona de estudio antes mencionada.

-Sistema de indicadores que fomenten el turismo sostenible en la provincia de Manabí (Rodríguez, 2018)

Esta investigación es de tipo descriptivo- exploratorio con un enfoque mixto; en la cual se plantearon tres fases detalladas a continuación: Iniciando con un diagnóstico turístico, en donde se realizó la delimitación y caracterización de la provincia. Continuando con la determinación de los indicadores de sostenibilidad, haciendo uso de revisión bibliográfica establecida tanto por organismos nacionales como internacionales. Y finalmente en la tercera fase se realizó la evaluación de los indicadores para el fomento del turismo sostenible, para esto fue necesario la aplicación del método Delphi.

El aporte metodológico se resalta en la adaptación de un sistema de indicadores para fomentar el turismo, lo que involucra un diagnóstico de la zona para así determinar los indicadores y finalmente evaluar dichos indicadores, de forma que, se tomó en cuenta esta metodología por los procesos que contribuyen a la creación de un sistema organizado direccionado a buscar la mejora del sector turístico, ya sea en el área ambiental, social, o económica, la finalidad de dicha investigación al igual que esta es estructurar indicadores que beneficien a un determinado destino turístico.

-Diseño de un sistema de indicadores, amparado en los 17 objetivos del desarrollo sostenible (ONU), para la creación de un indicador sintético en destinos turísticos litorales España (Pimentel, 2019).

Este trabajo se basó en tres fases, la primera fue el diagnóstico situacional turístico, aplicando técnicas de recolección de información. La fase dos consistió en la selección de los indicadores, una vez analizados el sistema propuesto por el organismo internacional. Finalmente, la tercera fase se basó en la elaboración de un sistema de indicadores para los destinos turísticos litorales de Valencia. Las fases aplicadas en dicha investigación sirven como guía para el diseño metodológico porque estructura sistema de indicadores, que, si bien no están direccionados a la innovación, de alguna manera contribuye con el direccionamiento hacia la creación de indicadores que puedan servir para

evaluar la actividad turística de cualquier destino, permitiendo así buscar el equilibrio adecuado entre la gestión y planificación de las áreas turísticas.

El resumen de la estructuración metodológica de todos los referentes consultados se muestra en la tabla 1, donde se proyectan los procesos metodológicos aplicadas en cada una de las investigaciones, con cada una de sus fases:

Tabla 1. Referencias Metodológicas

Tema	Autor	Fases
Criterios de indicadores de la excelencia en la innovación empresarial.	Del Rey y Laviña (2008)	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilación de información - Valoración de Criterios e indicadores - Selección de criterios e indicadores
Indicadores de innovación las dificultades de un concepto en evolución	Albornoz (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Exploración teórica - Examinar la evolución de las políticas de innovación adoptadas - Revisar la experiencia en materia de indicadores que permitan evaluar su eficacia.
Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona.	López, <i>et al.</i> , (2017)	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilación de información - Creación de la Base de Datos - Análisis de los resultados del Índice de Sostenibilidad Turística (ISOST) - Análisis de los resultados del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (SEIT)
La investigación sobre la medición de la innovación en las empresas de turismo.	Martins y Amorim (2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Recolección de Datos y Resultados - Selección y Análisis - Análisis de Contenido
Sistema de indicadores que fomenten el turismo sostenible en la provincia de Manabí.	Rodríguez (2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico Turístico - Procedimiento de Selección de indicadores sostenibles - Diseño del sistema de Indicadores
Diseño de un sistema de indicadores, amparado en los 17 objetivos del desarrollo sostenible (ONU), para la creación de un indicador sintético en destinos turísticos litorales (España).	Pimentel (2019)	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico situacional - Selección del sistema de indicadores - Elaboración de índice de sostenibilidad.

Fuente: Elaborado por las autoras a partir de autores citados

- Análisis

Se puede observar que todos los autores mencionados han aplicado la recopilación de información referente al tema de estudios; más adelante se logra

observar que Del Rey y Laviña (2008), emplearon una valoración para más adelante seleccionar los indicadores; sumando los criterios de autores como Rodríguez (2008) y Pimentel (2019) quienes también decidieron hacer una selección de indicadores en la segunda fase; no obstante en dicho proceso Albornoz (2009) decidió examinar la evolución de las políticas de innovación para más adelante, evaluar la eficacia de los indicadores; por otro lado, López, *et al.* (2017) prefirieron crear una base de datos y luego realizar un análisis en relación de otras metodologías evaluadas; no obstante autores como Martins y Amorim (2018) después de la recopilación decidieron desarrollar un análisis de todo el contenido recopilado en función a la investigación y para finalizar Pimental (2019) estructuró el diseño final de los indicadores evaluando el funcionamiento de ellos.

3.2. PROPUESTA METODOLÓGICA

Continuando con el proceso, en base a las metodologías analizadas anteriormente, la propuesta metodológica de la investigación se sustenta mayormente en el criterio propuesto por Del Rey y Laviña (2008) y Rodríguez (2018), donde indican el proceso más factible para definir las respectivas actividades, métodos, técnicas y herramientas para su desarrollo (tabla 2.).

Tabla 2. Propuesta metodológica

Fases	Actividades	Métodos, Técnicas y Herramientas
Fase I. Diagnóstico de la situación turística del cantón Portoviejo.	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterizar de forma general el destino Portoviejo. - Analizar la oferta turística. - Identificar los aspectos de innovación turística en el destino Portoviejo. - Realizar un Análisis Estratégico (FODA). 	<p>Método</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analítico Sintético <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisión bibliográfica. - Entrevistas <p>Análisis de contenido (AC)</p> <p>Herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Matriz de involucrados. - Ficha de caracterización - Catastro turístico -Matriz FODA -Visita In-situ -Observación de campo
Fase II. Evaluación de los impactos COVID-19 en relación con la innovación en el sector turístico del cantón Portoviejo.	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar los impactos causados por la pandemia. - Establecer iniciativas para la reactivación turística de Portoviejo en el contexto del COVID-19. - Analizar el manejo de la crisis sanitaria en el sistema turístico desde la perspectiva de la demanda. 	<p>Método</p> <ul style="list-style-type: none"> -Analítico Sintético <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Análisis bibliográfico -Entrevista - Encuesta <p>Herramientas</p>

		-Cuestionarios de encuesta y guías de entrevistas
Fase III. Elaboración de un sistema de indicadores para la innovación del sector turístico de Portoviejo.	<ul style="list-style-type: none"> - Contextualizar modelos como base para la evaluación de la innovación en destinos turísticos - Seleccionar indicadores para el sistema. - Diseñar el sistema de indicadores para la evaluación de la innovación turística en el destino Portoviejo 	Método -Analítico-Sintético -Delphi -Análisis factorial Técnicas -Análisis bibliográfico -Criterios de expertos Herramientas -Cuestionario para selección de expertos

Fuente: Elaborado por las autoras

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA

A continuación, se procederá a describir cada una de las fases estableciendo sus etapas y actividades para el desarrollo del proyecto:

3.3.1. FASE I. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PORTOVIEJO

La caracterización del cantón Portoviejo permitió tener una visión clara de los aspectos más relevantes que influyen en el desarrollo de la actividad turística.

Actividad 1. Caracterización del destino Portoviejo

Para el desarrollo de la primera actividad se realizó una caracterización de la situación turística del cantón Portoviejo en donde se conoció la realidad actual del sector turístico, de manera que fue necesario la recopilación de información turística mediante una ficha de caracterización presentada en el (anexo 1), además para contribuir con el desarrollo de la investigación se aplicaron entrevistas que estuvieron direccionada al director y personal que labora en el departamento de turismo, permitiendo diagnosticar el estado actual del turismo en dicha zona tras la nueva normalidad en el contexto del COVID19.

Actividad 2. Análisis de la oferta turística

En la segunda actividad se analizó la oferta en relación con los atractivos y recursos turísticos, empresas de servicios turísticos para esto se efectuó una visita in-situ al destino en donde se pudo conocer la situación actual de los establecimientos.

Actividad 3. Identificación de los aspectos de innovación turística en el destino Portoviejo

En primera instancia se identificaron los aspectos que influyen en la innovación turística dentro de los negocios de servicios además se efectuó un análisis de los procesos de innovación tecnología, también se realizó una indagación de la gestión de la innovación en el territorio se tomó como referencia a Alfonso, Ulacia, & Suárez (2019), también se estableció una matriz de involucrados presentada en el (anexo 2) en donde se evaluó las problemáticas que afectan al desarrollo del turismo y posibles indicadores que limitan en desarrollo en el sector público.

Actividad 4. Análisis Estratégico (FODA).

Se identificaron las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con base en los análisis realizados de la información levantada mediante la revisión bibliográfica y la observación de campo en las actividades anteriores. Para este fin, se aplicó la técnica de AC, la cual consistió en la elaboración de una lista preliminar de los aspectos positivos y negativos tanto internos como externos de la situación turística del destino; posteriormente, se depuraron los de menor importancia y se simplificaron aquellos que se relacionaban, los métodos empleados fueron el analítico -sintético.

3.3.2. FASE II. EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS COVID-19 EN RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO.

En la segunda fase se hizo una evaluación del sistema turístico del cantón Portoviejo en base a la información recolectada se analizó la demanda y atractivos turísticos del territorio, además del análisis bibliográfico realizado.

Actividad 1. Analizar los impactos causados por la pandemia

En esta actividad se analizó los impactos causados por la pandemia, posterior se evaluó la gestión turística en el contexto del COVID 19 se realizó una entrevista (anexo 5) al personal que labora en el área de turismo del GAD Municipal en donde se les consultó el nivel de apoyo que brindan las entidades gubernamentales del área, los métodos utilizados fueron en analítico -sintético.

Actividad 2. Iniciativas para la reactivación turística de Portoviejo en el contexto del Covid-19

Mediante esta actividad se pudo identificar las iniciativas que han empleado para la reactivación económica y turística de Portoviejo. Por lo que se ejecutó una entrevista (ver anexo 5) a los encargados del departamento de turismo del cantón Portoviejo, en donde se determinó la situación actual sobre las acciones de manejo que han tomado para la reactivación económica por la pandemia, el método empleado fue el analítico- sintético.

Actividad 3. Análisis del manejo de la crisis sanitaria en el sistema turístico desde la perspectiva de la demanda.

En esta actividad se efectuó el análisis del manejo de la crisis sanitaria mediante la evaluación del sistema turístico desde la perspectiva de la demanda en la cual se aplicó una encuesta (anexo 6) a los visitantes del destino entre los meses de noviembre y diciembre del 2021, la recolección de los datos se desarrolló en los principales sitios de visita de la ciudad, se utilizaron herramienta tales como encuestas y entrevistas. Para la definición del tamaño de la muestra, se tomó como referencia la fórmula de población desconocida ya que el cantón no cuenta con un número de demanda exacta por eso se vio necesario aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

En donde:

Z = nivel de confianza (1,96)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (0,5)

Q = probabilidad de fracaso (0,5)

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción 0,07)

$$n = \frac{1.962 \times 0.5 \times 0.5}{0.07^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0049} = 196$$

$$n = 196 //$$

3.3.3. FASE III. ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE PORTOVIEJO.

En primera instancia se definieron los indicadores de innovación mediante la revisión bibliográfica para la posterior validación por expertos, quienes fueron seleccionados a través del método Delphi (anexo 7).

Actividad 1. Contextualización de modelos como base para la evaluación de la innovación en destinos turísticos

En esta actividad se realizó una revisión bibliográfica con la finalidad de establecer los criterios e indicadores de innovación turística por medio del análisis y síntesis de los datos encontrados en la literatura científica.

Actividad 2. Selección de indicadores

Los indicadores previamente definidos a través de la búsqueda bibliográfica fueron sometidos a un criterio de valoración de importancia otorgado por los expertos en una escala de 1 a 10. El proceso de selección de los expertos se desarrolló mediante la aplicación del método Delphi (se explica el proceso en el anexo 7).

Actividad 3. Diseño del sistema de indicadores para la evaluación de la innovación turística en el destino Portoviejo

Con los resultados de la valoración por expertos, se realizó un análisis factorial en el paquete estadístico SPSS, mediante el cual se definieron los estadísticos descriptivos para una visión general de la valoración otorgada por los expertos, finalmente, se definieron los indicadores bajo dos criterios, el primero fue que el peso de su varianza sea superior a 0,5 lo que además permitió realizar la jerarquización; y el segundo fue que debía integrar el primer o segundo grupo de componentes (debido a que concentran la mayor parte de la varianza).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos dentro del presente capítulo fueron producto de cada una de las etapas planteadas dentro del desarrollo metodológico, las cuales se llevaron a cabo por medio de la aplicación de los diversos métodos, técnicas y herramientas científicas; que permitieron una adecuada recopilación y procesamiento de la información para obtener los datos presentes.

4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PORTOVIEJO

En esta fase se realizó una caracterización turística del cantón Portoviejo en donde se pudo conocer las características generales del territorio por lo que fue necesario la revisión de documentos oficiales tal como el PDOT (Plan de ordenamiento territorial), además de la visita in situ en donde se pudo conocer la manera que opera el sector turístico, además de conocer si el servicio es de calidad y cumplen con las expectativas del cliente, de tal manera se caracterizan aspectos socio-económico, cultural, infraestructura tecnológica para el turismo, científico tecnológico y turística.

4.1.1. GENERAL DEL DESTINO PORTOVIEJO

Portoviejo es la capital de la provincia de Manabí, ubicado en la parte central, geográficamente (ver figura 3) pertenece a la región costa; se encuentra a 36 kilómetros de la ciudad de Manta, popularmente se la conoce como “la ciudad de los Reales Tamarindos”. Esta ciudad se constituye en el centro político y administrativo de la provincia, ya que en ella se encuentran las oficinas de importantes direcciones provinciales de varios Ministerios, así como el Gobierno y la Prefectura provincial; cuenta con una superficie aproximada de 954,9 km² (Gad de Portoviejo, 2014).

El Gad de Portoviejo (2014) menciona que está inmerso en la parte media baja de la cuenca hidrográfica del río Portoviejo cuya área es de 2060 km². Actualmente se encuentra dividido por nueve parroquias urbanas: Portoviejo Matriz, 12 de marzo, Andrés de vera, Colón, Francisco Pacheco, Picoazá, San Pablo, 18 de octubre y Simón Bolívar; del mismo modo su área rural está

conformada por cinco parroquias: San Plácido, Alajuela, Abdón Calderón, Crucita y Río Chico.

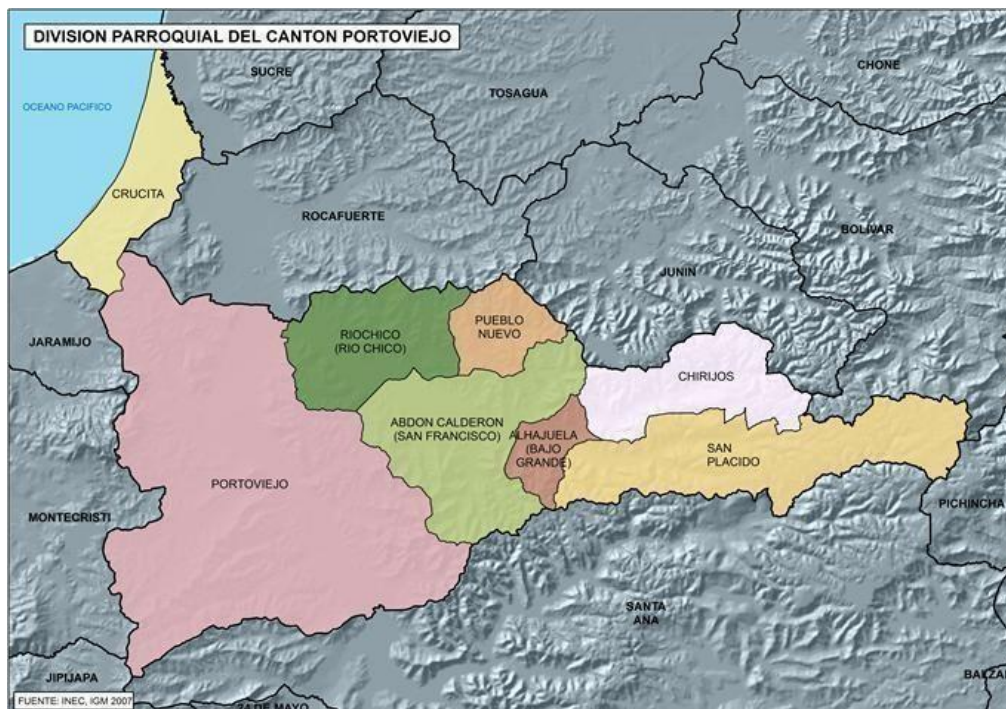


Figura 3. Mapa del cantón Portoviejo
Fuente: Andrade y Plazarte (2021)

A Portoviejo se lo considera como una ciudad que tiene un gran movimiento comercial, industrial y artesanal sobre todo este último aspecto que se elaboran en las comunidades cercanas a la ciudad, se distingue por la manufacturación en mimbre, cestería y paja toquilla (Sornoza y Párraga, 2019). La gastronomía local sobresale puesto que sus platos se elaboran a base de mariscos, pollo, res y cerdo, así como también plátano, yuca, maíz y maní; las características gastronómicas recogen un extenso legado de la cultura y tradición culinaria de su propia cultura montubia en Manabí, se menciona también fue declarado como “Ciudad Creativa” por la UNESCO en octubre del 2019. Portoviejo es considerado como un destino que propone un horizonte turístico relevante en el Ecuador. Los datos generales del cantón se exponen en (Ver tabla 3).

Tabla 3. Datos generales del cantón Portoviejo.

DATOS GEOGRÁFICOS DEL CANTÓN PORTOVIEJO	
Ubicación	Localizado en la parte centro costa del Ecuador
LÍMITES:	Al Norte con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar. Al Sur con el cantón Santa Ana. Al Oeste con el cantón Montecristi y el Océano Pacífico. Al Este con los cantones Pichincha y Santa Ana.
EXTENSIÓN:	954.9 km ²

POBLACIÓN:	304.227 Habitantes datos del (Gad de Portoviejo)
TEMPERATURA :	La temperatura promedio es de 24 °C, aunque posee máximas relativas que pueden alcanzar los 36 °C
PRINCIPALES CUENCAS HÍDRICAS:	Presa Poza Honda, Derivadora Santa Ana, Río Portoviejo, Río Portoviejo A. J. Chico, Río Chico en Alajuela, Río Chico A.J. R. Portoviejo, Río Portoviejo- Ceibal, Estuario Río Portoviejo. Cabe mencionar

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado (2014).

Portoviejo cuenta con una población de 304.227 habitantes de acuerdo con el Censo 2010, (PDOT,2014). Su clima es cálido con una temperatura media anual de 24 grados centígrados. Durante la época lluviosa el clima es caluroso y durante la temporada seca es templado. Se encuentra equipada con servicios de salud, seguridad, alcantarillado pluvial y sanitario, telefonía fija y móvil, alumbrado, educación, etc. Entre la población urbana y rural del cantón ha tenido un incremento desde el año 2010 hasta la proyección del 2020 por parroquia (PDOT). Cabe mencionar que, pese a la riqueza hídrica que posee el cantón, según el PDOT (como se citó en Alcivar, 2018) estas se encuentran en un estado contaminado.

-CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA

Su economía gira fundamentalmente en torno a servicios personales y comerciales, básicamente minoristas, aunque la diversidad de servicios especializados es sumamente amplia es importante mencionar que la economía urbana ha aumentado y se centra en tres grandes ejes: la promoción de nuevas centralidades urbanas, las iniciativas con valor agregado ancladas en conocimiento y el fortalecimiento y cualificación de actividades comerciales y microemprendimientos urbanos (Gad de Portoviejo, 2014).

Sus principales actividades económicas se dinamizan en la actividad forestal, pesquera, minera y actividades turísticas. Según el Gad de Portoviejo (2017): “El 40% de la población se dedica a actividades relacionadas con la agricultura, ganadería, caza, avicultura, y silvicultura; un 20% al comercio al por mayor y al por menor, un 15% a la industria 55 de servicios como hoteles y restaurantes, el 5% a la explotación de minas y canteras” (p.54).

De esa forma, también se incluyen otras actividades como inmobiliarias o de intermediación financiera.

Por otra parte, el sector económico se ha visto afectado por la crisis sanitaria en el contexto de Portoviejo uno de los principales impactos económicos y sociales que ha sufrido el sector turístico de Portoviejo a causa de la pandemia, el 50% de los prestadores de servicios turísticos se vio en la necesidad de terminar las relaciones laborales con sus trabajadores. El 50% eran propietarios y contaban con mano de obra no remunerada. Se estima que el sector tuvo que desvincular a un aproximado de 500 trabajadores (Suárez et al. 2021).

A continuación, se muestran las actividades que han predominado desde la historia para el buen desarrollo del cantón y bienestar de la población (Ver tabla 4).

Tabla 4. Actividades Económicas Generadoras de Empleo.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS GENERADORAS DE EMPLEO	DESCRIPCIÓN	NIVEL DE CONTRIBUCIÓN %
Suministros de electricidad, gas y agua	Déficit en la cobertura. Servicio de baja calidad	60%
Construcción	Limitado control urbano	45%
Comercio al por mayor y al por menor	Limitados créditos blandos. Pocas capacitaciones	45%
Sector turístico	Infraestructura deficitaria, personal calificado.	10%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	Deficiente infraestructura vial	50%
Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios	Insuficiente capacitación a la comunidad	15%

Fuente: Elaboración de las autoras

Portoviejo a lo que respecta a actividades económicas, viendo la realidad en la que se encuentra el sector, estas actividades (ver tabla 4) son las que de una u otra forma se han adaptado a la innovación, empleando nuevas herramientas tecnológicas que les permitan ahorrar recursos económicos ya que mantienen a flote para seguir brindando respaldo económico a Portoviejo. Por lo que el cantón debe considerar al turismo como una de su principal fuente de ingresos tomando en cuenta los atractivos turísticos que se encuentran en el mismo, sin dejar a un lado dos aspectos relevantes de la sostenibilidad y la planificación territorial.

Las afectaciones a lo que respecta a las ventas por la Pandemia COVID-19 realizadas por actividad económica, por parroquias urbanas y rurales en el cantón Portoviejo, en comparación a los últimos 3 años han caído en un total del

41% en todo el territorio que representa el 7% de las ventas totales del cantón en los sectores de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca debido a la crisis sanitaria a nivel mundial; entre las actividades más afectadas a nivel de ventas, están: explotación de minas y canteras, administración pública y defensa, actividades de los hogares como empleadores, arte, entretenimiento y recreación, industrias manufactureras, actividades inmobiliarias, actividades de alojamiento y servicios de comidas (Boanerges et, al. 2021).

-CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL

De acuerdo con los datos del Ministerio de Defensa Nacional del Ecuador (MDN) como se citó en Andrade & Plazarte (2021) la mayor parte de la población portoviejense es joven, debido al número de habitantes es de 55 años que representa el 10% de la población total, la tasa de natalidad del cantón es elevado a pesar del crecimiento acelerado de la población urbana; la de carácter rural representa la mayor población, sin embargo, es la que cuenta con menos servicios básicos. Dentro del ámbito sociocultural la educación es parte importante para el desarrollo de una sociedad, ya que da la oportunidad de formar individuos profesionales en diferentes campos o áreas. El Cantón Portoviejo cuenta con 270 establecimientos educativos tanto privados, fiscales, entre otros.

Portoviejo conserva un alto compromiso en la preservación de su patrimonio cultural, dentro de las comunidades rurales aún se mantienen tradiciones ancestrales como lo es la cultura montubia, las tradiciones compuestas por chigualos, amorfinos, refranes, fiestas tradicionales y religiosa entre otros aspectos claves dentro de este patrimonio, se deduce que es importante conservar la esencia cultural y se espera que las autoridades fortalezcan estos encuentros culturales, como se ha mencionado Portoviejo se considera la figura del montubio visto como un actor social importante relacionado con las faenas agrícolas.

Es importante mencionar que son varias las costumbres y tradiciones que rodean al territorio tales es el caso de los rodeos montubios, las peleas de gallos que se celebran con las fiestas religiosas de Portoviejo desarrolladas el 12 de octubre,

fiestas de cantonización. En dichos eventos participan representantes de diversas haciendas y recintos de la zona exponiendo trajes típicos de la identidad montubia, combinada con música, danzas y expresiones orales (Andrade y Plazarte, 2021). Siguiendo con las manifestaciones culturales el cantón Portoviejo posee una gran variedad de expresiones culturales que son reconocidas por los habitantes tal como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5. Manifestaciones culturales de Portoviejo

Manifestaciones culturales	Categoría	Temática
Patrimonio material	Histórica	Cascada de Mancha Grande Cascada del Cuchucho Playas de Portoviejo Jardín Botánico Parque ecológico el Mamey Museo histórico Portoviejo Zona arqueológica Cerro de Jaboncillo Monumento Inti Raymi Iglesia la Merced Iglesia la Catedral metropolitana Plaza Eloy Alfaro Parque central Vicente Amador Flor
Ocupaciones culturales	Etnográficos	Artesanías Gastronomía Plantas medicinales Pesca artesanal - Crucita
Actividades colectivas	Acontecimientos	Fundación de Portoviejo Fiesta de la independencia de Portoviejo Fiesta patronales y/o religiosas Verbena en el parque Central Feria universitaria Portoviejo

Fuente: Instituto Espacial Ecuatoriano (2012)

Entre las manifestaciones culturales se encuentra el patrimonio cultural material como es el caso del Museo y Archivo Histórico Portoviejo que conforma la red de museos situados en la provincia de Guayas, Santa Elena y Manabí que tiene como finalidad salvaguardar y estudiar los fondos arqueológicos, artísticos y documentales de la región. También se encuentra el Cerro Jaboncillo considerada como zona arqueológica con un área de 3.500 hectáreas de extensión es un lugar con una gran riqueza arqueológico perteneciente a la cultura manteña esto se evidencia con ruinas de un templo donde tenían sillas ceremoniales con forma de “U” además se encuentra una flora muy propia del lugar es posible observar el Laurel, Ceibo, Muyuyo, Palo Santo y otras variedades propias de la zona.

-INFRAESTRUCTURA

La infraestructura del cantón Portoviejo está conformada por el sistema de agua potable con una cobertura en el área urbana de un 90%, además su alcantarillado pluvial y sanitario es de 79% en el área urbana y 35% en las zonas rurales. En relación con centros de salud de acuerdo con información del Ministerio de salud pública (MSP) se registran 38 unidades de salud de primer y segundo nivel destacando los hospitales públicos Verdi Cevallos Balda, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y Sociedad de Lucha contra el Cáncer (SOLCA) mismos que se encuentran en la ciudad. Por otra parte, la seguridad ciudadana está respaldada por la Coordinación de Seguridad como Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos, Fuerte Militar y otras unidades más, adicional a esto las cámaras del ECU 911, se debe recalcar que el cantón cuenta con servicios de telefonía fija y móvil.

-CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA

La actividad turística en Portoviejo va en aumento debido a que es una ciudad con alto comercio y cada vez es mayor la demanda; Portoviejo al encontrarse en la zona costera ecuatoriana presenta una variedad de atractivos turísticos naturales y culturales, entre los que se destacan: Playa de Crucita, Laguna El Encanto en San Plácido, Estadio Reales Tamarindos, iglesia Catedral Metropolitana, Fiesta Independencia de Portoviejo, Área de Reserva Jardín Botánico, Catedral Metropolitana de Portoviejo.

Lo que más llama atención del turismo en la ciudad es la gastronomía milenaria (ciudad gastronómica creativa) al norte se desarrolla el consumo de la salprieda, mezcla del maní con el maíz, tostados y molidos ambos. Portoviejo fue designada el 30 de octubre del 2019 como Ciudad Creativa en el ámbito de la gastronomía por la UNESCO la ciudad posee una variada oferta gastronómica, “desde los mariscos de la costera parroquia de Crucita hasta los platos de raíces agropecuarias de Calderón, célebre por su festival de la morcilla. Entre los platos insignes están el viche, la tonga o el cebiche” [sic] (Asociación de Chefs de Ecuador [ACE], 2019, p.1).

4.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA DE PORTOVIEJO

El cantón ofertan servicios que en mucho de los casos son aislados debido que son muy pocos los productos turísticos que se han gestionado basados en las necesidades de los turistas (demanda real y potencial) debido al déficit de información que facilite la comprensión y generación de nuevas ofertas, como mencionan (Andrade y Plazarte, 2021) el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) cantonal, ha hecho énfasis dentro de su planificación a la vialidad, apoyo productivo, electricidad y seguridad, como prioridades el lanzamiento de la Agenda Portoviejo ciudad digital 2015-2019, en la cual se buscaba reducir la exclusión y la brecha digital, donde se priorizo las dimensiones inteligentes en el denominado modelo de territorio digital priorizando la infraestructura del Cantón Portoviejo.

-CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Los recursos turísticos con los que cuenta el cantón Portoviejo en su mayoría están relacionados a la naturaleza y a la cultura, los mismos que están intervenidos por actores locales como el Gad municipal y la dirección de turismo de la provincia de Manabí; quienes han sido los encargados de ejecutar estrategias y acciones que permitan su adecuado desarrollado. En la siguiente tabla 6 se observa que durante la pandemia por COVID-19 y cuantos funcionan actualmente, se hace un análisis previo del estado actual de los recursos turísticos del cantón Portoviejo.

Tabla 6. Clasificación de los recursos turísticos post COVID-19

CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS POST SARS COV-2			
DESCRIPCIÓN	ACTIVO	EN ESPERA	CERRADO
Cerro de Hojas		X	
Biblioteca UTM			X
Iglesia Catedral	X		
Museo Arqueológico Jaboncillo		X	
Iglesia la Merced	X		
Jardín Botánico		X	
Parque La Rotonda	X		
Casas Patrimoniales		X	
Parque Central	X		
Parque de las madres	X		
Parque las Vegas	X		

Fuente: Elaboración de las autoras

Según los resultados obtenidos a través de la visita de campo desarrollada a los diferentes recursos y atractivos turísticos del cantón, se destacó que en su mayoría aquellos espacios abiertos al aire libre actualmente han permitido su acceso con las respectivas medidas de bioseguridad. El parque la rotonda y el parque de las vegas; son lugares en donde llegan a tener mayor afluencia de turismo interno, del mismo modo, restaurantes, cafeterías, etc., dentro y cerca del área también han retomado sus actividades.

El cerro de hojas a pesar de ser un atractivo que se destaca por su contacto directo con la naturaleza cambia su reactivación según la disposición del Gad Cantonal, debido a que carecen de un plan o medidas de funcionamiento, por otra parte, la afluencia del turismo extranjero y local ha decaído considerablemente. El museo arqueológico, jardín botánico y las casas patrimoniales, no cuentan con una gestión adecuada que les permita abrir sus puertas, por lo que su apertura se encuentra en espera. La biblioteca de la universidad UTM actualmente está cerrada a la espera de las indicaciones que manifieste el Gad cantonal.

-CATASTRO TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO

El Catastro Turístico del Cantón Portoviejo elaborado en el 2017, facilitado por la Dirección Municipal de Turismo, se desprenden los siguientes datos en donde constan los establecimientos turísticos del cantón Portoviejo:

Tabla 7. Catastro de empresas turísticas

CATASTRO DE EMPRESAS TURÍSTICAS DEL CANTÓN PORTOVIEJO	
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	CANTIDAD
Hoteles	13
Hostales	15
Hostales residencia	21
Hoteles residenciales	3
Hosterías	6
Moteles	15
Pensiones	8
Cabañas	1
Total	82
ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CANTIDAD
Restaurantes	129
Fuentes de soda	20
Bares	8
Cafeterías	7
Total	164
CENTRO DE EVENTOS	CANTIDAD

Discotecas	2
Sala de Recepciones y banquetes	13
Termas y balnearios	4
Total	19
Agencias de viaje y turismo	CANTIDAD
Agencias de viaje	12
Total	12

Fuente: Gad Portoviejo (2020)

Actualmente existen varios establecimientos turísticos que no están trabajando debido a la pandemia por COVID-19, la cual ha hecho que cierren sus actividades; muchos de ellos de forma permanente. Uno de los sectores que mayormente se ha visto afectado es el área de alojamiento, debido a que no han desarrollado una planificación o un plan de reapertura de acorde a la situación. El sector hotelero dentro del cantón ha tenido una baja económica significativa a diferencia del de restauración, pues al tener limitado su mercado por el alojamiento y con la reducción de visitas turísticas dentro del cantón su área ha sido una de las más afectadas. Los restaurantes por otra parte tratan de diversificar sus actividades, a pesar de que su aforo permitido varía según su capacidad estructural han optado por prestar servicios a domicilio con más frecuencia.

Las agencias de viaje, tour operadoras, etc., por otra parte, también han limitado sus paquetes turísticos debido a que muchos destinos tanto nacionales como extranjeros todavía no están disponibles en su totalidad y en varias ocasiones según las medidas por el COE se suspenden o se postergan estas visitas. Varias empresas se han visto en la necesidad de reducir a su personal de servicios ya que han preferido hacer uso de las plataformas digitales; que es en donde actualmente se está mayormente laborando, paginas oficiales, Facebook, Instagram e incluso Tiktok han tenido mayor demanda en este último año.

El sector que se ha visto duramente afectado desde el inicio de la pandemia hasta la actualidad son los centros de bares y discotecas, pues en su totalidad se han visto obligados a cerrar, dejando una baja de empleos considerables a nivel cantonal y nacional. Sin embargo, hay emprendimientos que se han limitado únicamente a vender bebidas alcohólicas y con las debidas restricciones. Los salones de eventos funcionan según su capacidad de carga, manteniendo una distancia prudente y con un aforo de personas permitidos.

Los recursos naturales como los balnearios, al ser áreas abiertas y al aire libre funcionan con normalidad, en varios de ellos restringen la cantidad de visitantes como es en el caso de crucita, poza onda, etc.

- INVENTARIO TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO

A continuación, se puede observar un inventario turístico presentado por el MINTUR (2018), el cual ha sido actualizado en conjunto con la dirección de turismo del cantón Portoviejo para establecer cuáles recursos y atractivos se encuentran operando tras la pandemia por COVID-19.

Tabla 8. Inventario de recursos y atractivos turísticos del cantón Portoviejo

ATRACTIVO/ RECURSO	PARROQUIA	CATEGORÍA	JERARQUÍA
Celebración religiosa de la Patrona de Portoviejo.	Portoviejo	Manifestaciones Culturales	III
Embutidos artesanales de Calderón (Morcilla)	Abdón Calderón	Manifestaciones Culturales	III
Fiesta Popular: Revitalización de los Chigualos.	Picoazá	Manifestaciones Culturales	II
Museo & Archivo histórico Portoviejo, colecciones patrimoniales.	Portoviejo	Manifestaciones Culturales	III
Iglesia la Merced.	Portoviejo	Manifestaciones Culturales	II
Iglesia La Catedral.	Portoviejo	Manifestaciones Culturales	III
Zona Arqueológica Cerro Jaboncillo.	Picoazá	Manifestaciones Culturales	III
San Pedro y San Pablo Picoazá.	Picoazá	Manifestaciones Culturales	IIII
Parque central Vicente Amador Flor.	Portoviejo	Sitios Naturales	II
Jardín botánico	12 de marzo	Sitios Naturales	II
Parque Ecológico El Mamey	Andrés de Vera	Sitios Naturales	II
Verbenas	San Alejo	Manifestaciones Culturales	II
Monumento al Inti Raymi	Portoviejo	Manifestaciones Culturales	LI
Vuelo Libre en Crucita	Crucita	Sitios Naturales	LI
Parque Eloy Alfaro		Sitios Naturales	LI
Fiesta cívica Portoviejo	Portoviejo	Manifestaciones Culturales	LII
Complejo deportivo la California	Portoviejo	Sitios Naturales	LI

Fuente: Ministerio de Turismo

La caracterización dio como resultado que el cantón Portoviejo cuenta con diecisiete recursos turísticos culturales y naturales algunos se encuentran en la parte urbana especialmente monumentos, iglesias y parques; la mayoría de los recursos naturales están en las parroquias rurales, estos van desde playas, ríos, cascadas, balnearios hasta áreas protegidas y arqueológicas. Los

atractivos/recursos considerados sitios naturales y manifestaciones culturales del cantón Portoviejo se encuentran jerarquizados entre la categoría II y III (ver tabla 8) por lo que se encuentran en el rango que establece las fichas de MINTUR.

La capital Manabita es mayormente conocida por su amplia diversidad cultural, según la Dirección de turismo del cantón del Cantón Portoviejo (2020), “Una de las mayores afectaciones que se presentaron tras la pandemia fue la alteración de la planificación de pueblos mágicos del Ecuador”, en donde la ciudad tenía una importante participación, pues en esta organización participan entes nacionales e internacionales los cuales se encargaban de regular y gestionar las actividades que se iban a llegar a cabo, sin embargo la principal función de esto era su reactivación económica.

Sin embargo, de acuerdo con el GAD de Portoviejo (2020) “Se pretende implementar la campaña turística “Portoviejo Espera por Ti” en conjunto con la dirección de turismo”, que tiene por objetivo contrarrestar la crisis que se ha generado por el COVID-19; varios de los recursos y atractivos que se observan en el inventario de la tabla 8, son quienes tendrán una participación directa dentro de este plan de reactivación económica.

4.1.3. ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO PORTOVIEJO

En esta actividad se desarrolló un análisis de la innovación turística en el cantón Portoviejo determinando el rol de la innovación en las empresas de servicios turísticos, recalando que el turismo que se desarrolla dentro del cantón Portoviejo participa varios actores que han sido asignados para el control y gestión de los recursos, los mismos que permiten mantener un respaldo de forma nacional o internacional. La gestión de la innovación en el territorio se tomó como referencia a Alfonso, et al. (2019) donde señalan que la innovación tecnológica se concibe en la actualidad, como uno de los componentes de mayor relevancia dentro de la actividad turística, se consideró otros documentos como el Manual de Oslo 4ta edición (OECD, 2018) el modelo cuatro hélices utilizado en varios estudios sobre innovación Caicedo (2013), Padial, et al. (2020) y Sepúlveda

(2020); dentro de estos documentos se integran tres criterios principales que determinan que se va a medir, donde se va a medir y cuando se va a medir.

Para Fernández, et al., (2017) desde hace algunas décadas el sector turístico ha experimentado una transformación hacia la digitalización por lo que los destinos turísticos inteligentes (DTI) suponen quizá el reto más importante a enfrentar en los próximos años: integrar los sectores y posibilidades tecnológicas de vanguardia. Es por ello que es importante analizar las nuevas tendencias de innovación dentro del sistema turístico y de esta manera ver cuáles han sido los procesos de mejoras que han tenido cada una de ellas; hoy en día los (DTI) destinos turístico inteligentes tienen una gran meta y es saber mantenerse y enfrentar los cambios que surgen en el campo de la innovación, es por ello la importancia de analizar las nuevas tendencias de IT dentro del sistema turístico y de esta manera conocer cuáles han sido los procesos de mejorar que han tenido las empresas de servicios turísticos. En la siguiente figura se muestra el proceso de innovación turística (Ver figura 4).

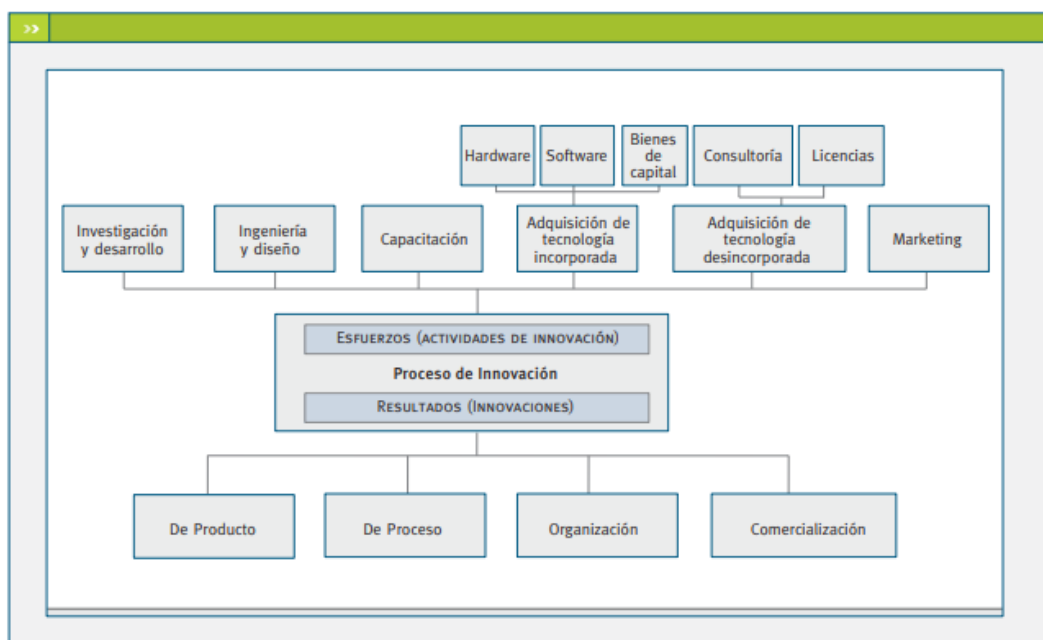


Figura 4. Procesos de innovación

Fuente: Lugones (2009)

En un entorno cada vez más competitivo y global, las empresas involucradas en el sector turístico deben saber diferenciarse de los competidores empleando herramientas de innovación. Pues se afirma que en el futuro será importante

crear o generar una experiencia turística gratificante a través de la innovación y desarrollo de productos en lugar de ofrecer elementos turísticos singulares, las nuevas formas de vacaciones que ofrezcan experiencia será el motivo principal de la decisión del turista, en resumen, la palabra innovación en el campo de turismo debe entenderse como un procesos permanente, global y dinámico.

Existe una menor innovación tecnológica de los servicios en comparación con la industria Camisón y Monfort como se citó en (EUSKADI, 2014) dichas diferencias no son significativas en cuanto a la implementación de innovaciones en general, pues en servicios se ha innovado en la creación de nuevos métodos organizativos y nuevos canales de promoción de productos en mayor medida que en la industria. Debido a las características que diferencian los servicios de la industria el rol de la I+D, la imposibilidad de patentar determinadas acciones de innovación en servicios ha de ser analizada con nuevos métodos e indicadores, el poder determinarlos es importante, entre otros, para poder medir el grado de innovación en las empresas turísticas.

Es importante mencionar que el GAD de Portoviejo ha hecho énfasis dentro de su planificación en los sectores de vialidad, apoyo productivo, electricidad y seguridad como temas de prioridad; a pesar del lanzamiento de la Agenda Portoviejo ciudad digital 2015-2019, en la cual se buscaba reducir la exclusión y la brecha digital, donde se prioriza las dimensiones inteligentes en el denominado modelo de territorio digital priorizando la infraestructura, el gobierno en línea con ejes temáticos y productivos en el cual no ha sido posible su implementación (Félix, 2021).

Por lo que las nuevas tendencias sustentadas en la tecnología facilitan la gestión de la actividad turística permitiendo que el sector público conozca las tendencias, necesidades y expectativas de los visitantes de manera que se pueda aplicar de manera adecuada la inteligencia de mercados, facilitando la gestión, control y la toma de decisiones, pero las limitantes que tiene Portoviejo, parten de la pobre infraestructura tecnológica y la limitada aplicación de las tecnologías de la información en el sector turístico.

De acuerdo a Loor y Álava (2022) las nuevas tendencias de innovación que han surgido en los nuevos modelos de gestión en los negocios turísticos son en base a la entorno 2.0 teniendo en consideración las herramientas de distribución, sustentando en el denominado turismo colaborativo (economía de intercambio), ejemplos de esto son Airbnb, Kayak, entre otros; sin embargo para el sector turístico de Portoviejo, se mantiene una infraestructura, que a pesar de ser renovada luego del terremoto de 2016, su gestión no se adapta a las necesidades de esa nueva demanda. Por tal motivo la innovación como tal es dinámica, constante tomando iniciativas de invención pero que a su vez presenta problemáticas como la falta de liquidez, no había dinero por lo que tuvieron que utilizar los recursos de emergencia además de emplear el uso de ecommerce las ventas de ser análogas pasaron hacer de manera digital.

En el contexto del COVID-19 en Portoviejo la innovación tecnológica ha sido parte fundamental para la comercialización y promoción de productos y servicios turísticos por lo que han surgido nuevas formas de innovar como la creación de aplicaciones tecnológicas que permita tener acceso a los servicios que ofertan una empresa, es importante recalcar que también existen limitaciones económicas que ha limitado el total desarrollo de nuevas tecnologías de innovación.

Es importante mencionar que la paralización de las actividades turísticas por tema de pandemia ha hecho que no se perciban ingresos en las empresas de servicios turísticos, además de las comunidades que dependen en gran medida del turismo. De acuerdo con el Ministerio de turismo del Ecuador (2020) Portoviejo a lo que corresponde el sector turístico es uno de los más afectados por el brote de COVID-19, con repercusiones tanto en la oferta como en la demanda de viajes. La situación plantea un riesgo negativo adicional en un contexto de debilidad de la economía mundial, tensiones geopolíticas, sociales y comerciales, así como un comportamiento desigual de los principales mercados emisores de viajes.

Al inicio de la pandemia en territorio ecuatoriano se vivieron momentos muy críticos, dolorosos y de miedo que en la actualidad se sigue viviendo, todos los sectores se vieron afectados, en lo que respecta al turismo fue el más afectado

causando pérdidas económicas, muchos establecimientos optaron por cerrar por lo que se puede decir que esta crisis es también una oportunidad sin precedentes de transformar la relación del turismo con la naturaleza, el clima y la economía.

4.1.4.1. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

Para la determinación de la matriz de involucrados es necesario identificar cuáles son los actores nacionales, provinciales y locales participes en el territorio, mediante esta matriz se pudo conocer a cada uno de los actores claves que se ven inmersos dentro del desarrollo y la ejecución de cada proyecto turístico en el cantón Portoviejo. A continuación, se presentan los actores involucrados quienes son los principales participantes de estas decisiones dentro del territorio relacionados al área de turismo (ver tabla 9).

Tabla 9. Actores Involucrados

ACTORES NACIONALES	ACTORES PROVINCIALES	ACTORES LOCALES
<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Consejo provincial de Manabí 	<ul style="list-style-type: none"> Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo.
	<ul style="list-style-type: none"> Empresas turísticas privadas (Hoteles, restaurantes, bares, agencias de viajes, centros turísticos). 	<ul style="list-style-type: none"> Juntas Parroquiales.
	<ul style="list-style-type: none"> Coordinaciones Zonales (Turismo, Ambiente, Agricultura, Transporte, Cultura). 	<ul style="list-style-type: none"> Asociaciones de restaurantes, chefs, artesanos...

Fuente: Elaboración de las autoras

Por lo consiguiente fue importante presentar criterios en los diferentes sectores inmersos, (ver tabla 10).

Tabla 10. Actores Involucrados a nivel Provincial

ACTORES	INTERESES SOBRE LA PROBLEMÁTICA	PROBLEMAS PERCIBIDOS	CONFLICTOS POTENCIALES
Ministerio de turismo	Se enfoca en la gestión turística regulando la actividad de forma nacional.	<ul style="list-style-type: none"> -Mala administración de los recursos económicos en temas de gestión turística. -Déficit en la gestión y planificación turística. -Pandemia sanitaria por COVID-19 -Carencia de herramientas que 	<ul style="list-style-type: none"> -Limitados recursos económicos por la pandemia sanitaria por COVID-19 -Conflictos entre las entidades relacionadas al turismo.

		permitan conocer el desarrollo de innovación en las empresas de servicios turísticos.
Gobierno autónomo descentralizado del cantón Portoviejo	Correcta planificación y distribución de recursos turísticos en los diferentes departamentos involucrados.	<ul style="list-style-type: none"> - No hay una buena gestión en el sector turístico. -Escaso proyectos que promuevan el desarrollo turístico en el sector. -Pandemia sanitaria por COVID-19. -Falta de planificación de la actividad turística. <ul style="list-style-type: none"> -Carencia de recursos económicos por la pandemia sanitaria por COVID-19 -Poca capacidad de adaptación frente a la crisis económica.
Juntas parroquiales	Regulación de la actividad turística en cada uno de los recursos del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> - Escasos recursos económicos. -Pandemia sanitaria por COVID-19 -Falta de vinculación con proyectos de reactivación económica y turística. -Deficiente planificación y capacitación turística. <ul style="list-style-type: none"> -Conflictos en el ámbito social, y la comuna dentro de los recursos turísticos.
Empresas turísticas privadas	Diseñan, desarrollan, planifican productos y servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> -Poca capacidad de integración y promoción turística. -No hay apoyo para el sector turístico. -Pandemia sanitaria por COVID-19 <ul style="list-style-type: none"> -Conflictos con las diferentes entidades públicas.

Fuente: Elaboración de las autoras

Según lo antes mencionado se analizan los intereses sobre el actual trabajo que realizan las autoridades en el cantón Portoviejo; información que fue recopilada a través de la aplicación de una entrevista (ver anexo 1) a las entidades públicas y privadas pertinentes. Las principales problemáticas que afectan al cantón es que tanto el Ministerio de turismo, el GAD cantonal, juntas parroquiales y empresas privadas no cuenta con los mecanismos y herramientas necesarias para promover un turismo inclusivo y participativo y en lo general carecen de una buena planificación, gestión, sumándole los pocos recursos que se le asigna a esta actividad relacionada al turismo. Todos los actores mencionados, están en la capacidad de gestionar, analizar y regular los diferentes procesos que se deben llevar a cabo para reactivar la actividad turística dentro del cantón manabita, involucrando acciones de manejo a corto, mediano y largo plazo. Con

esto se puede ir paulatinamente abriendo los recursos y atractivos turísticos que se encuentran dentro del destino Portoviejo.

Del mismo modo, se evidencia un factor común que afecta directamente a todo el sistema turístico durante estos últimos años es COVID-19, todas las problemáticas percibidas han sido adjudicadas según la jurisdicción de cada parte que se ha visto involucrada. Una vez identificados los problemas es necesario realizar un análisis profundo sobre los actores y el rol que cumplen los mismos tanto a favor como en contra de la actividad turística en el cantón Portoviejo.

Los conflictos que se puedan manifestar a lo largo de la pandemia se direccionan a la poca afluencia de turistas dentro del cantón Portoviejo, por lo que se prevé una crisis dentro de este sector productivo; destacando la importancia de la vinculación entre la parte pública y privada. Los problemas que han sido analizados, es la falta de indicadores de innovación turística que contribuyan a la reactivación económica dentro del cantón, del mismo modo, no existe una gestión y una planificación adecuada por parte de sus autoridades porque no presentan ningún plan que haya sido acoplado a la situación actual que vive el país por la pandemia.

4.1.5. ANÁLISIS ESTRATÉGICO FODA

Para el desarrollo de del análisis estratégico fue útil la realización del FODA para evaluar las características y potencialidades del cantón Portoviejo entorno a sus recursos naturales, culturales y empresas de servicio turístico para la realización de dicha matriz fue útil la información obtenida mediante el diagnóstico realizado en la primera fase, además de la entrevista y encuestas efectuadas en el primer resultado, también se obtuvo información de documentos oficiales tales PDOT y el plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Portoviejo (ver tabla 11).

La matriz FODA es una herramienta que sirvió para poder evaluar las características y potencialidades del territorio, para la realización de dicha matriz fue útil la información obtenida mediante la visita de campo en donde se pudo constatar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Tabla 11. FODA del territorio.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Zona con potenciales recursos y atractivos turísticos. -Declaratoria de ciudad creativa gastronómica. - Infraestructura vial en buen estado que hace posible el acceso a los recursos naturales y culturales. -Clima agradable y geografía propicia para el desarrollo de actividades turísticas. - Gran diversidad natural y paisajística del territorio. - Existencia de operadores turísticos y agencias de viajes locales en funcionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> -Posibilidad de establecer convenios con instituciones públicas (Gobierno y la Academia.) para fortalecer el turismo y la innovación en las empresas de servicios turísticos. - Nuevos segmentos turísticos extranjeros que buscan destinos que contengan playa y naturaleza. - Apoyo del Mintur y gobierno provincial de Manabí. -Programas de mejoramiento para la prestación de servicios de la planta turística de la ciudad. -Empresas dispuestas a la utilización de nuevas tecnologías. -Formación de alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Carencia de aplicación de indicadores de innovación turística. - Desconocimiento sobre parámetros de calidad turística por parte de prestadores de servicios turísticos. - Carencia de herramientas que permitan conocer el desarrollo de innovación en las empresas de servicios turísticos. -Deficiente planificación y capacitación turística. -Pocas iniciativas de la empresa pública y privada en torno al desarrollo de nuevas tecnologías para el posicionamiento turístico del destino. - Déficit de aplicación de indicadores de innovación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Situación climática en temporada invernal. -Situación política, social y económica del país. -Crisis sanitaria a nivel mundial. -Vulnerabilidad ante desastres y eventos naturales. - Reducción de la demanda que se ha generado por el temor a viajar por tema de COVID-19. -Reducido presupuesto para el desarrollo de la actividad turística.

Fuente: Elaboración de las autoras.

Como se puede observar en la tabla anterior entre los factores internos se han identificado 6 fortalezas que corresponde a las características del destino Portoviejo, la variedad de recursos naturales y culturales lo han ayudado a ofrecer nuevos productos turísticos, por otra parte, el reconocimiento por parte de la UNESCO como ciudad creativa gastronómica le ha dado un plus en comparación con otros destinos, contar con una infraestructura vial en buen estado que hace posible el acceso a los recursos naturales y culturales, el cantón Portoviejo posee un clima agradable y geografía propicia para el desarrollo de nuevas actividades turísticas, sumado a la gran diversidad natural y paisajística del territorio, la existencia de operadores turísticos y agencias de viajes locales en funcionamiento ha permitido la comercialización de productos turísticos. Entre las debilidades presentadas se encuentran las correspondientes a la carencia de herramientas de innovación, déficit de aplicación de indicadores de innovación turística, inadecuada gestión de los atractivos turísticos, pocas iniciativas de la

empresa pública y privada en torno al desarrollo de nuevas tecnologías para el posicionamiento turístico del destino.

En el factor externo se identificaron 6 oportunidades correspondientes a la posibilidad de establecer convenios con instituciones públicas (Gobierno y la Academia.) para fortalecer el turismo y la innovación en las empresas de servicios turísticos en el cantón Portoviejo, además de los nuevos segmentos turísticos que elijan destinos que contengan playa y naturaleza, sumándole a esto la formación de alianzas estratégicas con organizaciones interesadas en la innovación ayudará a que las empresas de servicios turísticos adopten nuevas tendencias tecnológicas, entre las amenazas detectadas se puede señalar la crisis sanitaria y económica que atraviesa el país causando la reducción de la demanda que se ha generado por el temor a viajar por tema de COVID-19, además del reducido presupuesto para el desarrollo del turismo en el territorio.

Por otro lado luego de determinar los factores internos y externos que caracterizan al cantón Portoviejo, se realizó una matriz en donde se evaluó cuantitativamente del 1 al 3 el nivel en que al potencializar las fortalezas podemos aprovechar las oportunidades y de qué manera las fortalezas pueden contrarrestar las amenazas, también como se puede aprovechar las oportunidades y reducir las debilidades y finalmente en qué relación las amenazas hacen crecer las debilidades, la matriz se muestra en el anexo 1 y en la (tabla 12) se detalla las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que obtuvieron la mayor puntuación y que se convertirán en el problema y la solución estratégica.

Tabla 12. Condensado de la matriz FODA

FORTALEZA	1	Zona con potencial de recursos y atractivos turísticos.
OPORTUNIDAD	6	Formación de alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.
DEBILIDAD	2	Déficit de aplicación de indicadores de innovación turística.
AMENAZA	5	Reducción de la demanda que se ha generado por el temor a viajar por tema de COVID-19.

Fuente: Elaboración de las autoras

Mediante la matriz FODA, se determinó que la fortaleza principal del cantón Portoviejo, es que es una zona con potencial de recursos y atractivos turísticos, determinando que en el territorio existe un clima agradable y geografía propicia

para el desarrollo de actividades turísticas, siendo un aspecto esencial del territorio por lo que se podría crear nuevos productos. Portoviejo capital de la Provincia, se la conoce como la ciudad de los Reales Tamarindos, un territorio con gran potencialidad turística, en este cantón se practica turismo urbano, rural, excursión y de aventura. Su mayor atractivo turístico es Crucita, considerado el lugar más idóneo para los deportes de vuelo como parapente.

De la misma forma se pudo identificar que la principal debilidad del territorio es el déficit de aplicación de indicadores de innovación turística, ya que para la práctica y aplicación de tecnologías es necesario contar con herramientas existentes que permitan conocer el desarrollo de la innovación en las empresas de servicios turísticos (inventarios tecnológicos, plan de desarrollo, sistemas de vigilancia, rediseño o reingeniería). Se necesita la identificación de los rasgos y características de componentes que deben relacionarse con la innovación y su articulación con otros sistemas de indicadores, que ayude a la estructuración del sistema de indicadores que en la actualidad no existen.

Oportunidad principal: De acuerdo con los resultados obtenidos se determinó que la principal oportunidad del cantón es la formación de alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación, al implementar nuevos servicios relacionados con el uso de la tecnología, de esta manera las empresas de servicios turísticos están creando una de las ventajas competitivas más fuertes que les dará una alta participación en el mercado.

Amenaza principal: De igual manera se determinó que la principal amenaza que enfrentan las empresas de servicios turísticos de la ciudad Portoviejo es la reducción de la demanda que se ha generado por el temor a viajar por tema de COVID-19. Por lo que estos establecimientos deben adaptarse a la nueva normalidad respetando los protocolos de bioseguridad.

A partir del análisis de las fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas se determinó como problema estratégico general que: el déficit de aplicación de indicadores de innovación turística aplicada a las empresas de servicios turísticos del cantón Portoviejo, sumado a la reducción de la demanda que se ha generado por el temor a viajar por tema de COVID-19, entonces se

desaprovecha la formación de alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación, considerándose una fuerte ventaja. Dicha problemática se verá reflejada en la disminución de las ventas, en la deserción de clientes al preferir otros establecimientos lo que perjudica económicamente a la industria del turismo.

Si el cantón Portoviejo y las empresas de servicios turísticos solucionan su principal debilidad que es el déficit de aplicación de indicadores de innovación turística, y potencia su mayor fortaleza que es la variedad de recursos naturales y culturales creando nuevos productos direccionado a un segmento de mercado nacional e internacional, se podrá aprovechar su oportunidad principal que es la formación de alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación, disminuyendo de esta manera los efectos que provoca la amenaza mayor que es la reducción de la demanda que se ha generado por el temor a viajar por tema de COVID-19.

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

El posicionamiento estratégico se efectuó mediante la evaluación de los impactos cruzados (anexo 8) obteniendo una puntuación de 86 que corresponde a estrategias de reorientación (tabla 13):

Tabla 13. Cuadrante de la matriz FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	I ESTRATEGIA OFENSIVA Maxi-Maxi 64	II ESTRATEGIA DEFENSIVA Maxi-Mini 60
DEBILIDADES	III ESTRATEGIA REORIENTACIÓN Mini-Maxi 86	IV ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA Mini-Mini 37

Fuente: Elaboración de las autoras

Mediante el análisis estratégico efectuado se pudo determinar que el cuadrante con mayor puntuación fue el tercero al que le corresponde el enfoque de reorientación, por lo tanto, se tiene que formular estrategias que permitan minimizar las debilidades y aprovechar las oportunidades.

ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN

Las estrategias que se muestran en la tabla 14, buscan mejorar la situación del destino basado en un enfoque de cambio.

Tabla 14. Estrategias de reorientación

1.	Emplear servicios con nuevas y modernas instalaciones en el destino.
2.	Crear estrategias de fidelización que incluyan acciones de post ventas, recompensas y precios.
3.	Emplear nuevas tecnologías de la innovación en las empresas de servicios turísticos.
4.	Fortalecer la innovación turística en el cantón Portoviejo.
5.	Desarrollar alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.
6.	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en temas relacionados con atención al cliente, de servicios de calidad y de innovación turística.

Fuente: Elaboración de las autoras

Las estrategias permiten tener una visión clara de las necesidades del destino y de las empresas turísticas, por lo que emplear servicios con nuevas y modernas instalaciones en el cantón proporcionará que el turista tenga facilidades y pueda disfrutar de las mismas, por otra parte, la creación de acciones que permitan la fidelización y el monitoreo de post venta, recompensas y precios sobre todo que se empleen nuevas tecnologías fortaleciendo la innovación turística en el cantón. Mediante la creación de alianzas estratégicas que contribuyan a las empresas de servicios turísticos y sobre todo que se capacite a los prestadores de servicios para mejorar la atención al cliente y brindar un servicio de calidad.

4.2. EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS DEL COVID-19 EN RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO

La evaluación de los impactos causados por la pandemia del COVID-19, se efectuó mediante el análisis bibliográfico de artículos científicos, revistas de altos impacto, tesis de maestrías y doctorales en general documentos actualizados con información pertinente del área de estudio; es importante recalcar que en el territorio ha traído consigo cambios trascendentales en todos los ámbitos, en cuanto al mercado laboral la actividad económica se ha reducido trascendentalmente que ha generado el cierre de muchos centros de trabajo, posterior a ellos se analiza el sector turístico (sistema turístico) del cantón Portoviejo, es decir la infraestructura, oferta y demanda, también se realizó una indagación de los problemas causados por la pandemia.

En esta actividad se desarrolló un análisis de los impactos causados por la pandemia (COVID-19) en el territorio con énfasis en el contexto turístico. Si bien, Portoviejo posee diversos tipos de atractivos turísticos naturales y culturales que permiten el desarrollo de actividades turísticas tanto en zonas urbanas como rurales, una de las principales motivaciones de visita se basa en actividades comerciales, que han convertido a esta ciudad, principalmente en un destino de compras para los cantones aledaños. En este sentido, el dinamismo comercial se constituye en un importante rubro para la población local y una oportunidad para la generación de emprendimientos directa o indirectamente relacionados con el turismo.

Portoviejo, la capital de la provincia de Manabí, y aunque es una ciudad muy activa comercialmente, por lo que la paralización de las actividades a causa de la pandemia ha supuesto un revés para su economía. Y es que, el comercio al por menor, que ya se encontraba con dificultades debido a la situación económica del país, la pandemia la ha agravado aún más. Los comerciantes del cantón se han visto en la necesidad de utilizar diversas alternativas para ofrecer sus productos a sus clientes o simplemente cerrar sus negocios por la contracción en el consumo debido a que los consumidores también están cambiando sus hábitos y costumbres en la adquisición de bienes y servicios (Casco, 2020).

Según Ponce et al. (2022) los comerciantes autónomos y operadores turísticos de Portoviejo tuvieron fuertes limitaciones para la generación de ingresos debido a los cambios de conductas generados en la demanda, sobre todo en cuanto al aspecto sanitario. Para Suárez, et al. (2021) desde que se identificó el primer caso por COVID-19, días después de haberse declarado el estado de excepción en todo el territorio nacional por parte del Gobierno Central, las autoridades cantonales coordinaron las acciones a realizar para evitar la propagación del virus en vista que el caso es importado, teniendo como una de las medidas tomadas, el cierre de todas las vías de acceso a la ciudad. Estos acontecimientos generaron no solo una crisis sanitaria sino también económica. De hecho, El Diario.ec (2020) señaló que, para mayo de 2020, apenas 500 de los 3000 locales de los sectores de alojamiento, restauración y comerciantes autónomos, subsistían mediante el modelo de entrega a domicilio, como un mecanismo para

hacer frente a los efectos de la pandemia. Y para el siguiente año, El Diario.ec (2021) indicó que, en el 2020, se alcanzó una pérdida de 131 millones de dólares americanos (USD) en el Valor Agregado Bruto (VAB) en relación con el año anterior.

En relación a los comerciantes del cantón Portoviejo mencionan que obtuvieron una reducción de las ventas del 37% la mayoría de los trabajadores informales coinciden en que han bajado las ventas de sus mercancías con la llegada de la pandemia, todo esto debido a que los clientes respetaron las medidas de bioseguridad declaradas por el gobierno nacional como lo fue la cuarentena radical, medida que debieron cumplir comerciantes y clientes, además, los clientes compraban los artículos de primera necesidad, que en muchos casos conllevó a los trabajadores informales a cambiar de rubro para poder subsistir durante la pandemia radical (Jalil y Mendoza, 2021).

En base al estudio realizado se pudo determinar que los impactos causados por la pandemia ha ocasionado que las ventas hayan disminuido debido a las medidas de bioseguridad declaradas por el gobierno nacional como lo fue la cuarentena radical, medida que debieron cumplir comerciantes y clientes, siendo la prioridad para los clientes los productos de primera necesidad, conllevando a cambiar de rubro para poder subsistir durante los meses de cuarentena radical, a su vez, el interés de adquirir algún bien ha sufrido una fuerte disminución económica.

Desde esta perspectiva se puede señalar que en general los ingresos en las familias portovejenses han disminuido debido a la falta de empleo por el motivo que la mayoría de empresas tuvieron que cerrar sus puertas debido a la ola de contagios pero es importante recalcar que la mayoría de los comerciantes informales han empleado estrategias funcionales para salir adelante con su negocio, como el de ofrecer, productos a precios más bajos, tienda virtual, entregas a domicilio o el negocio en casa, todo esto para mantener sus ventas dado que dependen de sus ingresos diarios.

La paralización de la mayoría de las actividades productivas ocasionó grandes pérdidas económicas al cantón, las cuales todavía no pueden ser cuantificadas

en toda su dimensión; sin embargo, una forma de medir los impactos que está ocasionando la paralización de actividades a causa de la pandemia es mediante las recaudaciones tributarias. De acuerdo con Suarez et al. (2021) existen impuestos que no pueden ser postergables y que muchos dependen de los ingresos que generan las actividades productivas en la siguiente figura se muestra la recaudación de impuestos generales realizada por el Servicio de Rentas Internas (SRI) durante los meses de abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre de 2020 comparados con esos mismos meses del año en 2019.

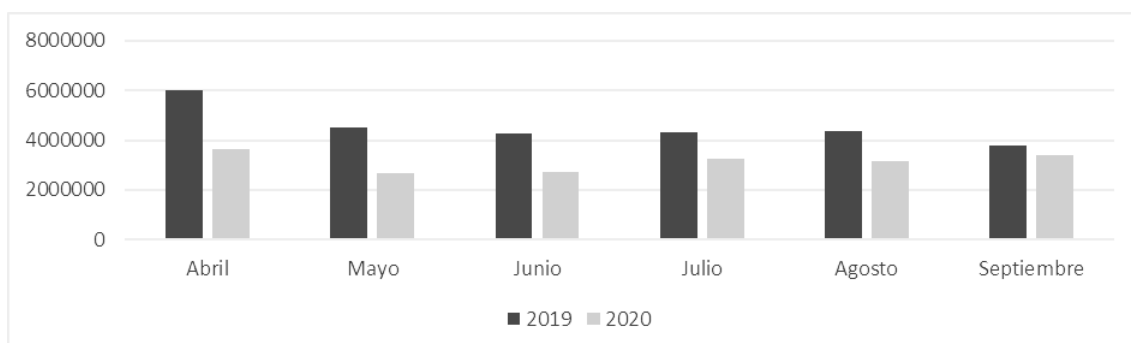


Figura 5. Recaudaciones impositivas de Portoviejo, en millones de dólares Meses seleccionados Servicio de Rentas Internas (2020)

Fuente: Elaboración de las autoras

Se puede observar el descenso de la recaudación tributaria en los meses de abril, mayo, junio, julio del 2020, vale recalcar que, si bien es cierto la situación económica del país en general y de Portoviejo en particular se volvieron complicada y complejas en la pandemia, por lo que la paralización de las actividades a causa del COVID-19, estas son reflejo en la disminución de las rentas internas a comparación al 2019.

Por tal motivo, la pandemia trajo consigo una serie de impactos que ha afectado a la economía del cantón, el turismo se vio afectado en gran escala pero se avizoran nuevas oportunidades de negocios para el comercio autónomo y del turismo en Portoviejo mediante la utilización del comercio electrónico y las nuevas redes electrónicas que facilita nuevas alianzas estratégicas para la comercialización de productos de diferentes tipos por lo que la utilización de un modelo de negocio sería esencial teniendo en cuenta las realidades particulares de los comerciantes, así como de los consumidores del cantón resulta imperativa para reactivar la economía del comercio autónomo y el turismo de Portoviejo.

4.2.2. INICIATIVAS PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DE PORTOVIEJO EN EL CONTEXTO DEL COVID-19

Se pudo identificar las iniciativas que han empleado para la reactivación económica y turística de Portoviejo. Por lo que en esta actividad se ejecutó una entrevista (ver anexo 1) a los encargados del departamento de turismo del cantón Portoviejo, en donde se pudo identificar la situación actual sobre las acciones de manejo que han tomado para la reactivación económica por la pandemia.

Según la información obtenida por medio de la entrevista, el cantón Portoviejo no contaba con un diagnóstico situacional antes de la crisis sanitaria, debido a que la misma estaba en proceso de actualización, por lo cual se estaba trabajando en convenio con varias instituciones educativas entre ellas la universidad ESPOLE y la universidad UTM, sin embargo, tras la pandemia las actividades dentro del departamento de turismo del GAD cantonal se vieron obligadas a ser detenidas al igual que sus procesos.

El director del departamento de turismo expresó que el cantón no cuenta con un inventario turístico actualizado, debido a que tras la pandemia muchas empresas dedicadas al sector hotelero, turístico y de servicios en general se vieron forzados a cerrar sus actividades parcial y definitivamente. No obstante, el MINTUR de forma nacional está gestionando fichas por medio de una planificación general para la recolección respectiva de información relacionada a las afectaciones que se han presentado tras el COVID-19.

Durante la aplicación de la entrevista se pudieron analizar cuáles son las principales deficiencias que están impidiendo que se desarrolle una óptima planificación turística; la desorganización y el incumplimiento dentro de las planificaciones con fecha establecida sobre la ejecución de proyectos turísticos por parte de los funcionarios públicos de este departamento, resulta ser uno de los principales problemas dentro del GAD cantonal. Los recursos y atractivos que actualmente están temporalmente habilitados por la pandemia no constan de un control regular de las actividades que desarrollan dentro de los mismos, porque, impide que los turistas no obtengan la satisfacción requerida.

La dirección de turismo del cantón Portoviejo se acoge a las medidas y normas de bioseguridad dictadas por el COE nacional, por lo que, es quien se encarga directamente de regular su cumplimiento en los diferentes establecimientos turísticos; uno de los mayores inconvenientes es el incumplimiento del aforo permitido específicamente en los centros de alimentos y bebidas los fines de semana en donde en varias ocasiones no existe un control constante en los diferentes sectores del destino.

Se identificó aspectos que afectan al desarrollo del turismo en el contexto del COVID-19 además que se evidencia déficit de planificación estratégica, escasa capacitación a los emprendimientos turísticos, no se ha desarrollado un plan de reactivación turística que permita que el sector supere la crisis económica causada por la pandemia; las autoridades competentes del cantón Portoviejo no realizan ni ejecutan una buena planificación estratégica de la gestión turística del territorio además de que carecen de una línea de convergencia que les permita integrar los factores claves del turismo, en la actualidad no se evidencia un inventario y catastro turístico actualizado post-COVID-19.

A raíz de la crisis sanitaria la industria turística le ha tocado adaptarse a la nueva normalidad, adoptando las medidas de bioseguridad y creando nuevas herramientas tecnológicas que les permita llegar al turista; es importante tener claro que hace algunas décadas el sector turístico experimenta una transformación imparable hacia la digitalización. Los destinos turísticos inteligentes (DTI) suponen quizá el reto más importante a enfrentar en los próximos años: integrar los sectores y posibilidades tecnológicas de vanguardia (Fernández, et al. 2017).

4.2.3. ANÁLISIS DEL MANEJO DE LA CRISIS SANITARIA EN EL SISTEMA TURÍSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DEMANDA

En esta actividad se realizó un análisis en general de cómo se ha manejado el sistema turístico de Portoviejo desde el contexto del COVID-19 por lo que fue importante la aplicación de encuestas que permitieron conocer la situación actual del destino Portoviejo.

Para la presente investigación fue necesario conocer la perspectiva del turista que llega al cantón Portoviejo tras la pandemia y relacionado con el turismo, por el cual se vio necesario aplicar 196 encuestas la recolección de datos se realizó a través de FORMS debido a las condiciones sanitarias en el corte de estudio. Para realizar un análisis de forma clara se implantó un archivo en Microsoft Excel, en donde se ejecutó el vaciado de todos los datos obtenidos para posteriormente ser analizados por medio de gráficos.

-ANÁLISIS DE RESULTADOS DE PERFIL DEL CONSUMIDOR

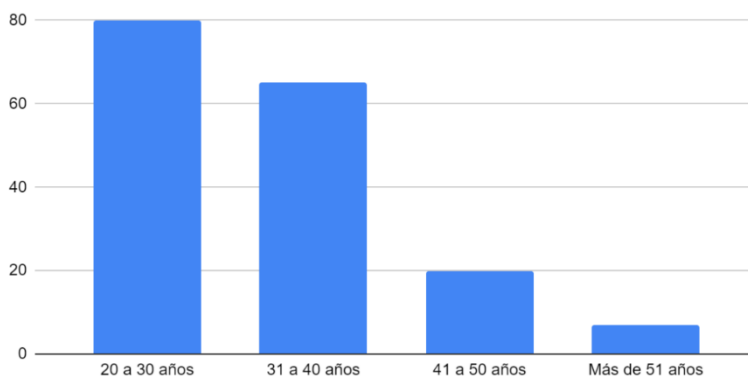


Figura 6. Variable edad
Fuente: Elaborado por las autoras

Dentro de la encuesta realizadas a 196 personas se determinó que el número promedio de edad de los turistas que visitan Portoviejo es de 20 a 30 años con un 46%; seguido de 31 a 40 años con un 38% y con el 12% siendo el más bajo porcentaje, por lo que se determina el perfil que visita Portoviejo son personas jóvenes interesados por conocer su cultura, gastronomía, centros de recreación y diversión, y la playa.

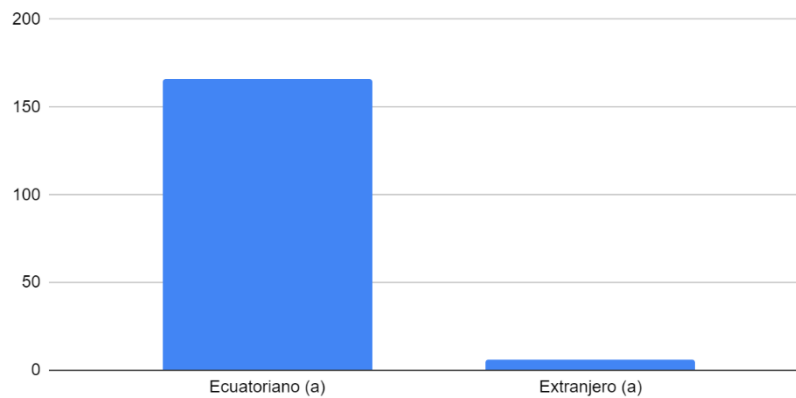


Figura 7. Variable Nacionalidad

Fuente: Elaborado por las autoras

Con respecto a la nacionalidad el 97% son de nacionalidad ecuatoriana debido que las personas que visitan el destino turístico Portoviejo son turistas nacionales y por ende la mayoría de ellos residentes locales, esto se evidencia por la crisis sanitaria que se está viviendo a nivel mundial y las restricciones de los países, por lo que el sector turístico se ha visto gravemente afectado.

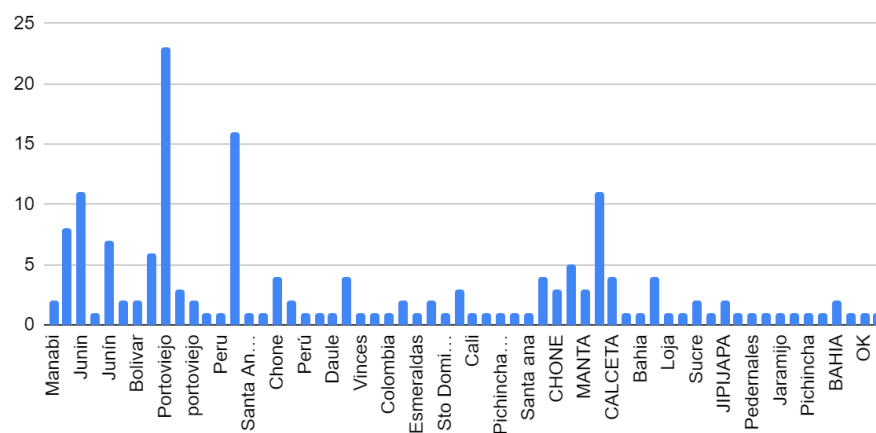


Figura 8. Variable ciudad de residencia

Fuente: Elaborado por las autoras

En relación a la ciudad de residencia de los 196 encuestados se determinó la mayoría son de Manta por la cercanía del lugar, le sigue Guayaquil, Bahía, Rocafuerte, por lo que se determina que la mayoría de los visitantes del destino Portoviejo son turistas nacionales es decir locales que visitan la ciudad por vacacionar en las playas y la gastronomía es importante recalcar Portoviejo fue declarado como Ciudad Creativa en gastronomía por la Organización de las

Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura en París el 30 de octubre del 2019.

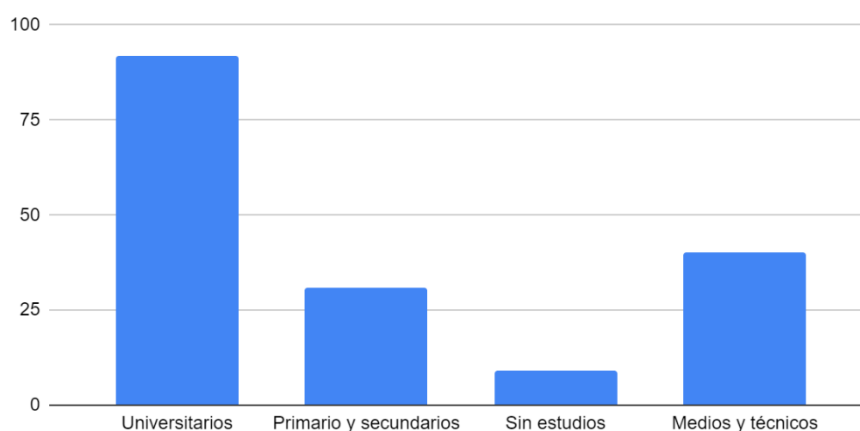


Figura 9. Nivel de instrucción

Fuente: Elaborado por las autoras

Tomando en cuenta los resultados dados por las encuestas realizadas a los visitantes de la ciudad de Portoviejo se puede notar que el nivel de instrucción es de tercer nivel por lo que se puede notar que el perfil de turistas interesados son personas con un grado de conocimiento alto y se debe ofertar productos de calidad.

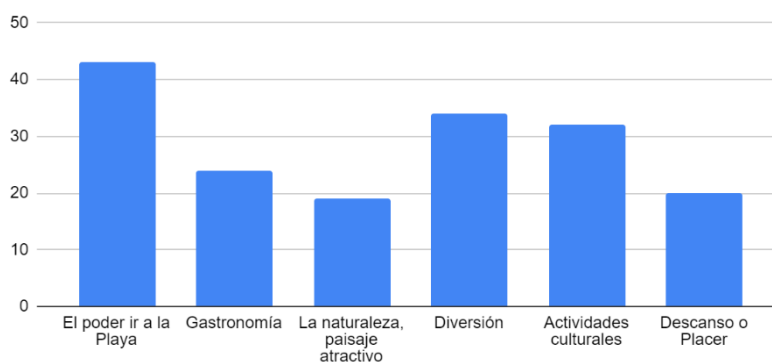


Figura 10. Motivación que lo incentivó a visitar el cantón

Fuente: Elaborado por las autoras

De las 196 encuestas realizadas se estableció que el 25% de ellos se motivaron a efectuar su visita por la playa Crucita, ya que es considerada uno de los mejores lugares para la práctica de los deportes de alas deltas y parapentes por lo que cada año se realiza campeonatos internacionales; y un 20% llegan por la

diversión o conocer nuevos lugares que le permitan pasar un momento agradable además por la naturaleza y sus paisajes también son unas de las principales motivaciones para formalizar su visita.

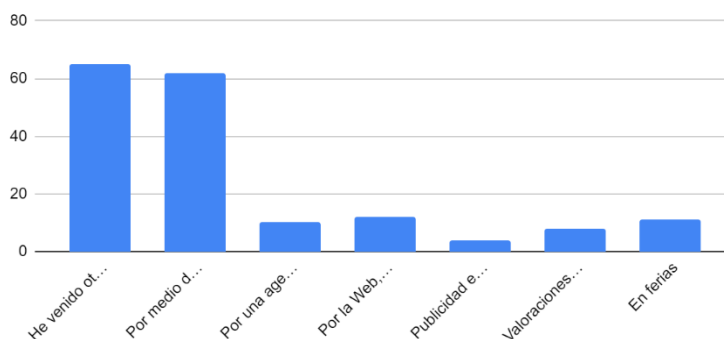


Figura 11. Medio publicitario le sirvió a usted para visitar al cantón

Fuente: Elaborado por las autoras

El medio publicitario que utilizaron los encuestados para visitar el cantón fue mediante amigos y familiares que ya conocían el destino, luego que el 39,6% ya habían visitado el territorio anteriormente. Motivo por el cual es necesario tener estrategias de promoción turística y/o políticas públicas u ordenanzas que gestionen su visibilizarían ante los habitantes del cantón y la sociedad en general.

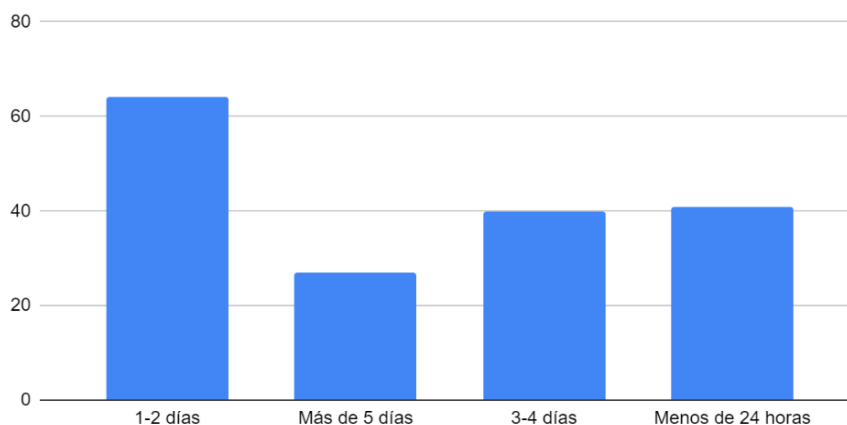


Figura 12. Tiempo de visita en el destino

Fuente: Elaborado por las autoras

Los 196 encuestados mencionaron que su estadía en el destino es de 1-2 días con el 37,1%, seguido del 24,9% de 3-4 días, por lo que se concluye que la estadía es de pocos días y en base a esto se deberían desarrollar los nuevos productos turísticos.

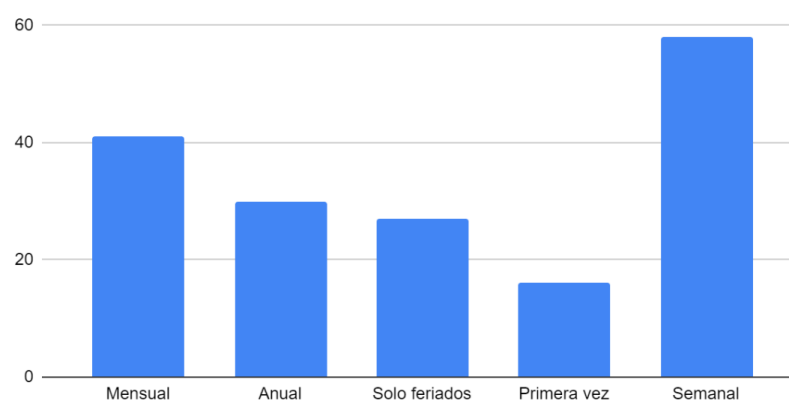


Figura 13. Frecuencia visita usted el destino

Fuente: Elaborado por las autoras

De acuerdo a los 196 encuestados la frecuencia de visita en el destino es semanal con el 34%, seguido del 24% mensual, seguido del 17% anual, por lo que se puede determinar que las personas que visitan el territorio son semanalmente, debido al comercio, visita a familiares o amigos o por actividades académicas y algunos por actividades turísticas.

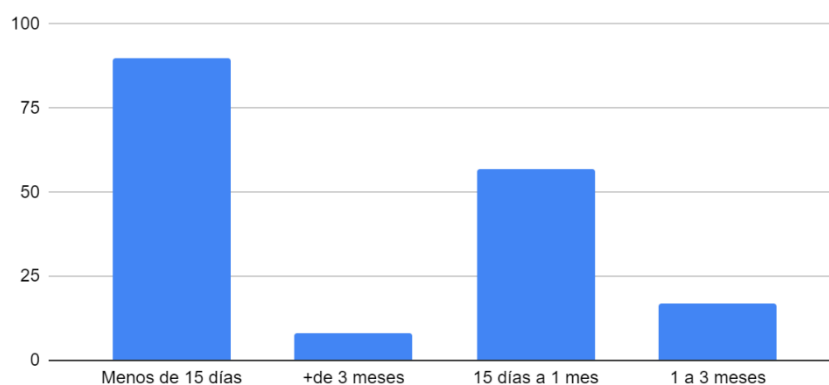


Figura 14. Tiempo de anticipación tuvo usted para planear su viaje

Fuente: Elaborado por las autoras

El tiempo para planear el viaje de acuerdo con el resultado de la encuesta fue menos de 15 días con el 52% por lo que se concluye que las personas no planean tanto el viaje, a veces viajan por imprevisto que se le presentan, por estudios, además que Portoviejo es bastante comercial y las personas acuden al territorio para vender sus productos.



Figura 15. Gasto en el destino Portoviejo

Fuente: Elaborado por las autoras

De acuerdo con los datos obtenidos se determinó que el 33% tienen un gasto promedio de \$51-\$100 por lo que se considera que es un gasto elevado, deduciendo que las personas tienen un trabajo fijo con un sueldo mayor al básico, con esto se deduce que las personas que visitan Portoviejo tienen un sueldo bueno.

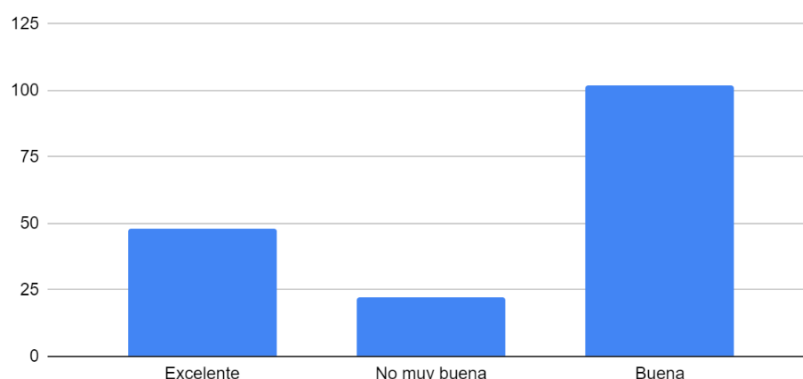


Figura 16. Medidas de prevención por COVID-19 en los recursos y atractivos que ha visitado

Fuente: Elaborado por las autoras

De acuerdo con los 196 encuestados en relación con la pregunta acerca de las prevenciones por COVID-19 en el cantón Portoviejo el 59% mencionaron que son buenas y solo el 13% expresaron que no son muy buenas, por lo que se concluye que la pandemia está afectando el comportamiento de los viajeros, y tanto los destinos como los negocios turísticos tendrán que adaptarse a una nueva realidad.

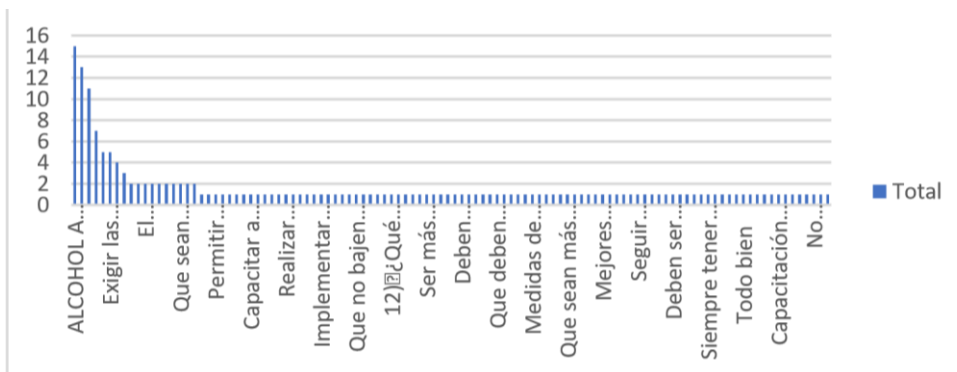


Figura 17. Sugerencias para las empresas de servicios turísticos dentro del cantón Portoviejo como medidas de prevención e implementación frente a la actual crisis sanitaria

Fuente: Elaborado por las autoras

Las sugerencias que expresaron los encuestados en relación con las medidas de prevención frente a la actual crisis sanitaria que deben tomar las empresas de servicios turísticos dentro del cantón Portoviejo son: el distanciamiento social, utilización de mascarilla, lavados de manos, utilización de gel antibacterial.

La evaluación de la innovación en planta turística del cantón Portoviejo se realizó bajo 4 aspectos: restauración, hospedaje, transporte y el sector turístico, la escala valorativa fue del 1 al 10 donde uno representa el nivel más bajo y 10 el nivel más alto.

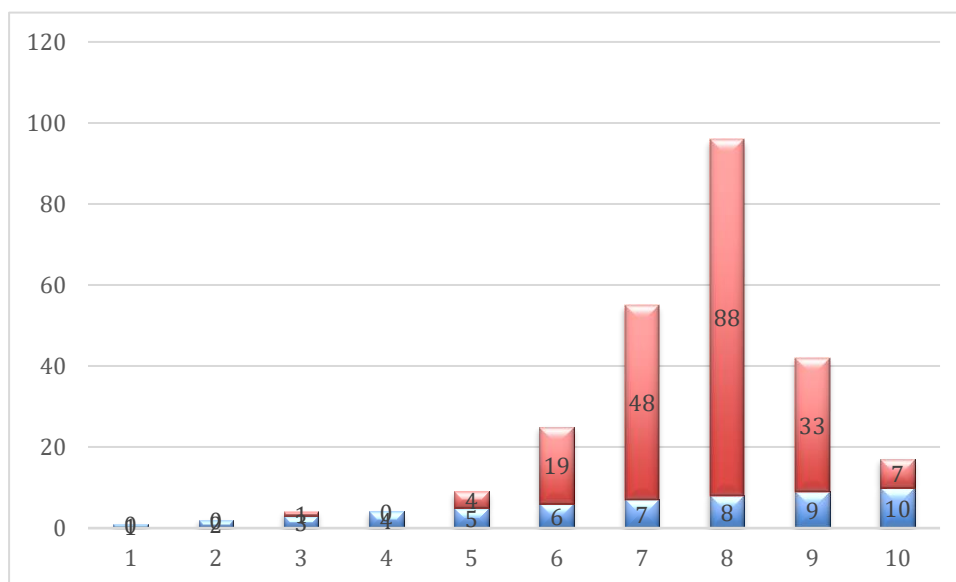


Figura 18. innovación en restauración

Fuente: Elaborado por las autoras

De acuerdo con los encuestados con respecto a la innovación en el servicio de restauración puntuaron una calificación de 8 con el 44% que representa a 88 personas y el 24% puntuaron 7 que son 48 personas deduciendo como una

calificación regular por lo que se debería seguir aplicando nuevas tendencias tecnológicas.

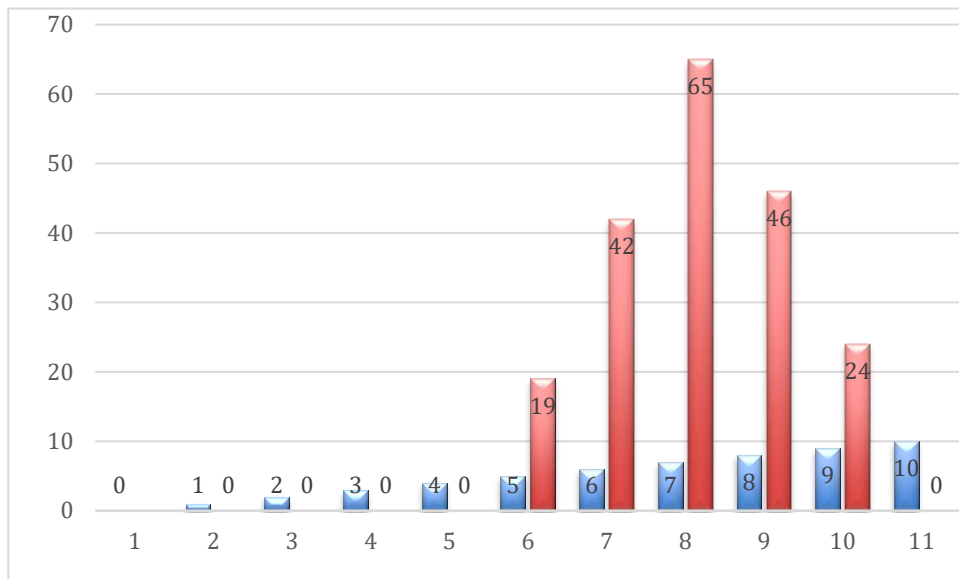


Figura 19. Calificación a la innovación en el servicio de transporte

Fuente: Elaborado por las autoras

La innovación en el servicio de transporte de acuerdo con las personas encuestadas colocó una puntuación de 7 que representa el 33% siendo 65 personas, seguido de la calificación 6 por lo que se determina como una evaluación regular y se tendría que mejorar el servicio de transporte utilizando las nuevas tecnologías.

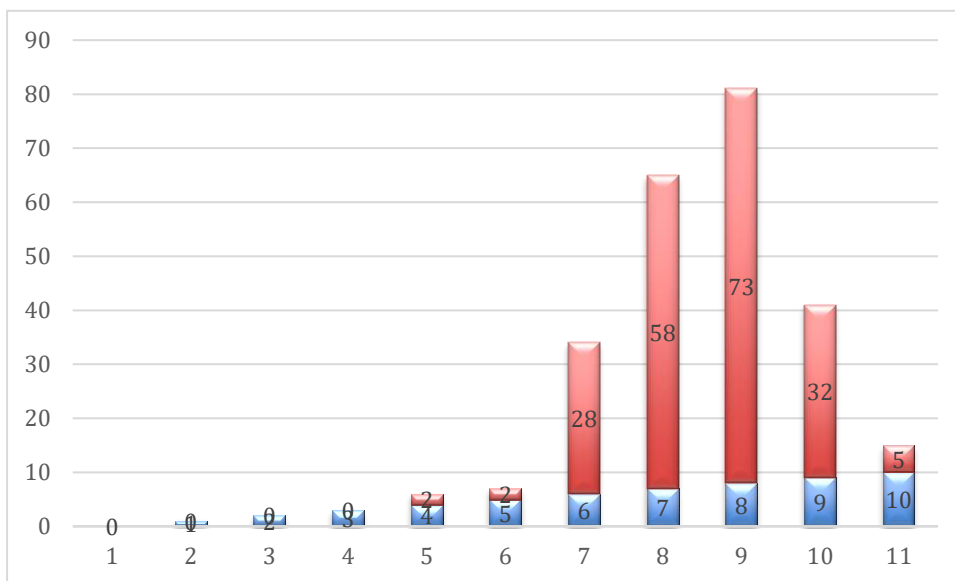


Figura 20. Calificación a la innovación en el servicio de hospedaje
 Fuente: Elaborado por las autoras

En el servicio de hospedaje se tuvo una calificación aceptable que de 8 con el 37% seguido del 7 con el 29% deduciendo que es una calificación buena más sin embargo estas empresas deben de emplear nuevas herramientas de innovación, por lo que es recomendable seguir implementando nuevas tecnologías que beneficien al turista como al hotel.

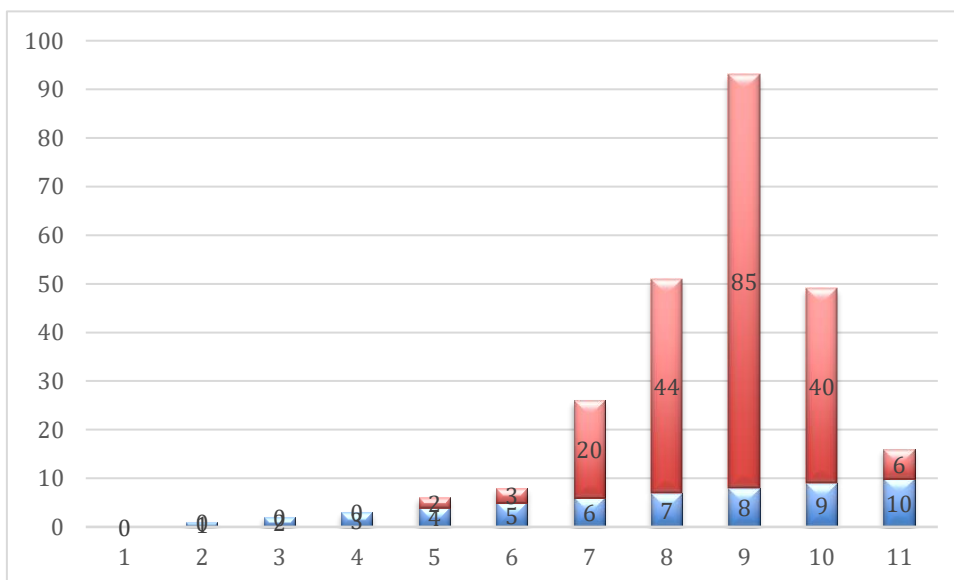


Figura 21. calificación a la innovación en el sector turístico del territorio
 Fuente: Elaborado por las autoras

En general los 196 encuestados de acuerdo con su perspectiva calificaron al sector turístico en relación con la innovación con una puntuación de 8 que

representa el 43% considerando una calificación buena y aceptable, es importante mencionar que el cantón debe de emplear nuevas herramientas y aplicaciones que permitan llegar de una manera más directa al turista.

Tabla 15. Perfil del encuestado

Edad	El 46% son de 20 a 30 años
Nacionalidad	97% Ecuatoriana
Ciudad de Residencia	16% de Manta
Nivel de estudios	54% Tercer Nivel
Motivación que lo incentiva a visitar el cantón	25% El poder ir a la Playa
Medio publicitario le sirvió a usted para visitar al cantón	38% Por medio de amigos o familiares
Tiempo de visita en el destino	37% 1 a 2 días
Frecuencia visita usted el destino	34% Semanal
Tiempo de anticipación tuvo usted para planear su viaje	52% Menos de 15 días
Cuánto estima gastar en el destino Portoviejo	33% \$31-\$50

Fuente: Elaborado por las autoras

Mediante la aplicación de las 196 encuestas se pudo determinar el perfil del cliente (ver tabla 15) que visita el destino turístico Portoviejo por lo que se obtuvo que la edad es de 20 a 30 años, nacionalidad ecuatoriana, ciudad de residencia Manta, su nivel de estudios es de tercer nivel y por lo que generalmente reciben información por amigos y familiares, su principal motivación es el poder ir a la playa pasan, estarían dispuesto a gastar alrededor de \$31 a \$50 dólares; es importante mencionar que los turistas prefieren viajar en vacaciones y el medio por el cual reciben la información son por la recomendaciones de amigos o familiares. Finalmente, se pudo apreciar en la tabla anterior un resumen de las características más relevantes del tipo de turista al que se debería de enfocar la oferta del territorio en estudio con la finalidad de optimizar el flujo turístico que se da dentro del mismo y lograr adaptar la oferta actual para un segmento de visitantes más potencial.

4.3. ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE INDICADORES PARA LA INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE PORTOVIEJO

En esta fase se procedió a realizar la estructuración de los indicadores de innovación, los mismo que pasaron por un proceso de validación de expertos, los cuales aportaron en el desarrollo de la investigación.

4.3.1. CONTEXTUALIZACIÓN DE MODELOS COMO BASE PARA LA EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN EN DESTINOS TURÍSTICOS

A partir del análisis bibliográfico realizado, se pudo determinar documentos y modelos relevantes para el área de la innovación turística como el Manual de Oslo 4ta edición (OECD, 2018); Comisión Europea Sistema Europeo de Indicadores Turísticos – ETIS, López, et al., (2017) implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona, Pimentel (2019) sistema de indicadores, amparado en los 17 objetivos del desarrollo sostenible (ONU), para la creación de un indicador sintético en destinos turísticos litorales (España), el modelo cuatro hélices utilizado en varios estudios sobre innovación (Caicedo, 2013), y el Libro acerca de los Destinos Turísticos elaborado por Blanco (2015). En base a ello se levantaron criterios relacionados a la innovación tecnológica permitiendo establecer los indicadores para la respectiva evaluación.

Partiendo del análisis bibliográfico efectuado se tomó en consideración el Manual de Oslo cuarta edición 2018 el cual se direcciona a la innovación tecnológica hacia cuatro tipos de innovación: de producto, de proceso (organizativa y comercial), es decir se muestra las innovaciones que cambian en el producto y las innovaciones que cambian en el proceso; es importante mencionar que la innovación es un claro impulsor de la productividad, el crecimiento económico y el bienestar.

Para que el sector turístico pueda aumentar la capacidad de innovación debe dedicar suficientes recursos y la capacidad directiva de gestionar los procesos de innovación. La innovación es un proceso que involucra diferentes áreas de experiencias como el marketing, generación de nuevas ideas y conceptos, diseño, prototipado, industrialización, I+D, redefinición de los procesos empresariales, etc. Siguiendo en la misma línea este manual que es una guía para gestionar la innovación presenta un esquema para el proceso de innovación enmarcado en 6 aspectos importantes. En primera instancia se encuentra con un input del mercado: la detección de una oportunidad o necesidad insatisfecha; y finaliza también en el mercado con un output: la satisfacción de los clientes por el nuevo producto o servicio creado.

La innovación es un proceso de carácter estratégico para la empresa (Ver figura 22).



Figura 22. Esquema del proceso de innovación.

Fuente: Alfonso, Ulacia, & Suárez (2019)

Para López, et al., (2017) de un conjunto de indicadores simples, se estructura un modelo de organización concreto (por ejemplo, dimensiones de la sostenibilidad, sectores económicos, ámbitos temáticos, relaciones causales, etc.), según la finalidad de medición y los objetivos de estudio, por lo que generan una realidad nueva y diferente a partir de la cual estudiar un fenómeno. Por otra parte, los indicadores de sostenibilidad también juegan un papel importante, estos miden la eficiencia y eficacia de un territorio tanto cualitativa y cuantitativamente, en suma, la construcción de los indicadores involucra varios criterios como se ha planteado para el alcance de los objetivos es necesario conocer los aspectos que involucra la evaluación de la innovación en un destino.

Los indicadores involucran varios criterios que permiten establecer ventajas competitivas frente a otro destino bajo este enfoque Vera et al. (2019) contemplan un Sistema de indicadores para la evaluación de la innovación

tecnológica en Puerto López con un enfoque territorial basado en un modelo denominado estrella para la gestión de la innovación tecnológica con la integración de todos los sectores (público, privado y comunitario), dimensiones (producto, proceso, organización y marketing) y etapas (antes, durante y después de la visita).(Ver figura 23).

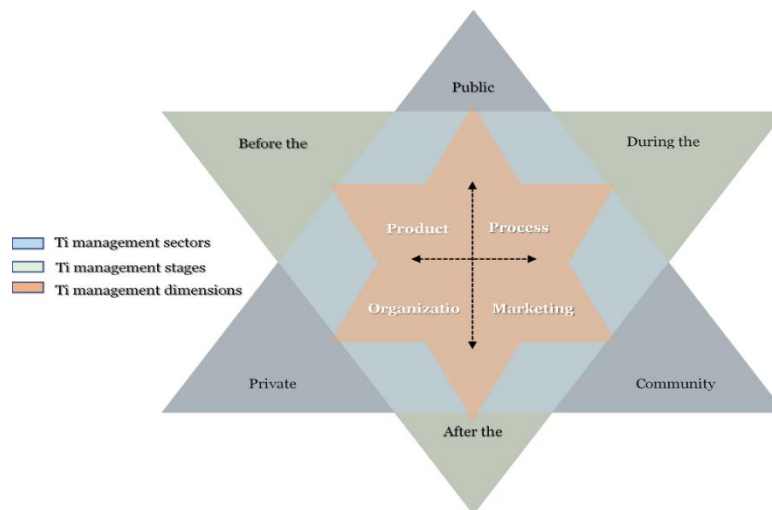


Figura 23. Modelo estrella para la gestión de TI.

Fuente: Vera, Alfonso y García (2019).

El análisis bibliográfico permitió sistematizar la información y se conocieron los criterios a considerar en base a indicadores, se establecieron dimensiones (producto, proceso, organización y comercial). Otro de los modelos referentes para este estudio se elabora a partir del modelo de evaluación de la innovación en destinos turísticos propuesto por Zambrano y Loor (2022) quienes consideran los pasos y dimensiones relacionadas anteriormente, para la medición de un destino (figura 24.).

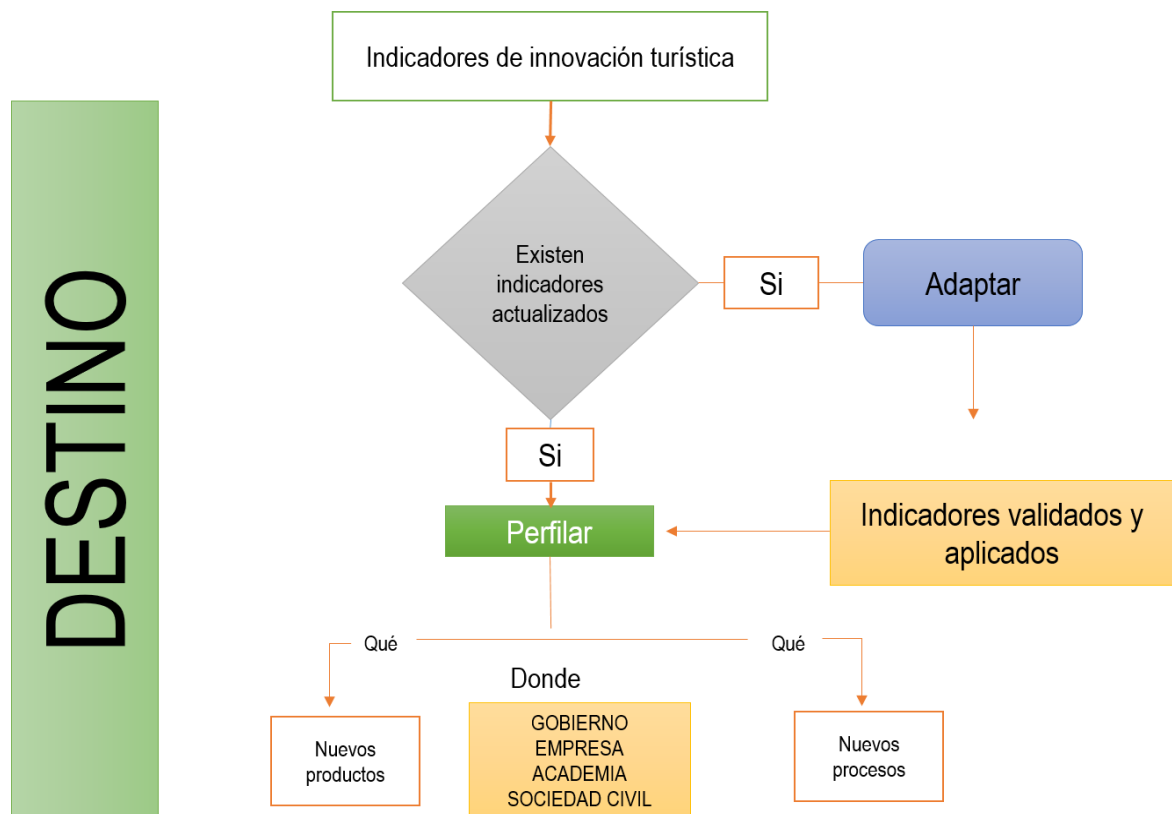


Figura 24. Modelo para la evaluación de la innovación en destinos turísticos

Fuente: modificado de Zambrano y Loor (2022)

Se identificó las dimensiones en las cuales se va a medir siendo éstas: producto, proceso, organización y comercialización que propone el Manual de Oslo cuarta edición (OECD, 2018), cabe mencionar que esta direccionado hacia la empresa en el cual se busca cuáles son las nuevas innovaciones dentro del territorio para su mejoramiento. Dentro de los sectores y áreas para saber dónde se debe medir se emplea el Modelo 4-Hélices que se enfocan en el gobierno, academia, sector público-privado y sociedad civil por lo tanto se deben medir los criterios antes de la visita, durante la visita y después de la visita. Una vez analizada y sintetizada la información se procedió a definir los indicadores para su respectiva evaluación por los expertos.

4.3.2. SELECCIÓN DE INDICADORES

La selección de los indicadores cumple una función que es direccionar las empresas de servicios turísticos hacia la innovación por lo que dichos indicadores son herramientas muy funcionales. Por lo que se procedió a realizar la estructuración de los indicadores de innovación, los mismo que pasaron por

un proceso de validación de expertos, los cuales aportaron en el desarrollo de la investigación; en primera instancia se hizo una revisión bibliográfica en donde se pudo identificar varios indicadores de acuerdo a varios autores, posteriormente se analizó y sistematizó la información obtenida se desarrolló la lluvia de ideas para saber cuáles son los aspectos que se van a valorar en el área después, se logró examinar los factores que inciden en la innovación a través de una consulta de expertos.

IDENTIFICACIÓN PRELIMINAR DE INDICADORES

Para la identificación de los indicadores se tomó como base referencial teórica el sistema de indicadores desarrollados y ejecutados por Vera et al. (2019) debido a que ofrece una perspectiva de la medición de innovación tecnológica de un territorio a través de un sistema de indicadores, es importante mencionar que estos indicadores fueron modificados y enriquecidos con los manuales Oslo 4ta edición (OECD, 2018); Comisión Europea Sistema Europeo de Indicadores Turísticos – ETIS, López, et al., (2017) implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona, Pimentel (2019) sistema de indicadores, amparado en los 17 objetivos del desarrollo sostenible (ONU). En base a ello se levantaron criterios relacionados a la innovación tecnológica permitiendo establecer los indicadores para la respectiva validación de expertos.

Tabla 16. Listado de indicadores para validación

1.	Adquisición de Bienes de Capital, Hardware y/o Software por parte del sector público o empresarial.
2.	Aplicaciones móviles desarrolladas direccionadas con la gestión turística.
3.	Campañas de marketing para comunicar los valores corporativos y apoyar a los proveedores locales y a los trabajadores.
4.	Capacidad Tecnológica de las empresas de servicios turísticos.
5.	Capacitaciones ejecutadas con los diversos actores turísticos, orientadas a mejorar la innovación turística en el destino
6.	Certificaciones y / o reconocimientos en productos y / o procesos relacionado con la gestión de la innovación turística.
7.	Convenios Gobierno Empresa-Universidad para el desarrollo de la innovación en el territorio.
8.	Datos abiertos (OD).
9.	Desarrollo e implementación de Innovaciones tecnológicas y no tecnológicas.
10.	El destino se encuentra satisfecho por los impactos generados por el turismo.
11.	El destino utiliza aplicaciones móviles para el seguimiento del tráfico en tiempo real.
12.	Emplear acciones encaminadas para la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y de los paisajes locales.
13.	Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.
14.	Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.
15.	Empresas que desarrollan nuevas tecnologías.

16. Existencia de NFC, QR, RFID, ETC en los sitios turísticos del destino.
17. Formación innovadora asociada a nuevos y mejorados procesos y productos.
18. Gestión de la innovación en CRM (Gestión de la relación con el cliente) y estrategias de marketing.
19. Grado de información en la plataforma compartida por empresas, organizaciones e Instituciones para facilitar la gestión de la innovación.
20. Herramientas como Speed Thinking, Design Thinking.
21. Incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente e implementación de orientaciones estratégicas nuevas o sustancialmente modificadas en organizaciones e instituciones públicas o privadas.
22. Introducción al mercado de un producto o servicio turístico nuevo
23. Introducción en la empresa de métodos de venta o distribución nuevos o mejorados de manera significativa con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente, aumentar el nivel de ventas o incursionar en nuevos mercados
24. Inversión en I + D + i.
25. Las empresas del destino ofrecen iguales oportunidades de empleo y formación, seguridad ocupacional y sueldos justos para todos.
26. Normas y políticas de planificación que exigen una evaluación del impacto ambiental, económico y social.
27. Número de acuerdos para la evaluación de la cooperación entre estos actores clave para la promoción de la innovación.
28. Número de aplicaciones móviles diseñadas para facilitar la interacción del turista con el destino.
29. Número de innovaciones tecnológicas ejecutadas en el territorio en los últimos 5 años.
30. Número de KBPS disponibles por terminal cuando el área está al 20% de su capacidad de usuarios habituales.
31. Número de programas liderados por el sector público, privado, academia o la sociedad civil sobre programas de aseguramiento y control de calidad basados en la innovación.
32. Número de programas o proyectos registrados vinculados a la innovación.
33. Personal involucrado en actividades I+D
34. Política pública de turismo sostenible
35. Porcentaje de ahorro logrado con las nuevas tecnologías.
36. Porcentaje de empresas que gestionan sus productos turísticos a través de las TIC.
37. Programas de control y aseguramiento de la calidad en el turismo a través de la gestión de la innovación.
38. Red wifi con QoS garantizado en lugares públicos de afluencia turística (parques, museos, muelles, etc.) así como en empresas turísticas hoteles, restaurantes, tiendas, etc.)
39. Seguimiento de marca y medios a través de redes sociales para conocer la frecuencia de uso.
40. Sistema para hacer el seguimiento, informar al público y responder a problemas de índole ambiental, económica, social, cultural, turística y de derechos humanos.
41. Uso de las TIC por empresas turísticas.
42. Utilizar nuevos equipos, nuevos insumos, nuevas soluciones tecnológicas o nuevo software. Incluye modificaciones en la logística de insumos o de productos terminados (por ejemplo, introducción de GPS o códigos de barra)

Fuente: Elaborado a partir de Vera, et al. (2019).

Los indicadores propuestos en la (tabla 16) se basan generalmente en la medición de elementos que deben estar presentes en la gestión de la innovación, por ejemplo, alianzas para el desarrollo de nuevos productos y procesos, inversión en I+D+i, formación de las capacidades del recurso humano y uso de las TIC para la gestión de información turística en el destino. Los indicadores enlistados conformaron la lista preliminar para la validación por expertos y la selección final de indicadores para el sistema mediante el análisis factorial.

VALIDACIÓN POR EXPERTOS

Los resultados del análisis en SPSS, muestran los estadísticos descriptivos de los indicadores (ver tabla 17) en relación a la valoración realizada por los siete expertos seleccionados (ver anexo 7).

Tabla 17. Estadísticos descriptivos de los indicadores

Indicadores	Media	Desviación estándar	N de análisis
1. Certificaciones y / o reconocimientos en productos y / o procesos relacionados con la gestión de la innovación turística.	8,71	1,113	7
2. Herramientas como Speed Thinking, Design Thinking.	7,43	2,370	7
3. Convenios Gobierno Empresa-Universidad para el desarrollo de la innovación en el territorio.	8,57	1,988	7
4. Inversión en I + D + i.	6,71	2,928	7
5. Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.	7,29	1,113	7
6. Desarrollo e implementación de Innovaciones tecnológicas y no tecnológicas.	7,57	1,272	7
7. Programas de control y aseguramiento de la calidad en el turismo a través de la gestión de la innovación.	8,29	1,380	7
8. Campañas de marketing para comunicar los valores corporativos y apoyar a los proveedores locales y a los trabajadores.	7,86	2,734	7
9. Formación innovadora asociada a nuevos y mejorados procesos y productos.	9,00	1,000	7
10. Uso de las TIC por empresas turísticas.	8,86	1,345	7
11. Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.	6,86	1,773	7
12. Capacidad Tecnológica de las empresas de servicios turísticos.	7,86	2,193	7
13. Red wifi con QoS garantizado en lugares públicos de afluencia turística (parques, museos, muelles, etc.) así como en empresas turísticas hoteles, restaurantes, tiendas, etc.)	8,00	2,449	7
14. Aplicaciones móviles desarrolladas direccionadas con la gestión turística.	6,57	3,457	7
15. Existencia de NFC, QR, RFID, ETC en los sitios turísticos del destino.	7,86	2,734	7
16. Política pública de turismo sostenible	6,71	2,628	7
17. Datos abiertos (OD).	6,00	2,449	7
18. Seguimiento de marca y medios a través de redes sociales para conocer la frecuencia de uso.	6,71	2,752	7
19. Gestión de la innovación en CRM (Gestión de la relación con el cliente) y estrategias de marketing.	6,71	2,628	7
20. Normas y políticas de planificación que exigen una evaluación del impacto ambiental, económico y social.	7,00	2,309	7
21. Sistema para hacer el seguimiento, informar al público y responder a problemas de índole ambiental, económica, social, cultural, turística y de derechos humanos.	7,71	2,059	7
22. Emplear acciones encaminadas para la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y de los paisajes locales.	7,71	1,604	7
23. Grado de información en la plataforma compartida por empresas, organizaciones e Instituciones para facilitar la gestión de la innovación.	7,14	1,864	7
24. Porcentaje de ahorro logrado con las nuevas tecnologías.	7,14	2,193	7
25. Las empresas del destino ofrecen iguales oportunidades de empleo y formación, seguridad ocupacional y sueldos justos para todos.	6,43	2,507	7
26. El destino se encuentra satisfecho por los impactos generados por el turismo.	7,57	2,507	7
27. Empresas que desarrollan nuevas tecnologías.	6,57	2,820	7
28. Número de acuerdos para la evaluación de la cooperación entre estos actores clave para la promoción de la innovación.	6,14	2,268	7
29. Número de innovaciones tecnológicas ejecutadas en el territorio en los últimos 5 años.	6,43	1,718	7
30. Número de programas liderados por el sector público, privado, academia o la sociedad civil sobre programas de aseguramiento y control de calidad basados en la innovación.	6,71	2,498	7
31. Número de programas o proyectos registrados vinculados a la innovación.	7,00	1,826	7
32. Porcentaje de empresas que gestionan sus productos turísticos a través de las TIC.	7,29	2,059	7
33. El destino utiliza aplicaciones móviles para el seguimiento del tráfico en tiempo real.	6,57	2,936	7
34. Número de KBPS disponibles flujo por terminal cuando el área está al 20% de su capacidad de usuarios habituales.	5,71	2,870	7
35. Número de aplicaciones móviles diseñado para facilitar la interacción del turista con el destino.	6,29	3,352	7
36. Adquisición de Bienes de Capital, Hardware y/o Software por parte del sector público o empresarial.	5,86	2,673	7
37. Incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente e implementación de orientaciones estratégicas nuevas o sustancialmente modificadas en organizaciones e instituciones públicas o privadas.	6,86	2,854	7
38. Introducción al mercado de un producto o servicio turístico nuevo	7,71	2,752	7
39. Utilizar nuevos equipos, nuevos insumos, nuevas soluciones tecnológicas o nuevo software. Incluye modificaciones en la logística de insumos o de productos terminados (por ejemplo, introducción de GPS o códigos de barra)	7,00	2,887	7
40. Introducción en la empresa de métodos de venta o distribución nuevos o mejorados de manera significativa con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente, aumentar el nivel de ventas o incursionar en nuevos mercados	6,29	2,928	7
41. Personal involucrado en actividades I+D	6,14	3,237	7

42. Capacitaciones ejecutadas con los diversos actores turísticos, orientadas a mejorar la innovación turística en el destino	6,57	3,047	7
---	------	-------	---

Fuente: Elaboración de las autoras

Como se observa en la tabla 15, la valoración de los indicadores por los expertos presenta una media superior a 5 en todos los casos, lo que demuestra un nivel de importancia relativo en el conjunto de todos los indicadores considerados para la validación. Por otra parte, la desviación estándar muestra valores superiores a 1, lo que demuestra una dispersión amplia de los datos, que para el caso de los indicadores se constituye en una característica flexible para su aplicación. Por esta razón, se puede indicar que los indicadores seleccionados desde la revisión bibliográfica muestran un nivel de pertinencia importante para este estudio.

El análisis factorial, permitió determinar la varianza de los indicadores en cinco grupos de componentes, que explican la varianza total de la relación entre ellos (ver tabla 18).

Tabla 18. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	28,648	68,211	68,211	28,648	68,211	68,211	16,134	38,414	38,414
2	6,098	14,520	82,730	6,098	14,520	82,730	15,879	37,807	76,221
3	3,508	8,353	91,083	3,508	8,353	91,083	4,477	10,659	86,879
4	2,121	5,050	96,133	2,121	5,050	96,133	2,947	7,016	93,895
5	1,129	2,689	98,822	1,129	2,689	98,822	2,069	4,927	98,822

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: elaboración propia

Como se observa en la tabla 18, el grupo uno (se resalta en negrita dentro de la tabla) concentra el 68,211% de la varianza, por lo cual determina el grupo más importante de indicadores; sin embargo, en el presente estudio se considera hasta el segundo grupo (14,520% de varianza concentrada) determinados como aquellos de mayor importancia para la medición de la innovación en el destino. Por otra parte, la tabla 19 muestra el detalle de los componentes con el coeficiente de correlación entre ellos, los cuales se depurarán para la determinación de la lista final de indicadores bajo dos criterios específicos, el primero es la pertenencia al grupo 1 o 2, y el segundo es que su valor sea superior a 0,5.

Tabla 19. Matriz de análisis de los componentes según su varianza

	Componente				
	1	2	3	4	5

1.	Número de KBPS disponibles por terminal cuando el área está al 20% de su capacidad de usuarios habituales.	,9 6 5	
2.	Porcentaje de empresas que gestionan sus productos turísticos a través de herramientas tecnológicas	,9 5 8	
3.	Sistema para hacer el seguimiento, informar al público y responder a problemas de índole ambiental, económica, social, cultural, turística y de derechos humanos.	,9 5 1	
4.	Seguimiento de marca y medios a través de redes sociales para conocer la frecuencia de uso.	,9 4 5	
5.	Emplear acciones encaminadas para la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y de los paisajes locales.	,9 4 1	
6.	Red wifi con QoS garantizado en lugares públicos de afluencia turística (parques, museos, muelles, etc.) así como en empresas turísticas hoteles, restaurantes, tiendas, etc.)	,9 3 9	
7.	Gestión de la innovación en CRM (Gestión de la relación con el cliente) y estrategias de marketing.	,9 3 5	
8.	Adquisición de Bienes de Capital, Hardware y/o Software por parte del sector público o empresarial.	,9 3 4	
9.	Número de programas o proyectos registrados vinculados a la innovación.	,9 2 7	
10.	Existencia de NFC, QR, RFID, ETC en los sitios turísticos del destino.	,9 1 4	
11.	Número de acuerdos para la evaluación de la cooperación entre estos actores clave para la promoción de la innovación.	,9 1 3	
12.	Número de aplicaciones móviles diseñado para facilitar la interacción del turista con el destino.	,9 1 2	
13.	Aplicaciones móviles desarrolladas direccionadas con la gestión turística.	,9 0 6	
14.	Datos abiertos (OD).	,9 0 6	
15.	Utilizar nuevos equipos, nuevos insumos, nuevas soluciones tecnológicas o nuevo software. Incluye modificaciones en la logística de insumos o de productos terminados (por ejemplo, introducción de GPS o códigos de barra)	,9 0 5	
16.	Introducción al mercado de un producto o servicio turístico nuevo	,9 0 2	
17.	Grado de información en la plataforma compartida por empresas, organizaciones e Instituciones para facilitar la gestión de la innovación.	,8 9 7	,41 3
18.	El destino se encuentra satisfecho por los impactos generados por el turismo.	,8 9 4	
19.	Incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente e implementación de orientaciones estratégicas nuevas o sustancialmente modificadas en organizaciones e instituciones públicas o privadas.	,8 9 3	
20.	Número de programas liderados por el sector público, privado, academia o la sociedad civil sobre programas de aseguramiento y control de calidad basados en la innovación.	,8 8 5	,42 3
21.	Campañas de marketing para comunicar los valores corporativos y apoyar a los proveedores locales y a los trabajadores.	,8 6 9	
22.	Empresas que desarrollan nuevas tecnologías.	,8 6 1	
23.	El destino utiliza aplicaciones móviles para el seguimiento del tráfico en tiempo real.	,8 4 9	- ,44 4
24.	Número de innovaciones tecnológicas ejecutadas en el territorio en los últimos 5 años.	,8 4 3	,43 6

25. Porcentaje de ahorro logrado con las nuevas tecnologías.	,8 4 1	- ,42 4	
26. Inversión en I + D + i.	,8 3 7		
27. Normas y políticas de planificación que exigen una evaluación del impacto ambiental, económico y social.	,8 1 9	,51 6	
28. Capacidad Tecnológica de las empresas de servicios turísticos.	,8 1 5		
29. Personal involucrado en actividades I+D	,8 1 2	,53 0	
30. Programas de control y aseguramiento de la calidad en el turismo a través de la gestión de la innovación.	,8 0 9	- ,44 5	
31. Las empresas del destino ofrecen iguales oportunidades de empleo y formación, seguridad ocupacional y sueldos justos para todos.	,8 0 1	- ,54 9	
32. Política pública de turismo sostenible	,7 8 9	,43 2	
33. Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.	,7 8 9		- ,5 65
34. Formación innovadora asociada a nuevos y mejorados procesos y productos.	,7 8 5	- ,42 5	,44 7
35. Capacitaciones ejecutadas con los diversos actores turísticos, orientadas a mejorar la innovación turística en el destino	,7 6 7	,63 8	
36. Introducción en la empresa de métodos de venta o distribución nuevos o mejorados de manera significativa con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente, aumentar el nivel de ventas o incursionar en nuevos mercados	,7 5 4	,58 7	
37. Uso de las TIC por empresas turísticas.	,7 2 6		,5 6 1
38. Desarrollo e implementación de Innovaciones tecnológicas y no tecnológicas.	,82 6	,53 4	
39. Certificaciones y / o reconocimientos en productos y / o procesos relacionados con la gestión de la innovación turística.	,4 7 4	- ,55 8	,5 32
40. Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.			,92 9
41. Convenios Gobierno Empresa-Universidad para el desarrollo de la innovación en el territorio.		- ,48 2	,86 1
42. Herramientas como Speed Thinking, Design Thinking.	,4 6 8	- ,53 3	,55 9

Método de extracción: análisis de componentes principales. a. 5 componentes extraídos. Se tachan los valores que no presentan o tienen una varianza menor a los demás grupos. Los valores no tachados, corresponden a los indicadores 39, 40, 41 y 42 se descartan de la selección ya que integran los grupos 3, 4 y 5, no considerados para la selección.

Fuente: elaboración propia

Como se evidencia en la tabla 19 de los 42 indicadores propuestos inicialmente, bajo el resultado del análisis factorial se determinaron 38 indicadores válidos para la evaluación de la innovación en el destino Portoviejo de los cuales solo uno compone el segundo grupo; los indicadores 39, 40, 41 y 42 de la tabla 19 se eliminan de la propuesta de la presente investigación.

4.3.3. DISEÑO DEL SISTEMA DE INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO PORTOVIEJO

Los indicadores establecidos cumplen una función que es direccionar las empresas de servicios turísticos hacia la innovación por lo que dichos criterios son herramientas muy funcionales además que ayuda en los procesos de la toma de decisión en el destino, tanto en la fase de planificación, en la ejecución, puesto que describen la realidad del territorio mediante criterios validados; de hecho los indicadores sirven para caracterizar la situación presente del destino turístico y permite tener en cuenta los criterios óptimos para orientar la actividad turística en Portoviejo.

En la propuesta del sistema de indicadores, se considera, por una parte, los aportes de Vera, et al. (2019) y Zambrano y Loor (2022) quienes fundamentan la importancia de la asignación de responsabilidades a los diversos sectores (gobierno [G], empresa [E], academia [A] y sociedad civil [SC]) como un elemento necesario para su efectividad, y por otra, la jerarquía de los indicadores que se basan en el nivel de importancia para su ejecución, distribuida en tres grupos (jerarquía I [$\geq 0,9$]; jerarquía II [$\geq 0,8$ y $< 0,9$]; jerarquía III [$\geq 0,7$ y $< 0,8$]) como se observa en la tabla 20 Los indicadores que componen el sistema se han organizado jerárquicamente en función del nivel de importancia otorgado por la varianza (tabla 20).

Tabla 20. Indicadores para la medición de la innovación turística en el destino Portoviejo.

Indicadores	Grupo		Sectores			
	1	2	G	E	A	S C
J E R A R Q U Í A I	1. Número de KBPS disponibles por terminal cuando el área está al 20% de su capacidad de usuarios habituales.	, 9 6 5		X	X	X
	2. Porcentaje de empresas que gestionan sus productos turísticos a través de herramientas tecnológicas	, 9 5 8			X	
	3. Sistema para hacer el seguimiento, informar al público y responder a problemas de índole ambiental, económica, social, cultural, turística y de derechos humanos.	, 9 5 1		X	X	X X
	4. Seguimiento de marca y medios a través de redes sociales para conocer la frecuencia de uso.	, 9 4 5		X	X	X
				NA		

	5. Emplear acciones encaminadas para la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y de los paisajes locales.	, 9 4 1	X X X X
	6. Red wifi con QoS garantizado en lugares públicos de afluencia turística (parques, museos, muelles, etc.) así como en empresas turísticas hoteles, restaurantes, tiendas, etc.)	, 9 3 9	X X
	7. Gestión de la innovación en CRM (Gestión de la relación con el cliente) y estrategias de marketing.	, 9 3 5	X X
	8. Adquisición de Bienes de Capital, Hardware y/o Software por parte del sector público o empresarial.	, 9 3 4	X
	9. Número de programas o proyectos registrados vinculados a la innovación.	, 9 2 7	X X X
	10. Existencia de NFC, QR, RFID, ETC en los sitios turísticos del destino.	, 9 1 4	X X
	11. Número de acuerdos para la evaluación de la cooperación entre estos actores clave para la promoción de la innovación.	, 9 1 3	X X X
	12. Número de aplicaciones móviles diseñado para facilitar la interacción del turista con el destino.	, 9 1 2	X X X
	13. Aplicaciones móviles desarrolladas direccionadas con la gestión turística.	, 9 0 6	X X X
	14. Datos abiertos (OD).	, 9 0 6	X X X
	15. Utilizar nuevos equipos, nuevos insumos, nuevas soluciones tecnológicas o nuevo software. Incluye modificaciones en la logística de insumos o de productos terminados (por ejemplo, introducción de GPS o códigos de barra)	, 9 0 5	X X X
	16. Introducción al mercado de un producto o servicio turístico nuevo	, 9 0 2	X
J E R A R Q U Í A I I	17. Grado de información en la plataforma compartida por empresas, organizaciones e Instituciones para facilitar la gestión de la innovación.	, 8 9 7	X X X
	18. El destino se encuentra satisfecho por los impactos generados por el turismo.	, 8 9 4	X X X X
	19. Incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente e implementación de orientaciones estratégicas nuevas o sustancialmente modificadas en organizaciones e instituciones públicas o privadas.	, 8 9 3	X X X
	20. Número de programas liderados por el sector público, privado, academia o la sociedad civil sobre programas de aseguramiento y control de calidad basados en la innovación.	, 8 8 5	X X X X
	21. Campañas de marketing para comunicar los valores corporativos y apoyar a los proveedores locales y a los trabajadores.	, 8 6 9	X X X
	22. Empresas que desarrollan nuevas tecnologías.	, 8 6 1	X

	23. El destino utiliza aplicaciones móviles para el seguimiento del tráfico en tiempo real.	, 8 4 9	X X X
	24. Número de innovaciones tecnológicas ejecutadas en el territorio en los últimos 5 años.	, 8 4 3	X X
	25. Porcentaje de ahorro logrado con las nuevas tecnologías.	, 8 4 1	X X
	26. Inversión en I + D + i.	, 8 3 7	X X X
	27. Normas y políticas de planificación que exigen una evaluación del impacto ambiental, económico y social.	, 8 1 9	X
	28. Capacidad Tecnológica de las empresas de servicios turísticos.	, 8 1 5	X
	29. Personal involucrado en actividades I+D	, 8 1 2	X X X
	30. Programas de control y aseguramiento de la calidad en el turismo a través de la gestión de la innovación.	, 8 0 9	X X X
	31. Las empresas del destino ofrecen iguales oportunidades de empleo y formación, seguridad ocupacional y sueldos justos para todos.	, 8 0 1	X
J E R A R Q U Í A I I I	32. Política pública de turismo sostenible	, 7 8 9	X
	33. Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.	, 7 8 9	X
	34. Formación innovadora asociada a nuevos y mejorados procesos y productos.	, 7 8 5	X X X
	35. Capacitaciones ejecutadas con los diversos actores turísticos, orientadas a mejorar la innovación turística en el destino	, 7 6 7	X X X X
	36. Introducción en la empresa de métodos de venta o distribución nuevos o mejorados de manera significativa con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente, aumentar el nivel de ventas o incursionar en nuevos mercados	, 7 5 4	X
	37. Uso de las TIC por empresas turísticas.	, 7 2 6	X
	38. Desarrollo e implementación de Innovaciones tecnológicas y no tecnológicas.	,8 2 6	X X X X

Fuente: elaboración propia

La jerarquía I se integra de 16 indicadores situados en el grupo 1, que se constituyen en los más importantes para la evaluación del destino, 16 componen la jerarquía II (15 en el grupo 1 y 1 en el grupo 2) con un nivel de importancia medio, y finalmente la jerarquía III se integra de 6 indicadores correspondientes

al grupo 1 con un nivel de importancia latente. La asignación de responsabilidades a los diversos sectores demuestra que el gobierno, la empresa y la academia, tienen un rol preponderante en la gestión de la innovación turística, mientras que la sociedad civil tiene una función más pasiva por su responsabilidad de absorber las innovaciones desarrolladas por los otros tres sectores. La asignación se muestra en correspondencia con la propuesta de Zambrano y Loor (2022). La investigación permitió conocer que el cantón carece de herramientas tecnológicas y personal capacitado para brindar un servicio de calidad, posterior a ello se constató el poco recurso económico que recibe el destino para el desarrollo de proyectos turísticos, de manera que por medio de los indicadores planteados en base a la innovación permiten mejorar los servicios al cliente, post ventas y brindar un servicio de calidad, en sí reducen las problemáticas identificadas y potencializa la innovación tecnológica.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se pudo conocer y obtener datos generales y específicos del cantón Portoviejo mediante el diagnóstico turístico, identificando las principales problemáticas que afectan directamente el territorio provocando así impactos negativos lo cual imposibilitan que se desarrolle la innovación turística, las empresas de servicios turísticos no centran sus recursos en fortalecer las tecnologías, se evidencia un déficit de planificación estratégica, escasa capacitación en servicios turísticos, las autoridades competentes del cantón Portoviejo no realizan ni ejecutan una buena gestión turística del territorio además de que carecen de una línea de convergencia que les permita integrar los factores claves del turismo.
- La evaluación de los impactos del COVID-19 permitió conocer la realidad del territorio donde se obtuvo que la actividad económica se redujo trascendentalmente lo que generó el cierre de muchos centros de trabajo, en términos de porcentaje se redujo el 37% en las ventas causando pérdidas monetarias; la situación actual de Portoviejo en el contexto del COVID-19 facilitó obtener, que por la crisis sanitaria los establecimientos turísticos sufrieron grandes pérdidas y algunas empresas cerraron debido que no podían mantener los gastos. Posterior se evidencia el déficit de conocimiento en la gestión de innovación turística ante la problemática existente como es el COVID-19. Mediante la evaluación de la innovación se obtuvo que el 43% de los encuestados dieron una calificación aceptable; si bien es cierto la pandemia trajo consigo una serie de problemáticas, pero a su vez ha generado que algunas entidades de servicios se hayan reivindicado mediante la utilización de comercio electrónico.
- La validación de indicadores fue mediante criterios de expertos y su posterior depuración a través del análisis factorial, se estableció un total de 38 indicadores para la evaluación de la innovación turística (miden la eficiencia y eficacia) en el destino Portoviejo los cuales fueron asociados

al sector responsable de su planificación ejecución y monitoreo definidos bajo el modelo cuatro hélices, involucra al gobierno, la empresa y la sociedad civil (este último con menores competencias en cuanto a la gestión). La varianza de cada indicador determinado a través del análisis de los factores permitió establecer tres jerarquías que establecen el nivel de importancia en su aplicación, de los cuales 16 se sitúan en la jerarquía I (varianza $\geq 0,9$), 16 en la jerarquía II (varianza $\geq 0,8$ y $< 0,9$) y 6 en la jerarquía III (varianza $\geq 0,7$ y $< 0,8$). De esta manera se presenta un sistema de indicadores respectivamente validado y jerarquizado.

5.2. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones expuestas, se recomienda lo siguiente:

-Al Gad de Portoviejo en apoyar y gestionar la actividad turística con la creación de proyectos y convenios que fomenten la reactivación del turismo tras la pandemia del COVID-19.

-Al Ministerio de turismo que se involucren en el proceso de desarrollo del turismo en el cantón, es decir que centre sus recursos económicos en la innovación y apoyo de las empresas turísticas, además del trabajo coordinado y estipulado para la debida diversificación de la oferta del destino mediante el diseño y creación de productos innovadores y atractivos teniendo en consideración la nuevas tendencias y preferencias del turista.

-A la comunidad académica, emprendedores y empresas de servicios turísticos tener en consideración los indicadores propuestos en la investigación, ya que estos ayudarán al desarrollo del destino y permitirá seguir innovando productos y procesos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Unidad de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía SAETA. (2007). Indicadores Sobre Turismo Y Sostenibilidad En Los Destinos: Una Aproximación Desde Andalucía. *Estudios Turísticos*, (172-173), 131-139. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2546848>
- Agudo, B.; y Pasaco, K. (2015). *Análisis de la innovación en las MIPYMES turísticas de la ciudad de Cuenca*. [Tesis de Pregrado, Universidad de Cuenca, Ecuador]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35223/1/Trabajo%20de%20titulacion%20%283%29.pdf>
- Albornoz, M. (2029). Indicadores de innovación las dificultades de un concepto en evolución. *Revista CTS*, 13(5), 9-25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3118247>
- Alcívar, G. (2018). Zonificación Funcional Turística para la Reactivación Post Terremoto del turismo en la ciudad de Portoviejo, Manabí. [Tesis de Pregrado. Universidad ESPAM]. <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/943/6/TT88.pdf>
- Alfonso, R., Ulacia, Z., y Suárez, R. (2019). The treatment of ICTs in three and four star hotels in Cuba and Ecuador. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n35/2528-7907-rsan-35-00001.pdf>
- Alvares, D. y Soares, Y. (2017) Innovación en turismo y startups en Brasil, España y Portugal. *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*, (1), 53-61. <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/450>
- Andrade, M., y Plazarte, G. (2021). Modelo De Gestión Para El Aprovechamiento De Alimentos Kilómetro Cero En Restaurantes De Alimentos Kilómetro Cero En Restaurantes De Segunda Categoría De Portoviejo, Provincia De Manabí. [Tesis de Pregrado, Universidad ESPAM, Ecuador]. <https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/1596/TTT26D.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arroyo, M.; y Jalil, N. (2019). El turismo: indicador viable para el desarrollo local de la parroquia Crucita del cantón Portoviejo. *Revista Científica Multidisciplinaria*, (2), 1-11. Doi: <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1440/1166>
- Asmelash, A. G. y Kumar, S. (2019). Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators. *Tourism Management*. Volume 71, April 2019, Pages 67-83. doi:10.1016/j.tourman.2018.09.020
- Astudillo, S. y Prada, J. (2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Cuaderno*

Virtual de Turismo, (3), 5-21.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1154/115454650001>

- Barre, J., y Candela, A. (2019) *Modelo de gestión para el desarrollo territorial sostenible del turismo en Manabí, Ecuador*. [Tesis de Pregrado. Universidad ESPAM. Calceta, Manabí, Ecuador].
<https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/handle/42000/1120>
- Benavides, G. (2019) Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, (29), 24-37.
<https://masd.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/2872/2298>
- Boanerges, D., Pacheco, J., Flores, M., y Bravo, M. (2021). Efectos del COVID-19 en Portoviejo-Ecuador: Realidades y expectativas para el comercio autónomo y el turismo. *Revista de ciencias Sociales*.), vol. XXVIII, núm. 1, pp. 234-249. <https://www.redalyc.org/journal/280/28069961017/html/>
- Campaña turística busca reactivar la economía de Portoviejo (19 de mayo de 2020). *Diario El Telégrafo*.
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-manabi/1/campana-turistica-portoviejo>
- Cevallos, M. (2018). La innovación como estrategia para el desarrollo económico del cantón Portoviejo. *Revista ciencia e investigación*, (4), 12–16.
<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/566/431>
- Comisión Europea. (6 de septiembre de 2016). *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles*.
<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/21749/attachment/s/1/translati%20ons/es/renditions/native>.
- Del Rey, J.; y Laviña, J. (2008). Criterios de indicadores de la excelencia en la innovación empresarial. (Ed.) Bogotá. Innovación. 241. ISBN: 978-84-88723-93-2
<https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/20593/criterios-eindicadores-de-la-excelencia-en-la-innovacion-empresarial>
- Diario Manabita. (17 de mayo de 2020). Comercio en Portoviejo: Pérdidas en ventas llegarían a los \$300 millones. <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/519533-comercio-en-portoviejo-perdidas-en-ventas-llegarian-a-los-300-millones/>
- Díaz, M.; y Fernández, A. (2020). Gestión de gobierno, educación superior, ciencia, innovación y desarrollo local. *Retos de la Dirección*, (2), 5-32.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v14n2/2306-9155-rdir-14-02-5.pdf>
- Domareski, T. y Chim, A. (2019). Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística. *El Periplo Sustentable*, (36), 134-156. <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n36/1870-9036-eps-36-134.pdf>

- El Diario.ec (14 de marzo 2021). Más de \$518 millones en pérdidas por la pandemia de covid-19. *El Diario.ec*. <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/527622-mas-de-518-millones-en-perdidas-por-la-pandemia-de-covid-19/>
- El Diario.ec (17 de mayo 2020). Comercio en Portoviejo: Pérdidas en ventas llegarían a los \$300 millones. *El Diario.ec*. <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/519533-comercio-en-portoviejo-perdidas-en-ventas-llegarian-a-los-300-millones/>
- EUSKADI. (2014). Catálogo de iniciativas innovadoras en el Sector Turístico. https://www.euskadi.eus/contenidos/recurso_tecnico/comun/es_comun/adjuntos/Guia_innovacion_es.pdf
- Félix, A. y Doumet, N. (2015) Patrimonio cultural como nueva oferta turística en el cantón Portoviejo, Ecuador. *Revista Latinoamericana de Turismología RLAT*, (2) 52-61. <http://oaji.net/articles/2016/3475-1469557051.pdf>
- Félix, G. Bayas, J. Vera, J. Veloz, W. y Moreira, J. (2021). Destinos Turísticos Inteligentes, un nuevo aporte conceptual para el desarrollo local en Ecuador. Caso "Portoviejo Ciudad Creativa UNESCO". Research, society and development. Vol. 10 NO. 2 https://www.academia.edu/45474380/Destinos_Tur%C3%ADsticos_Inteligentes_un_nuevo_aporte_conceptual_para_el_desarrollo_local_en_Ecuador_Caso_Portoviejo_Ciudad_Creativa_UNESCO_
- Font, M.; y Petrus, J. (2021). Metodología para la gestión integrada e inteligente de destinos turísticos de Manabí – Ecuador. *International Journal of Professional Business Review*, (1), 1-15. doi: <http://dx.doi.org/10.26668/businessreview/2021.v6i1.208>
- Hernández, J.; Pasaco, B.; y Campón, A. (2020) Aplicación del enfoque experiencial a la innovación de marketing de destinos turísticos. *Revista de ciencias administrativas y sociales*, (77), 63-76. <https://www.jstor.org/stable/26920487>
- Hidalgo, C. (2018). *Transformación urbana del espacio público en la zona cero de Portoviejo 1970-2016*. [Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15021>
- Higgins, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, (3), 610-623, DOI: 10.1080/14616688.2020.1757748
- Jalil, J., y Mendoza, C. (2021). Impacto del covid-19 en el comercio informal del cantón Portoviejo, provincia de Manabí. Polo del conocimiento. Vol. 7, No 9. 179-196. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es>
- Korstanje, M. (2020). El COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica. *Dimensiones Turísticas*, (especial), 179-196. DOI: <https://doi.org/10.47557/CKDK5549>

- León, A. (2020). Literatura de turismo y COVID-19. XIV Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo. [Universidad de los Llanos, Colombia]. <https://www.eumed.net/actas/20/turismo/14-literatura-de-turismo-y-covid.pdf>
- López, D.; Solórzano, S.y Burgos, S.; Mejía, M. (2020). La economía de las empresas del Ecuador en el contexto de la pandemia. *Polo del conocimiento*, 5 (1), 285 – 304.DOI: 10.23857/pc.v5i1.1898
- López, F.; Torres, A. y Serrano, D. (2018). Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 77, 428–461. doi: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2547>
- López, L.; Plaza, N.; Ferrín, K.; y Sarduy, M. (2018). El patrimonio cultural: una alternativa para generar ingresos propios en el cantón ecuatoriano Portoviejo. *Cofin Habana*, (1), e 17. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612019000100017&lng=es&tlng=es.
- Macias, F.; y Macias, F. (2019). Impacto del parque turístico la rotonda en las innovaciones turísticas y socioeconómicas de Portoviejo, Ecuador. *Ciencias económicas y empresariales*, (1),414-430. DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v5i1.1052>
- Manabí Noticias*. (2 de septiembre de 2019).Manabí fue una de las más visitadas durante las vacaciones escolares de la Sierra y la Amazonia. Disponible en <https://manabinoticias.com/manabi-fue-una-de-las-mas-visitadas-durante-las-vacaciones-escolares-en-la-sierra-y-oriente/>
- Manosalvas, L.; y Manosalvas, C. (2020). Capacidades de innovación en los emprendedores turísticos: Un enfoque de género. *INNOVA Research Journal*, 5(2), 234-252. DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1367>
- Márquez, L, et al. (2020). Sistema de indicadores para la evaluación de la sostenibilidad económica del sector hotelero en la parroquia Crucita, Manabí, Ecuador. *Revista Espacios*, (03). 1-11. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n03/a20v41n03p03.pdf>
- Martins, J y Amorim, C. (2018). La investigación sobre la medición de la innovación en las empresas de turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27 (1), 102 – 120. <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V27/N01/v27n1a06.pdf>
- Menchero, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas internacionales son vectores de transmisión. Geopolítica(s). Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder. (Especial), 105-114. <https://doi.org/10.5209/geop.69249>

- Mendoza, G. (2019). *Estudio de la satisfacción de los visitantes para la mejora de la oferta turística en el destino Manta*. [Tesis de Pregrado. ESPAM". Calceta, Manabí, Ecuador]. <https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/handle/42000/1298>
- Mendoza, I. y Alcívar, G. (2020). La zonificación territorial como instrumento de planificación y gestión de destinos turísticos afectados por desastres naturales: la estrategia posterremoto de 2016 en Portoviejo (Ecuador). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, (1), 1-21. DOI:10.21071/riturem.v4i1.12718.
- Navarro, R.; y Moreira, C. (2018). Discusión de los distintos tipos de innovación. *Revista Publicando*, (2), 59-72. DOI: <https://core.ac.uk/reader/236644000>
- Niebles, L., Torres, K. & De La Ossa, S. (2020). Componentes del sistema turístico en micro, pequeñas y medianas empresas turísticas del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, (2), 51 – 59. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n2.6711>
- Núñez, J. Ortiz, Proenza, T. Rivas, A. (2020) Políticas de educación superior, ciencia, tecnología e innovación y desarrollo territorial: nuevas experiencias, nuevos enfoques. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad – CTS*, (15), 187-208. <http://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/149/140#>
- Núñez, J.; y Fernández, A. (2016). *Convergiendo en el enfoque de sistemas de innovación: a propósito de GUCID y PIAL*. Villa Clara, Cuba: Editorial Feijóo.
- OMT. (2020). Directrices globales de la OMT para reiniciar al turismo. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/202006/200606%20%20UNWTO%20Global%20Guidelines%20to%20Restart%20Tourism%20ES.pdf>
- Palacio, A.; Arévalo, P.; y Guadalupe, J. (2017). Tipología de la Innovación Empresarial según Manual de Oslo. *Ciencia América*, (1), 85- 90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163724>
- Pimentel, D. (2020). Diseño de un sistema de indicadores, amparados en los 17 objetivos del desarrollo sostenible (ORGANIZACIÓN DE LA NACIONES UNIDAS), para la creación de un indicador sintético en destinos turísticos litorales. <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=rYcJ%2BYq%2FtiM%3D>
- Ponce, D., Delgado, J., Urbáez, M. y Giler, M. (2022). Efectos del COVID-19 en Portoviejo-Ecuador: Realidades y expectativas para el comercio autónomo y el turismo. *Revista de ciencias sociales*, 28 (1), 234-249.
- Diario El Universo*. (30 de octubre, 2019). Portoviejo entra en las Ciudades Creativas de la Unesco por su gastronomía

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/30/nota/7582796/portoviejo-entra-ciudades-creativas-unesco-su-gastronomia>

- Proaño, W.; y Ramírez, J. (2017). Modelo de Desarrollo Turístico Sostenible para cantones costeros: herramienta para actores locales de Manabí, Ecuador *Revista Posgrado y Sociedad*, (2), 65-78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6228717>
- Quevedo, J.; Pinzón, L.; Vásquez, M.; y Quevedo, M. (2020). Impacto del Covid-19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Ciencias económicas y administrativas*, 6 (3), 1352-1367. DOI <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1377>
- Rivero, M., & Rastrollo, M., (2013). Innovación, capital intelectual y capital social territorial: enfoques clave para el éxito de la empresa turística en el nuevo entorno socio económico. *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social*, 13(25),9-33. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=622/62230147001.pdf>
- Rodríguez, L. (2018). *Sistema de indicadores que fomenten el turismo sostenible en la provincia de Manabí*. (Tesis de Pregrado). Escuela Superior Politécnica de Manabí "Manuel Félix López". Calceta, Manabí, Ecuador.
- Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. (2007). Indicadores Sobre Turismo Y Sostenibilidad En Los Destinos: Una Aproximación Desde Andalucía. *Estudios Turísticos*, n.o 172-173 (2007), pp. 131-139 https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/101055.pdf
- Secretaría de Estado de Turismo y Comercio de Andalucía. (2007). Indicadores sobre turismo y sostenibilidad en los destinos: una aproximación desde Andalucía. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/101055.pdf
- Serrano, A., y Pucha, E. (2018). Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca - Ecuador. *Revista Latino Americana De Turismología RELAT*,(1), p 58–68. doi: 10.34019/2448-198X.2017.v3.10027
- Serrano, S.; y Poveda, E. (2020). Modelo de gestión hotelera de la ciudad de Portoviejo. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*. 4 (6), 11- 31. DOI <https://doi.org/10.46296/yc.v4i6edesp.0026>
- Sigala, M. (2020). Turismo y COVID-19: impactos e implicaciones para el avance y el restablecimiento de la industria y la investigación. *Revista de Investigación empresarial*, (1) 312–321. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303908>
- Simancas, M.; Hernández, R.; y Padrón, N. (2020) *Turismo post-COVID-19 Reflexiones, retos y oportunidades*. La Laguna, Canarias, España: Cátedra de Turismo. DOI: <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>

- Souza, Z., Pontes, R., y Miranda, M., (2020). Interfaces between Vulnerabilities, Governance, Innovation and Capacity of Response to COVID-19 in Brazilian Northeast. *Ambiente & Sociedade*, 23, e0110. <https://doi.org/10.1590/1809-4422asoc20200110vu2020l3id>
- Suárez, N. (11 de febrero de 2012). ¿Qué es el método Delphi?. [*Mensaje en un Blog*]. <https://www.eoi.es/blogs/nataliasuarez-bustamante/2012/02/11/%C2%BFque-es-el-metodo-delphi/>
- Torrado, O.; Solovieva, Y.; y Quintanar, L. (2018). Análisis comparativo de la adquisición del proceso lectoescritor ante distintos métodos de enseñanza. *Revista Neuropsicología Latinoamericana*, (2), 11-19. https://www.neuropsicolatina.org/index.php/Neuropsicologia_Latinoamericana/article/view/401

ANEXOS

ANEXO 1. FICHA DE CARACTERIZACIÓN

FICHA DE CARACTERIZACIÓN		
1. DATOS GENERALES		
Fecha de Fundación		
Localización astronómica -Latitud	Latitud Norte	
	Latitud Sur	
	Longitud Este	
	Longitud Oeste	
Ubicación	País	
	Región	
	Provincia	
	Cantón	
Límites	Norte	
	Sur	
	Este	
	Oeste	
Superficie		
Demografía		
Temperatura		
Pluviosidad		
Altitud		
Orografía		
Hidrografía		
División Política		
Zona Administrativa		
2. COMPONENTE POLÍTICO		
3. COMPONENTE ECONÓMICO		
4. COMPONENTE SOCIAL		
5. COMPONENTE AMBIENTAL		
6. COMPONENTE TURÍSTICO		

Fuente: Elaborado por las autoras

ANEXO 2. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

Actores	Intereses sobre la problemática	Problemas percibidos	Recursos y mandatos	Intereses sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Ministerio de Turismo					
Gobierno provincial de Manabí					
GAD Municipal de Portoviejo					
Departamento de Turismo del GAD de Portoviejo					

Fuente: Elaborado por las autoras

ANEXO 3. MATRIZ FODA

Fortalezas(F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	Amenazas (A)

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 4. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

INFORMACIÓN DEL GRUPO DE EXPERTOS			
No.	Responsabilidad	Formación académica	Años de experiencia
1			
2			
3			
4			
5			

Fuente: Elaborado por las autoras

ANEXO 5



ESPAMMFL
 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
 AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ



ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS RESPONSABLES DE LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PORTOVIEJO

Objetivo: Conocer el actual manejo del sector turístico tras la pandemia por Sars Cov-2 entre las organizaciones de gestión turística del cantón Portoviejo, Manabí. La presente entrevista se realiza como parte del proceso de recopilación de información para el desarrollo de una tesis de grado, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

1. ¿Desde su punto de vista cuáles son las principales afectaciones que ha dejado la pandemia por Sars Covid-2 dentro de la actividad turística en el cantón Portoviejo?

.....

2. ¿Cuáles son los proyectos turísticos que ha ejecutado esta institución en beneficio del cantón?

.....

3. ¿Qué acciones turísticas ha emprendido esta institución en beneficio del cantón?

.....

4. ¿Cuáles considera usted que serían los principales problemas que se podrían presentar dentro del sector turístico?

.....

5. **¿Qué propuestas se deben desarrollar para reactivar la actividad turística dentro del cantón en sus diferentes sectores?**

.....

ANEXO 6



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN PORTOVIEJO.

Objetivo: Identificar el perfil de los clientes que visitan el destino turístico Portoviejo.

La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para el desarrollo de una tesis de grado, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

1) **¿Cuál Edad es su edad?**

20 a 30 años 31 a 40 años 41 a 50 años Más de 51 años

2) **¿Cuál es su Nacionalidad?**

Ecuatoriano(a) Extranjero(a)

3) **¿Cuál es su ciudad de residencia?**

4) **¿Cuál es su nivel de instrucción?**

Primaria Secundaria Universidad Profesional

5) **¿Cuál fue la motivación que lo incentivo a visitar el cantón?**

Descanso o Placer Diversión Gastronomía Cultura

6) **¿Qué medio publicitario le sirvió a usted para visitar al cantón?**

Publicidad Internet Recomendaciones Agencias de Viajes

7) **¿Cuál fue su tiempo de visita en el destino?**

Menos 24 horas 1-2 días 3-4 días Más de 5 días

8) **¿Con que frecuencia visita usted el destino?**

Primera vez Semanal Mensual Anual Solo feriados

9) **¿Con que anticipación tuvo usted para planear su viaje?**

Menos de 15 días 15 días a 1 mes a 3 meses de 3 meses

10) **¿Cuánto estima usted a gastar diariamente durante la visita al destino?**

Menos \$10 \$11-20 \$31-50 \$51-100\$ Más de 101

11) **¿Cómo considera usted que han sido las medidas de prevención por SARS Cov2 en los recursos y atractivos que ha visitado?**

Excelente Buena Regular No muy buena Mala

12) **¿Qué sugerencia podría mencionar para las empresas de servicios turísticos dentro del cantón Portoviejo como medidas de prevención e implementación frente a la actual crisis sanitaria?**

.....
.....

ANEXO 7. APLICACIÓN DEL MÉTODO DELPHI

Para la determinación de los expertos se aplicó el método Delphi. Inicialmente se consultaron 10 expertos relacionados con el tema de investigación a fin de determinar el coeficiente de conocimiento (Kc) y el coeficiente de argumentación (Ka) por cada uno de ellos, y se definieron 7 expertos bajo los coeficientes de competencia más altos como resultados de la aplicación del método Delphi.

	NOMBRES DEL EXPERTO	GRADO ACADÉMICO	OCCUPACIÓN
E1	Jimmy Giler	Magíster	Director de turismo Chone
E2	Katherine Palma	Ingeniera	Docente
E3	Tyrone Párraga	Magíster	Docente
E4	Yadira Párraga	Magíster	Docente
E5	Iván Mendoza	Magíster	Docente
E6	Blanca Mendoza	Magíster	Docente
E7	Romina Mero	Ingeniera	Consultor
E8	Miguel Marcillo	Ingeniero	Supervisor de servicios hoteleros
E9	Nelson García	Ph D	Docente
E10	Jesús Mero	Ingeniero	Docente

		E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10
VALORACIÓN SOBRE EL GRADO DE CONOCIMIENTO EN EL TEMA											
No soy especialista ni poseo ningún conocimiento del tema	0										
No soy especialista y tengo poco conocimiento del tema	0,3		X								
No soy especialista y tengo algún conocimiento del tema	0,6							X			X
Soy especialista y tengo bastante conocimiento del tema	0,9	X		X	X	X	X		X		
No soy especialista y tengo total conocimiento del tema	1									X	
Coeficiente de conocimiento (Kc) por experto		0,9	0,3	0,9	0,9	0,9	0,9	0,6	0,9	1	0,6

Nota: Los expertos con la puntuación resaltada (mayor ponderación) fueron seleccionados para la validación de los indicadores.

FUENTE DE ARGUMENTACIÓN (Coeficiente de argumentación [Ka])	Grado de influencia de las fuentes en sus criterios		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por usted	0,3	0,2	0,1
Su experiencia práctica	0,5	0,4	0,2
Generalización de trabajos de autores nacionales	0,05	0,05	0,05
Generalización de trabajos de autores extranjeros	0,05	0,05	0,05
Su conocimiento del estado del arte a nivel mundial	0,05	0,05	0,05
Su intuición	0,05	0,05	0,05

ANEXO 8. FODA PONDERADO

		ANÁLISIS EXTERNO																		TOTAL GENERAL FORTALEZAS		
		OPORTUNIDADES							TOTAL	AMENAZAS											TOTAL	
		O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10			
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	3	3	3	0	2	3		14	1	0	1	3	3	2					10	24
		F2	3	2	1	0	0	0		6	0	0	0	0	3	3					6	12
		F3	2	3	2	3	2	1		13	3	3	1	3	0	0					10	23
		F4	2	3	1	1	1	1		9	2	2	2	2	3	3					14	23
		F5	2	3	2	1	1	1		10	2	1	1	3	3	3					13	23
		F6	3	2	0	3	2	2		12	0	0	3	0	2	2					7	19
		TOTAL	15	16	9	8	8	8	0	64	8	6	8	11	14	13	0	0	0	0	60	TOTAL GENERAL
	DEBILIDADES	D1	3	2	3	2	2	3		15	1	1	2	1	2	0					7	22
		D2	3	3	3	3	2	3		17	0	0	0	2	3	1					6	23
		D3	1	3	2	1	3	3		13	2	1	1	0	2	0					6	19
		D4	2	3	2	1	2	2		12	0	0	0	2	1	3					6	18
		D5	2	3	2	2	3	3		15	1	0	1	2	0	2					6	21
		D6	2	2	2	3	2	3		14	0	0	0	0	3	3					6	20
		D7								0											0	0
		D8								0											0	0
		D9								0											0	0
		D10								0											0	0
D11								0											0	0		
D12								0											0	0		
D13								0											0	0		
D14								0											0	0		
D15								0											0	0		
D16								0											0	0		
TOTAL	13	16	14	12	14	17	0	86	4	2	4	7	11	9	0	0	0	0	37			
TOTAL	28	32	23	20	22	25	0	TOTAL GENERAL	12	8	12	18	25	22	0	0	0	0				

ANEXO 9 ENCUESTA A TURISTAS



JUSTIFICACIÓN: La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para la tesis que tiene como tema: sistema de indicadores para la innovación del sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como propósito evaluar el sector turístico del cantón Portoviejo en el contexto del COVID-19.

Investigadores responsables: KIMBERLEY DELGADO MENDOZA y PAULA VERA SALAZAR egresadas de la carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López "ESPAM MFL".

Tutor responsable: ING. RAFAEL VERA VERA, MG.

En una escala valorativa del 1 al 5 (siendo 1 poco una puntuación baja y 10 una puntuación alta) califique los siguientes factores:

1.- ¿Cómo calificaría el servicio de restauración del cantón Portoviejo?

2.- ¿Cómo considera el servicio de transporte en el cantón Portoviejo?

3.- ¿Cómo calificaría el servicio de hospedaje en el cantón Portoviejo?

4.- ¿De acuerdo a su perspectiva cómo calificaría el sistema turístico del territorio?



ESPAMMFL
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ



Carrera de
TURISMO

ANEXO 10 ENCUESTA A TURISTAS CUESTIONARIO DE VALIDACIÓN POR CRITERIO DE EXPERTOS

Objetivo: Determinar el nivel de importancia de los indicadores para la evaluación de la innovación turística en el destino Portoviejo.

Instrucción: estimado experto, califique en una escala de 1 a 10 (donde 1 es muy bajo y 10 muy alto) el nivel de importancia de los indicadores presentados a continuación

Agradecemos su colaboración

1.	Adquisición de Bienes de Capital, Hardware y/o Software por parte del sector público o empresarial.	
2.	Aplicaciones móviles desarrolladas direccionadas con la gestión turística.	
3.	Campañas de marketing para comunicar los valores corporativos y apoyar a los proveedores locales y a los trabajadores.	
4.	Capacidad Tecnológica de las empresas de servicios turísticos.	
5.	Capacitaciones ejecutadas con los diversos actores turísticos, orientadas a mejorar la innovación turística en el destino	
6.	Certificaciones y / o reconocimientos en productos y / o procesos relacionado con la gestión de la innovación turística.	
7.	Convenios Gobierno Empresa-Universidad para el desarrollo de la innovación en el territorio.	
8.	Datos abiertos (OD).	
9.	Desarrollo e implementación de Innovaciones tecnológicas y no tecnológicas.	
10.	El destino se encuentra satisfecho por los impactos generados por el turismo.	
11.	El destino utiliza aplicaciones móviles para el seguimiento del tráfico en tiempo real.	
12.	Emplear acciones encaminadas para la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y de los paisajes locales.	
13.	Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.	
14.	Empresas que desarrollan alianzas estratégicas con organizaciones prestas a la innovación.	
15.	Empresas que desarrollan nuevas tecnologías.	
16.	Existencia de NFC, QR, RFID, ETC en los sitios turísticos del destino.	
17.	Formación innovadora asociada a nuevos y mejorados procesos y productos.	
18.	Gestión de la innovación en CRM (Gestión de la relación con el cliente) y estrategias de marketing.	
19.	Grado de información en la plataforma compartida por empresas, organizaciones e Instituciones para facilitar la gestión de la innovación.	
20.	Herramientas como Speed Thinking, Design Thinking.	
21.	Incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente e implementación de orientaciones estratégicas nuevas o sustancialmente modificadas en organizaciones e instituciones públicas o privadas.	
22.	Introducción al mercado de un producto o servicio turístico nuevo	
23.	Introducción en la empresa de métodos de venta o distribución nuevos o mejorados de manera significativa con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente, aumentar el nivel de ventas o incursionar en nuevos mercados	
24.	Inversión en I + D + i.	
25.	Las empresas del destino ofrecen iguales oportunidades de empleo y formación, seguridad ocupacional y sueldos justos para todos.	
26.	Normas y políticas de planificación que exigen una evaluación del impacto ambiental, económico y social.	
27.	Número de acuerdos para la evaluación de la cooperación entre estos actores clave para la promoción de la innovación.	
28.	Número de aplicaciones móviles diseñado para facilitar la interacción del turista con el destino.	
29.	Número de innovaciones tecnológicas ejecutadas en el territorio en los últimos 5 años.	
30.	Número de KBPS disponibles flujo por terminal cuando el área está al 20% de su capacidad de usuarios habituales.	
31.	Número de programas liderados por el sector público, privado, academia o la sociedad civil sobre programas de aseguramiento y control de calidad basados en la innovación.	
32.	Número de programas o proyectos registrados vinculados a la innovación.	
33.	Personal involucrado en actividades I+D	
34.	Política pública de turismo sostenible	
35.	Porcentaje de ahorro logrado con las nuevas tecnologías.	
36.	Porcentaje de empresas que gestionan sus productos turísticos a través de las TIC.	
37.	Programas de control y aseguramiento de la calidad en el turismo a través de la gestión de la innovación.	

38. Red wifi con QoS garantizado en lugares públicos de afluencia turística (parques, museos, muelles, etc.) así como en empresas turísticas hoteles, restaurantes, tiendas, etc.)	
39. Seguimiento de marca y medios a través de redes sociales para conocer la frecuencia de uso.	
40. Sistema para hacer el seguimiento, informar al público y responder a problemas de índole ambiental, económica, social, cultural, turística y de derechos humanos.	
41. Uso de las TIC por empresas turísticas.	
42. Utilizar nuevos equipos, nuevos insumos, nuevas soluciones tecnológicas o nuevo software. Incluye modificaciones en la logística de insumos o de productos terminados (por ejemplo, introducción de GPS o códigos de barra)	