



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y
HUMANIDADES

TRABAJO DE TITULACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO

TEMA

“FORTALECIMIENTO DEL CIINFOTUR Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN
EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PARROQUIA MANTA 2022”

AUTOR

HELLEN JULIANA REYES QUIROZ.

TUTOR

ABG. DANIEL CABALLERO MERO.

MANTA, MAYO 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Facultad Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO: Haber dirigido y revisado el trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Hellen Juliana Reyes Quiroz, legalmente matriculado en la carrera de Turismo, período académico 2023 (1), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es “FORTALECIMIENTO DEL CIINFOTUR Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PARROQUIA MANTA 2022”. La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 22 agosto de 2023

Lo certifico,

Ab, Daniel caballero.

Docente Tutor

Área: Turismo

AUTORÍA

El presente trabajo realizado previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo pertenece exclusivamente a las autoras, de tal manera que para uso de este documento se determina ubicar los respectivos créditos.

Hellen Juliana Reyes Quiroz 1316203783

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**FORTALECIMIENTO DEL CIINFOTUR Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PARROQUIA MANTA 2022**” ha sido realizado y concluido por la estudiante Hellen Juliana Reyes Quiroz; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Lcdo. Luis Reyes Chávez, mg
**presidente del tribunal
de titulación**

Ing. Carmen Lucas Mantuano
**miembro tribunal de
titulación**

Ing. Inés Mora Pisco
**miembro tribunal de
titulación**

Abg. Daniel Caballero Mero
docente tutor de titulación

Hellen Juliana Reyes Quiroz

GRADUADA

DEDICATORIA

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy.

A mis padres Narcisa y Oswaldo; Rebeca y Jovanny quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre. A mis hermanos Evelyn y Coraima por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mí, porque gracias a mis conocimientos adquiridos en la universidad estoy culminando esta etapa de mi vida, la universidad de enseña a ser un poco egoísta nadie ve por ti solo tú y tu capricho por ser alguien en la vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios.

Por brindarme la suficiente inteligencia y fuerza para culminar esta etapa académica.

A mi tutor de proyecto de graduación, Ab. Daniel Caballero. Por su guía, paciencia, comprensión, entrega y los preciados consejos a lo largo del proceso de investigación.

A cada docente que me acompañó a lo largo del camino, compartiéndonos cada uno de sus conocimientos, su semilla del saber, creció en mí fortaleció los conocimientos brindados. Gracias por la perseverancia y tolerancia.

A mis padres, y a las personas que siempre estuvieron dándome la mano y los cuales fueron los motores de vida que siempre me impulsaron a conseguir cada uno de mis sueños y forjaron la esperanzas en mí, aquellos que permanecieron día y noche, momentos difíciles en mi paso académico.

Hoy concluimos una etapa más académica, este logro es suyo amados Padres, gracias por estar con nosotras en este largo camino y creer en mí.

RESUMEN

Los Centros de información turística son los encargados de proveer información sobre los proveedores de servicios turísticos, atractivos, horarios de atención, rutas, sugerencias de seguridad y demás aspectos referentes al destino. Normalmente dichas oficinas se ubican en sitios como aeropuertos, terminales, cámara de comercio, puertos marítimos, entre otros. El actual proyecto de investigación consiste en analizar el estado actual del Ciinfotur y determinar su impacto económico en el sector turístico de la parroquia Manta. Respecto a la metodología aplicada, se diseña un cuestionario de 11 preguntas, el cual es aplicado a la población que acude a este establecimiento. En total se compilan 180 respuestas, entre los resultados se obtiene que el Ciinfotur carece de infraestructura tecnológica y tampoco el personal tiene los conocimientos y habilidades para brindar un servicio de excelencia a los turistas y visitantes que llegan hacia el establecimiento en busca de información. Por tal motivo, es necesario que se destinen recursos financieros para fortalecer dichas debilidades y así lograr los resultados esperados. Al finalizar la investigación se propone un plan de acción que tiene como premisa aportar al fortalecimiento del Ciinfotur y a su vez contribuir al desarrollo turístico del cantón Manta. Asimismo, se orienta a los encargados de la gestión turística de esta localidad a trabajar de manera articulada con este establecimiento, establecer una alianza y a partir de allí crear un plan de capacitación que incluya varios ámbitos, de esta manera también se podrán generar nuevas competencias en los empleados y fortalecer sus deficiencias.

Palabras clave: Turismo, centros de información turística, crecimiento económico y desarrollo local.

ABSTRACT

The Tourist Information Centers are in charge of providing information on tourist service providers, attractions, opening hours, routes, safety suggestions and other aspects related to the destination. Normally these offices are located in places such as airports, terminals, chamber of commerce, seaports, among others. The current research project consists of analyzing the current state of Ciinfotur and determining its economic impact on the tourism sector of the Manta parish. Regarding the applied methodology, a 11-question questionnaire is designed, which is applied to the population that attends this establishment. In total, 180 responses are compiled, among the results it is obtained that Ciinfotur lacks technological infrastructure and neither does the staff have the knowledge and skills to provide an excellent service to tourists and visitors who come to the establishment in search of information. For this reason, it is necessary to allocate financial resources to strengthen these weaknesses and thus achieve the expected results. At the end of the investigation, an action plan is proposed whose premise is to contribute to the strengthening of Ciinfotur and in turn contribute to the tourist development of the Manta canton. Likewise, those in charge of tourism management in this town are oriented to work in an articulated manner with this establishment, establish an alliance and from there create a training plan that includes various areas, in this way it will also be possible to generate new skills in employees and strengthen their shortcomings.

Keywords: Tourism, tourist information centers, economic growth and local development.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema.....	2
Formulación del problema	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos	2
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	4
1.1 Historia del turismo	4
1.1.1 OMT	5
1.1.2 Factores que influyen en el comportamiento del turista.	6
1.1.3 Factores Culturales	6
1.1.4 Factores económicos	6
1.1.5 Factores sociales.....	7
1.1.6 Factores personales	7
1.1.7 Factores psicológicos	8
1.2 Turismo	8
1.3 Servicios turísticos.....	9
1.4 Centros de información turística.....	10
1.4.1 Los centros de información turística: eje clave para el desarrollo	10
1.4.2 Funciones de las oficinas de información turística o centros de información turística.	11
1.5 Ciinfotur (Manta).....	11
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	13
2.1 Enfoque de investigación.....	13
2.2 Tipo de investigación.....	13
2.3 Métodos	13
2.3.1 Método analítico-sintético.....	13
2.3.2 Método investigativo.....	13
2.4 Técnicas	14
2.4.1 La encuesta.....	14
2.4.2 Entrevistas	14
2.5 Instrumentos.....	14
2.5.1 Cuestionario	14

2.6 Población y muestra.....	15
2.7 Recopilación de datos	15
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	16
3.1 Resultados de la encuesta aplicada	16
3.3 Diseño de acciones estratégicas	27
CONCLUSIONES	30
RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32
ANEXOS	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Acciones estratégicas	27
Tabla 2. Financiamiento del proyecto.....	28
Tabla 3. Detalles del financiamiento.....	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Hilo conductor	4
Figura 2. Servicios turísticos.....	9
Figura 3. Conocimiento sobre la promoción e información turística	16
Figura 4. Conocimiento del Ciinfotur	17
Figura 5. Implementación de un plan de infraestructura	18
Figura 6. Asignación de recursos.....	19
Figura 7. Canales de comunicación interna y externa	20
Figura 8. Sistema informático	21
Figura 9. Dinámica del cambio tecnológico	22
Figura 10. Implementación de un sistema tecnológico.....	23
Figura 11. Ideas y aprendizaje	24
Figura 12. Talleres de capacitación.....	25
Figura 13. Factor de ascenso.....	26

INTRODUCCIÓN

El turismo se encuentra formado por un grupo de actividades turísticas que realizan los individuos que se salen de viaje, entre estos desplazamientos se los realizan por diferentes fines como diversión, ocio, de negocios, u otro propósito, siempre con el objetivo de hacer turismo. Así también, existen diversos tipos de turismo acorde a las necesidades, gustos, y preferencias de los viajeros (Méndez, 2022).

El Centro de Investigación, Información y Operaciones Turística (Ciinfotur), es un laboratorio de servicios de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ubicado en el Malecón Escénico de la Playa el Murciélago de la Ciudad de Manta desde el 26 de febrero de 1998, el cual se dedica a la promoción turística, local, provincial, nacional (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, 2021).

El presente proyecto tiene como objetivo analizar las posibles mejoras que se pueden dar al Ciinfotur a través de la remodelación de su infraestructura, sus procesos y tecnologías, de acuerdo a prácticas innovadoras de puntos turísticos similares en el cantón, la provincia, el país y el mundo. actualmente no se encuentran proyectos realizados o relacionados con el Ciinfotur manta solo se encuentra frases relacionadas, pero no algo convincente nos da a conocer que en algún momento hubo indicios de investigación, sobre este centro de información turística.

En la Provincia de Manabí, existen otros centros de información en los cantones de Puerto López, Salango, Portoviejo; el centro de información ubicado en Puerto López cuenta con pantallas que permiten la visualización de los diversos atractivos de la zona, así como sus especies más representativas, con la finalidad de poder hacer tomas fotográficas en el sitio; sin embargo, tras una búsqueda exhaustiva en internet sobre estos centros no se halló información alguna de los mismos, ni siquiera imágenes de estos ni del Ciinfotur.

En este establecimiento se da espacio para que los pasantes puedan proveer información turística acerca del territorio, dando a conocer no solo los lugares de interés sino también de las actividades que se pueden realizar y sus costes,

permitiendo así la formación profesional de los estudiantes de la carrera de hotelería y turismo, empoderándoles en la actividad con conocimientos focalizados.

A través de las diferentes Direcciones de turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, se expone la información turística más relevante en instalaciones diseñadas para dar soporte al turista nacional y extranjero.

Planteamiento del problema

Mediante una visita realizada al Ciinfotur, se pudo observar que este establecimiento actualmente no cuenta con una infraestructura adecuada para recibir turistas ya sean estos: nacionales, provinciales, locales y extranjeros ya que no cuenta con muchos factores importantes como una sala de proyección totalmente adecuada para dar información actualizada sobre el cantón Manta.

Formulación del problema

¿Cuál es el aporte del Ciinfotur al desarrollo turístico y económico del cantón Manta?

El **objeto de investigación** son los servicios de información turística mientras que el **campo de acción** es el Ciinfotur Manta.

Con base a lo expuesto, se formulan los siguientes objetivos:

Objetivo general

Desarrollar un estudio para el diseño de estrategias que contribuyan al fortalecimiento del Ciinfotur y al crecimiento turístico-económico del cantón Manta.

Objetivos específicos

1. Fundamentar bases teóricas sobre los Centros de Información turística.
2. Analizar la situación actual respecto a los servicios brindados por el Ciinfotur en el cantón Manta.
3. Proponer un plan de acción que aporte al fortalecimiento del Ciinfotur y a su vez contribuya al desarrollo turístico del cantón Manta.

Este estudio se desarrolla en tres capítulos. En el Marco Teórico se ubican los contenidos referentes a las palabras clave: turismo, centro de información turística y servicios turísticos. En el Diseño Metodológico, se determina el enfoque y tipo de investigación, los métodos, las técnicas y herramientas para la recopilación de datos. En los Resultados y Discusión, se da muestran la información obtenida a través de los instrumentos, asimismo se da respuesta a los objetivos planteados. Luego se redactan las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO



Figura 1. Hilo conductor

Nota: Elaboración propia

1.1 Historia del turismo

El turismo ha evolucionado a lo largo de la historia del hombre, de allí que se ha diversificado las razones por las cuales se realiza, así como los medios y sistemas de los cuales ha valido para su realización. Al igual que la industria y el comercio, este ha impulsado y a su vez ha sido impulsado, por el desarrollo de medios de transporte y vías de comunicación. (Cárdenas Tabares, 2001).

Rodríguez (2011) menciona que el turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante, el turismo tiene antecedentes históricos claros, ha emergido como parte fundamental de las agendas políticas de muchos países, formulando políticas públicas que inciden en la promoción, planificación y mercadeo como componente clave del desarrollo económico. La educación se potencia a través del desarrollo de planes de educación profesional. El objetivo de lograr un desarrollo turístico sostenible mediante la conquista de nuevos mercados y el ajuste de la estacionalidad.

Para Ramírez (2006), históricamente el turismo constituyó un privilegio de los adinerados que eran grupos pequeños de gran poder económico, muchos de los cuales viajaban por placer y por deseo de sobresalir como persona importante. Actualmente el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a grandes masas con derecho a participar en la recreación y el descanso.

Para Briceño (2000), en lugar de vincularse a los estratos sociales se vincula con los estilos de vida del hombre; centenares de personas hacen turismo más en función de su 18 constitución física, estructura familiar, educación, orientaciones de consumo, relaciones interpersonales y relaciones laborales, que en función de la posesión de riquezas. Es decir, lo determinante es el estilo de vida y la relación laboral, de allí que se identifiquen diversos tipos de turista (jubilados, asalariados de empleos flexibles o rígidos, profesionales independientes, bohemios, entre otros) y de servicios ajustados a éstos.

1.1.1 OMT

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

El turismo en la actualidad es concebido según la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2015) como una de las fuentes principales de captación de divisas en el mundo, constituye una de las principales industrias de generación económica y todas las estimaciones apuntan que se convierta en la primera actividad económica. Los países a nivel mundial que cuentan con áreas protegidas, poseen un gran potencial para el turismo de naturaleza por lo que a medida que crece el número de áreas protegidas van incrementándose los destinos turísticos naturales, sin embargo, dadas estas particularidades de este mercado y clientes, solo aquellos lugares cuyas autoridades mantienen una política de sustentabilidad en donde se ofertan nuevas experiencias se mantienen en este mercado. Los Países del Caribe –además de potencializar el turismo de sol y playa –conservan una variedad de recursos naturales

y culturales lo cual propicia el desarrollo de nuevas alternativas para el turismo en áreas naturales, semi-naturales y rurales

1.1.2 Factores que influyen en el comportamiento del turista.

Los destinos y organizaciones turísticas deben conocer que quieren los clientes, la localización que ellos prefieren, las comodidades que desean, como compran y por qué compran, además, la organización que realmente comprenda el modo en que los clientes responden a las diferentes características de un producto, los precios, los anuncios publicitarios, etc..., tendrá una gran ventaja sobre sus competidores. (Nicolau, 2011)

1.1.3 Factores Culturales

Los factores culturales ejercen una influencia amplia y profunda sobre la conducta de los consumidores, por lo que es necesario entender el papel que desempeñan cada uno de sus componentes. La cultura es el origen más básico de los deseos y conductas de una persona. Es un conjunto de valores, percepciones y comportamientos que un miembro de la sociedad aprende de su familia o de otras instituciones importantes.

Armstrong y Kloter (2003) manifiestan que, toda cultura contiene subculturas más pequeñas: grupos de personas que comparten sistemas de valores basados en experiencias y situaciones comunes en sus vidas. Las subculturas incluyen nacionalidades, religiones, grupos sociales y regiones geográficas. Casi todas las sociedades tienen algún tipo de estructura de clases sociales. Las clases sociales son divisiones relativamente permanentes y ordenadas de una sociedad, cuyos miembros comparten valores, intereses y conductas similares.

La clase social no está determinada por un solo factor, como el ingreso, sino que se mide como una combinación de ocupación, ingreso, educación, riqueza y otras variables.

1.1.4 Factores económicos

Los factores económicos son determinados elementos que, aunque no guarden una estrecha relación con el negocio, pueden impactarlo positiva o negativamente. Se refieren a los aspectos más relevantes de una economía y que de algún modo dictaminan el crecimiento de esta. Se pueden tomar en cuenta en la toma

de decisiones de una empresa, ya que su duración es relativamente larga (Pacheco, 2023). Por lo tanto, su estudio permite hacer predicciones acertadas y enfocar la gestión para usar estos factores a favor.

1.1.5 Factores sociales

En el comportamiento de los consumidores también influyen factores sociales, como los grupos pequeños, la familia y los papeles y estatus sociales del consumidor. Los grupos que tienen una influencia directa, y a los que una persona pertenece, se denominan grupos de pertenencia. En contraste, los grupos de referencia sirven como puntos de comparación directos (cara a cara) o indirectos para moldear las actitudes o conductas de una persona.

En el comportamiento del consumidor, a menudo influyen grupos de referencia a los que no pertenecen (grupo aspiracional). La importancia de la influencia de grupos varía según el producto y la marca. Suele ser más fuerte cuando el producto está a la vista de personas a las que el comprador respeta. (Armstrong & Kloter, 2003)

1.1.6 Factores personales

En las decisiones de un comprador también influyen características personales como la edad y etapa del ciclo de vida del comprador, su ocupación, su situación económica, estilo de vida, personalidad y concepto propio. Los bienes y servicios que la gente compra sufren cambios a lo largo de su vida. Los gustos en cuanto a la comida, ropa, muebles y recreación a menudo están relacionados con la edad

La ocupación de una persona influye en los bienes y servicios que compran, por lo que es importante identificar aquellos grupos ocupacionales que tienen gran interés por determinados productos y servicios. La situación económica de una persona influye en su selección de productos y/o servicios. Quienes venden artículos sensibles al ingreso vigilan las tendencias en los ingresos personales, ahorros y tasas de interés. Si los indicadores económicos advierten una recesión, se pueden tomar medidas para rediseñar los productos, posicionarlos nuevamente o ajustar su precio. (Armstrong & Kloter, 2003)

1.1.7 Factores psicológicos

En las decisiones de compra de una persona también influyen cuatro factores psicológicos importantes: motivación, percepción, aprendizaje-creencias y actitudes.

Las personas tienen muchas necesidades en cualquier momento dado. Algunas son biológicas, y surgen de estados de tensión como hambre, sed o incomodidad. Otras son psicológicas, y surgen de la necesidad de reconocimiento, estima o pertenencia. Una necesidad se convierte en motivo cuando alcanza un nivel de intensidad suficiente. (Armstrong & Kloter, 2003)

Un motivo o impulso es una necesidad que es lo suficientemente apremiante como para hacer que la persona busque satisfacerla.

Sigmund (899) supuso que la gente, en gran medida, no es consciente de las verdaderas fuerzas psicológicas que moldean su conducta. Según él, las personas reprimen muchos impulsos durante su crecimiento. Esos impulsos nunca se eliminan ni se controlan perfectamente; emergen en los sueños, las palabras involuntarias, los comportamientos neuróticos y obsesivos y, en última instancia, en la psicosis. Así pues, Freud sugirió que una persona no entiende plenamente su motivación

1.2 Turismo

El turismo es reconocido como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual, ya sean por motivos personales, profesionales o de negocios. Dichas personas son denominadas viajeros, que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes (OMT, 2019).

Desde luego, la actividad turística es un punto clave en el crecimiento económico de los países, ya que se generan oportunidades laborales para los residentes locales y la población en general. No obstante, es fundamental que los destinos posean la infraestructura y servicios adecuados para que los turistas se sientan a gusto en el territorio. También es primordial que el personal de servicios se encuentra plenamente capacitado y así brindar un servicio de excelencia.

Según la OMT (2019), la cadena de valor del turismo es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la

formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos.

En este contexto, las comunidades receptoras de turismo deben poseer centros de información, en los cuales se encuentren datos relevantes sobre las características del territorio y las actividades a realizar, así como sus productos y servicios. Lo anterior es responsabilidad del cabildo y también de la Dirección de turismo.

1.3 Servicios turísticos

De acuerdo con Ramírez (2020), el servicio turístico se concibe como un conjunto de funciones, acciones y actividades que se efectúan de manera ordenada por los receptores que la ofertan, puesto a que, facilitan los servicios de la industria turística para dar un valor económico a los atractivos; esto incluye su producción, comercialización, distribución y venta de servicios entregados a las empresas de mercado turístico que resultan ser mediadores para servicios como alojamiento, organización de eventos, entre actividades recreativas.

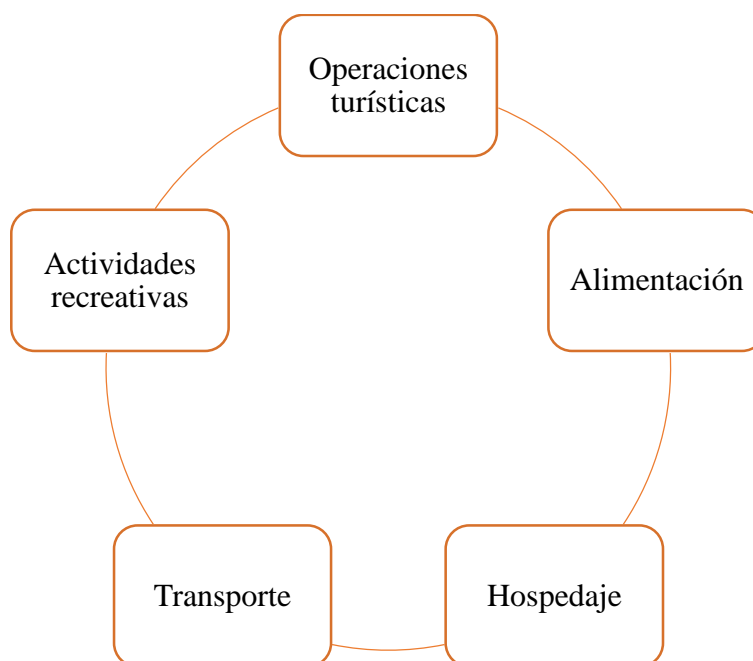


Figura 2. Servicios turísticos

Nota: Elaboración propia

1.4 Centros de información turística

Los Centros de Información Turística son aquellos que brindan información actualizada sobre servicios turísticos. Los visitantes pueden obtener datos sobre recorridos, alojamiento, restaurantes, atracciones turísticas, entre otros, mediante la utilización de folletos, libretas y una sofisticada presentación de audio visuales. Este tipo de material se puede encontrar en los mostradores de los CIT, donde habrá personal especializado en proporcionar información turística de la localidad en diferentes idiomas, dicha información será actualizada regularmente (Quiñónez et al., 2016).

Los centros de información turística fomentan y brindan mayor seguridad, confiabilidad y satisfacción al turista al momento de visitar el cantón y adquirir información acerca del mismo en estos lugares (Pérez, 2020).

1.4.1 Los centros de información turística: eje clave para el desarrollo

Según el Servicio Nacional de turismo de Chile (SERNATUR), los Centros de Información Turística (CIT,2015), son espacios de atención a la ciudadanía en la que se ofrece información institucional de los productos y programas del servicio e información turística de un país. En ellas se entrega material a turistas que soliciten información con el objetivo de facilitar su decisión de viaje, estadía, experiencia y

recreación que sea de utilidad sobre destinos turísticos, de manera presencial, online o telefónica. De igual manera, conviene señalar lo expuesto por (Planells y Crespi) (2012) cuando definen a las Oficinas de Información Turística (OIT) como aquellos servicios de carácter público, dependientes, creados, en general por una administración pública directamente, o bien en colaboración con otras entidades, que tienen como objetivo gestionar todos los servicios relacionados con la atención, orientación y asesoramiento de los visitantes, así como organizar la coordinación, promoción por ende la comercialización de los productos turísticos de su demarcación territorial.

Los CIT han sido concebidos por la Organización Mundial del Turismo como aquellos espacios físicos que existen, “para dar la bienvenida a los visitantes, hacer más grata su experiencia y facilitarles información de forma que permanezca más tiempo en la localidad”. Por lo que los CIT son aquellos que brindan información

actualizada sobre servicios turísticos. Los visitantes pueden obtener datos sobre recorridos, alojamiento, restaurantes, atracciones turísticas, entre otros, mediante la utilización de folletos, libretas y una sofisticada presentación de audio visuales. Los turistas pueden obtener este tipo de material en los mostradores de los CIT, donde habrá personal especializado en proporcionar información turística de la localidad en diferentes idiomas, dicha información será actualizada regularmente. A tenor de lo expuesto, es importante indicar que los CIT ejercen una función de intermediación entre los turistas y los prestadores servicios (públicos y privados), donde se hace necesario el espacio físico y el talento humano que facilite esta información.

1.4.2 Funciones de las oficinas de información turística o centros de información turística.

En la actualidad los CIT, van mucho más allá de proporcionar información, con el paso del tiempo se ha visto en la necesidad de implementar nuevos equipos tecnológicos, conexiones a internet, bases de datos, la oficina terminó por especializarse en la gestión de la información no solo en la oferta, sino también en la demanda, por lo que para el autor Oriol, M (2007) las funciones que las nuevas Oficinas.

En este capítulo se procede a consultar información clave sobre las palabras clave de la presente investigación. En la siguiente figura, se ubican la secuencia de los temas a tratar (figura 1).

1.5 Ciinfotur (Manta)

El Centro de Investigación, Información y Operaciones Turística (Ciinfotur), es un laboratorio de servicios de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ubicado en el Malecón Escénico de la Playa el Murciélago de la Ciudad de Manta desde el 26 de febrero de 1998, el cual se dedica a la promoción turística, local, provincial y nacional.

El Laboratorio Turístico Ciinfotur ubicado Playa Murciélago, cantón Manta es un centro de información que no se ha desarrollado eficientemente en su ámbito de acción; y con la propuesta a desarrollar del plan de mejoras, se beneficiaría directamente al contar con las condiciones adecuadas para prestar servicios

eficientes, estarían preparados para una mayor afluencia y mejor atención de turistas nacionales, provinciales, locales y por ende extranjeros.

Lo anterior representaría un aumento de turistas buscando información actualizada y veraz, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos del desarrollo, todo esto relacionado a un turismo que satisfaga las necesidades del visitante con una mejor infraestructura, moderna, con uso de las redes y tecnologías de la información, lo que conlleva al cambio en la mente del consumidor que contribuiría de manera progresiva al posicionamiento en el corto y largo plazo en forma permanente del centro y sus servicios que presta.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Hernández et al., 2014). En dicho contexto, esta investigación es de cuantitativa ya que se procede a estudiar las características del fenómeno de estudio, es decir el Ciinfotur.

2.2 Tipo de investigación

La investigación es descriptiva ya que se enfoca en la recolección de datos durante el este proceso. Puede utilizarse de múltiples formas, siempre es necesario establecer un objetivo. Su objetivo radica en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas (Guevara et al., 2020). En este caso de estudio se procede a analizar la situación actual y aspectos relacionados con el Centro de Información Turística de Manta.

2.3 Métodos

En esta investigación se utiliza los siguientes métodos:

2.3.1 Método analítico-sintético

El cual funciona como una unidad dialéctica, el primero se produce mediante la síntesis de las propiedades y características de cada parte del todo, mientras que el segundo se realiza sobre la base de los resultados del análisis (Rodríguez y Pérez, 2017). En este proyecto para analizar aspectos de manera general y luego sacar conclusiones parciales que después se agregan en el documento.

2.3.2 Método investigativo

Los métodos de investigación pueden valorarse como un conjunto de procedimientos ordenados que permiten orientar la agudeza de la mente para descubrir y explicar una verdad. Su utilidad consiste en que tienden al orden para convertir un tema en un problema de investigación y llevar a cabo la aprehensión de la realidad.

2.4 Técnicas

2.4.1 La encuesta

Se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (López y Fachelli, 2015).

La técnica empleada es la encuesta a los turistas y visitantes que acuden al Ciinfotur en búsqueda de información acerca de las actividades que pueden llevarse a cabo en el cantón Manta. A través de los resultados se puede constatar la situación actual de este establecimiento, detectando aspectos que no generen total satisfacción y a partir de allí generar estrategias que permitan su fortalecimiento.

2.4.2 Entrevistas

La entrevista se define como "una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar". Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos.

2.5 Instrumentos

Los instrumentos de investigación son los recursos que el investigador puede utilizar para abordar problemas y fenómenos y extraer información de ellos” (Concepto, 2021).

2.5.1 Cuestionario

En esta investigación se emplea el uso del cuestionario como instrumento para la debida recopilación de datos en el campo de acción. Este se encuentra estructurado por 11 preguntas, asimismo se utiliza la herramienta escala de Likert para medir el nivel de satisfacción de los servicios brindados por el Ciinfotur (Ver anexo 1):

2.6 Población y muestra

Al no poseer una base de datos que indique la cantidad aproximada de turistas y visitantes que acuden al cantón Manta, se procede a utilizar un muestreo con población infinita. La fórmula se ubica en el siguiente apartado:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$$

N= población

Z= 2,68 valor para un nivel de confianza del 99%

p= 0,5

q= 0,5

e= 0,10 probabilidad máxima de cometer errores

Muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(2,68)^2 * 0,50 * 0,50}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{7,1824 * 0,50 * 0,50}{0,01}$$

$$n = 179,56$$

Después de realizar este proceso matemático-estadístico se determina la cantidad de 180 personas a encuestar.

2.7 Recopilación de datos

A efectos de recabar la cantidad de respuestas solicitadas en este proyecto de investigación se visita la playa El Murciélago y así tomar las opiniones de las personas que acuden a este destino. La recopilación de datos fue llevada a cabo entre el 5 al 18 de junio del año 2023.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este apartado se procede a la descripción de los datos obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos, dando respuesta a la problemática y a los objetivos planteado. Asimismo, se utilizan gráficos para mostrar de manera sistemática los resultados.

3.1 Resultados de la encuesta aplicada

Se compilaron un total de 180 respuestas, a continuación, se ubican dichos datos.

1. ¿Conoce usted si existe en la ciudad de Manta una entidad dedicada a la promoción e información turística?

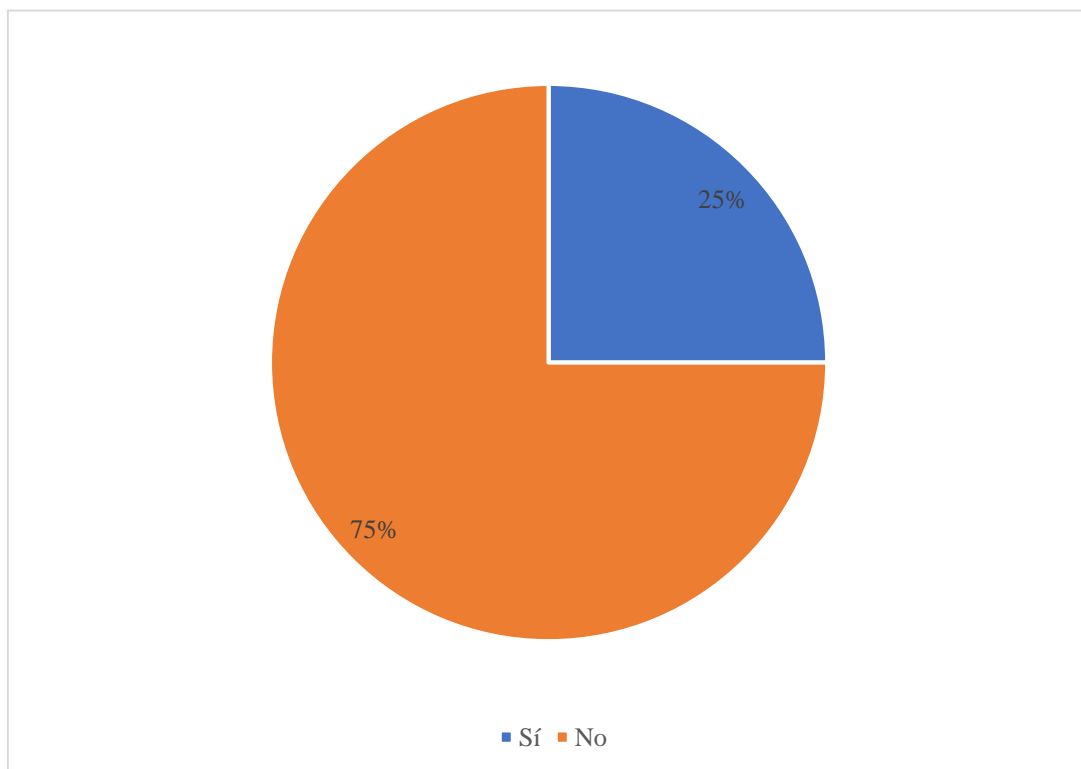


Figura 3. Conocimiento sobre la promoción e información turística

Nota: Elaboración propia

El 75% de las personas encuestadas no tiene conocimiento sobre la existencia de una entidad dedicada a la promoción e información turística en la ciudad de Manta. Lo anterior, resulta perjudicial en los intereses del desarrollo local, ya que las personas que acuden al sitio no tienen noción de los atractivos, paquetes y actividades que ofrece esta localidad, aquello claramente incide en el estancamiento del turismo.

2. ¿Tiene usted conocimiento del Ciinfotur?

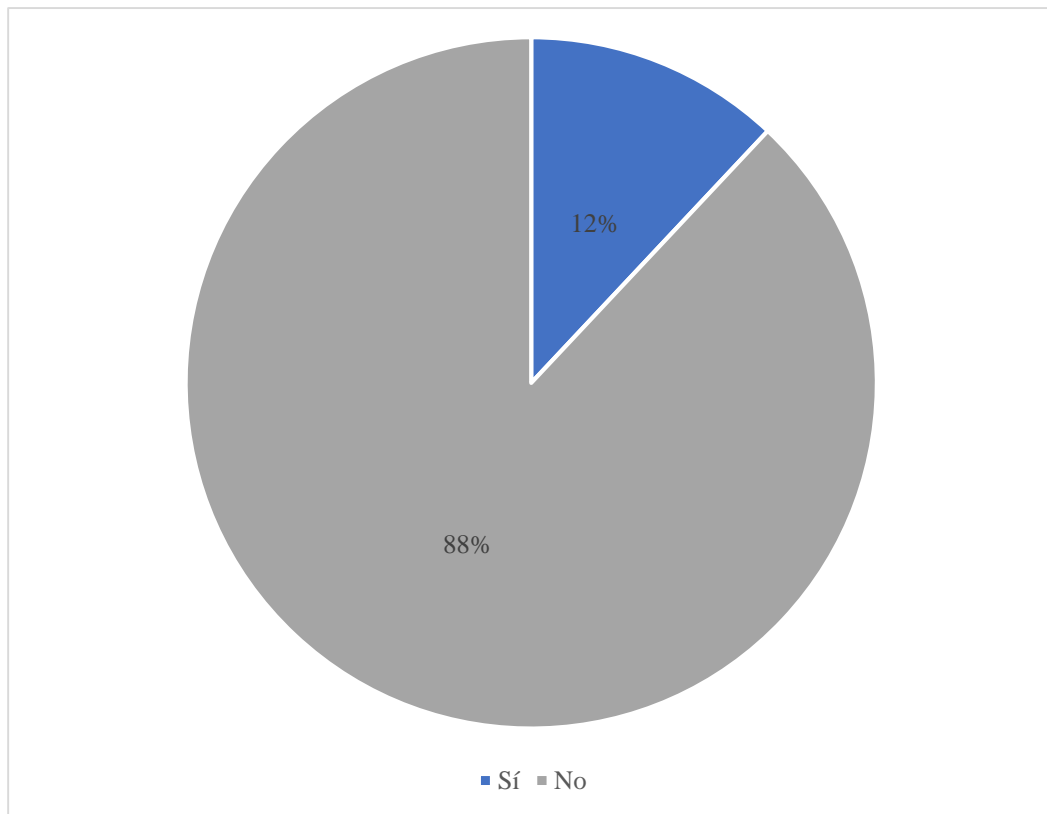


Figura 4. Conocimiento del Ciinfotur

Nota: Elaboración propia

El 88% de las consultado indica que no tiene conocimiento sobre la existencia de un Centro de Información Turística (Ciinfotur) en la ciudad de Manta. Mientras que un 12% indica que si lo conoce. A pesar de que este punto de información tiene varios años de funcionamiento, no todos los turistas o visitantes saben de su ubicación y de la información que proporciona.

3. ¿Cree usted que es necesario implementar un plan de mejoramiento de infraestructura del Ciinfotur?

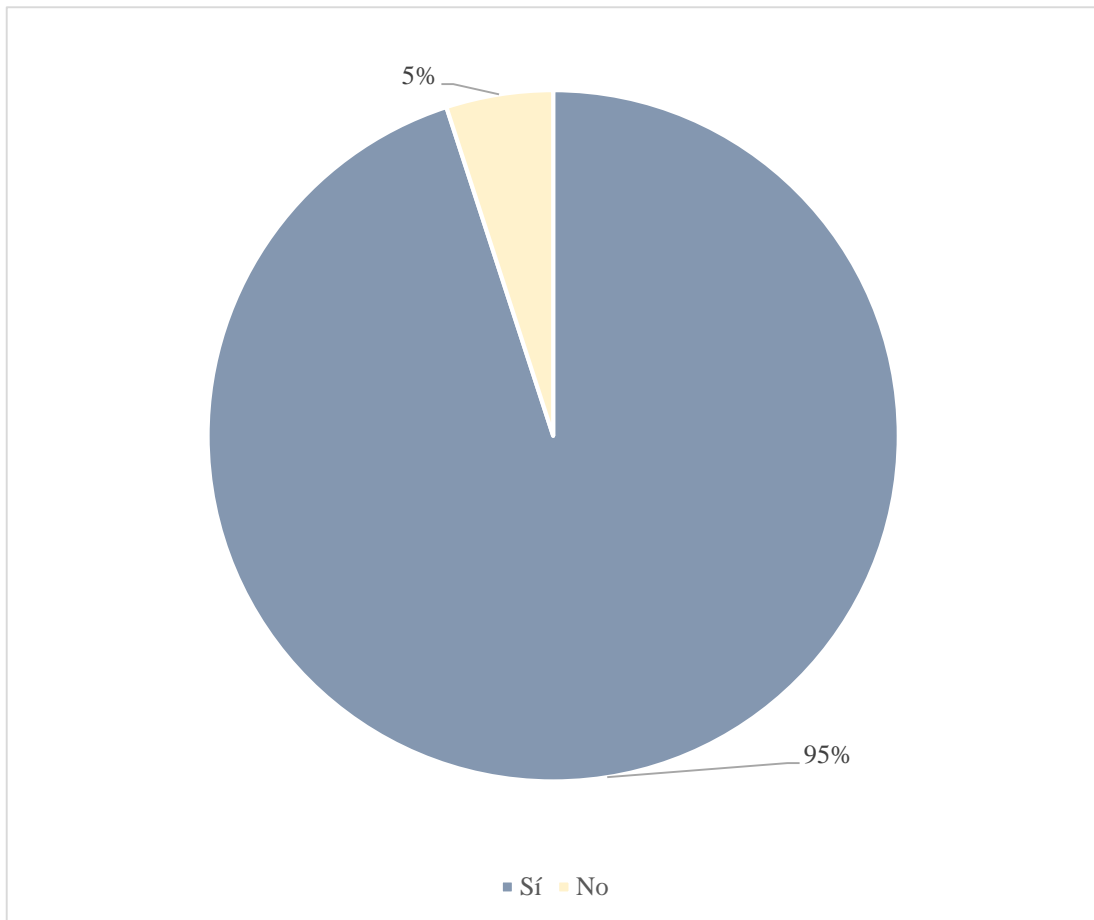


Figura 5. Implementación de un plan de infraestructura

Nota: Elaboración propia

Respecto a esta interrogante, se revela que el 95% de las personas consultadas tienen una postura sobre la implementación de un plan de mejoramiento de infraestructura del Ciinfotur, este ayudará a que las personas puedan conocer de las bondades turísticas que posee el cantón, contribuyendo así al desarrollo de la ciudad de Manta.

4. ¿Considera usted que se deben asignar recursos para diseñar un plan de mejoramiento de infraestructura del Ciinfotur?

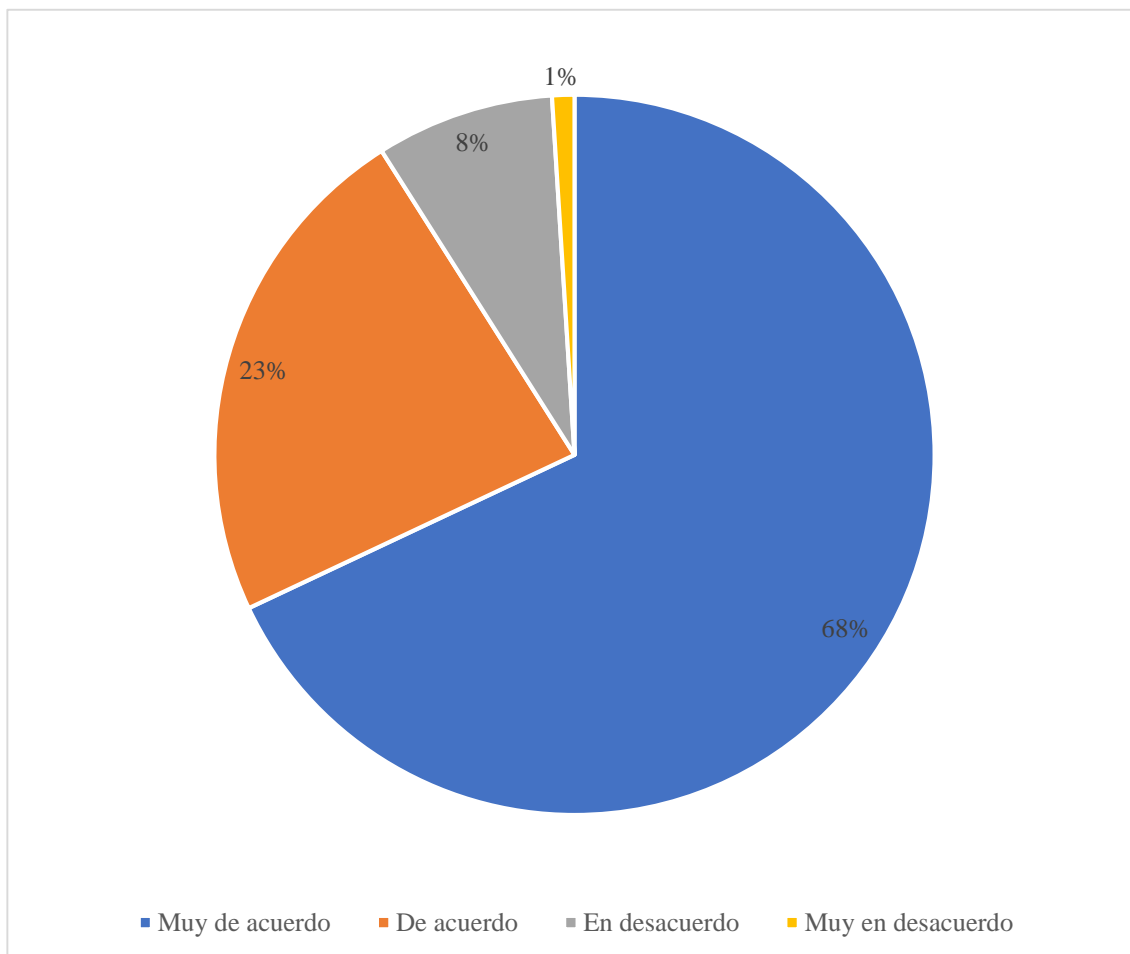


Figura 6. Asignación de recursos

Nota: Elaboración propia

En torno a esta interrogante, se demuestra que el 69% de los encuestados está muy de acuerdo, al igual que el 23% que está de acuerdo. En definitiva, existe una considerable aceptación para la asignación de recursos para el concierne diseño de un plan de mejoramiento de infraestructura del Ciinfotur.

5. ¿En el Ciinfotur se han establecido claramente los canales de comunicación interna y externa?

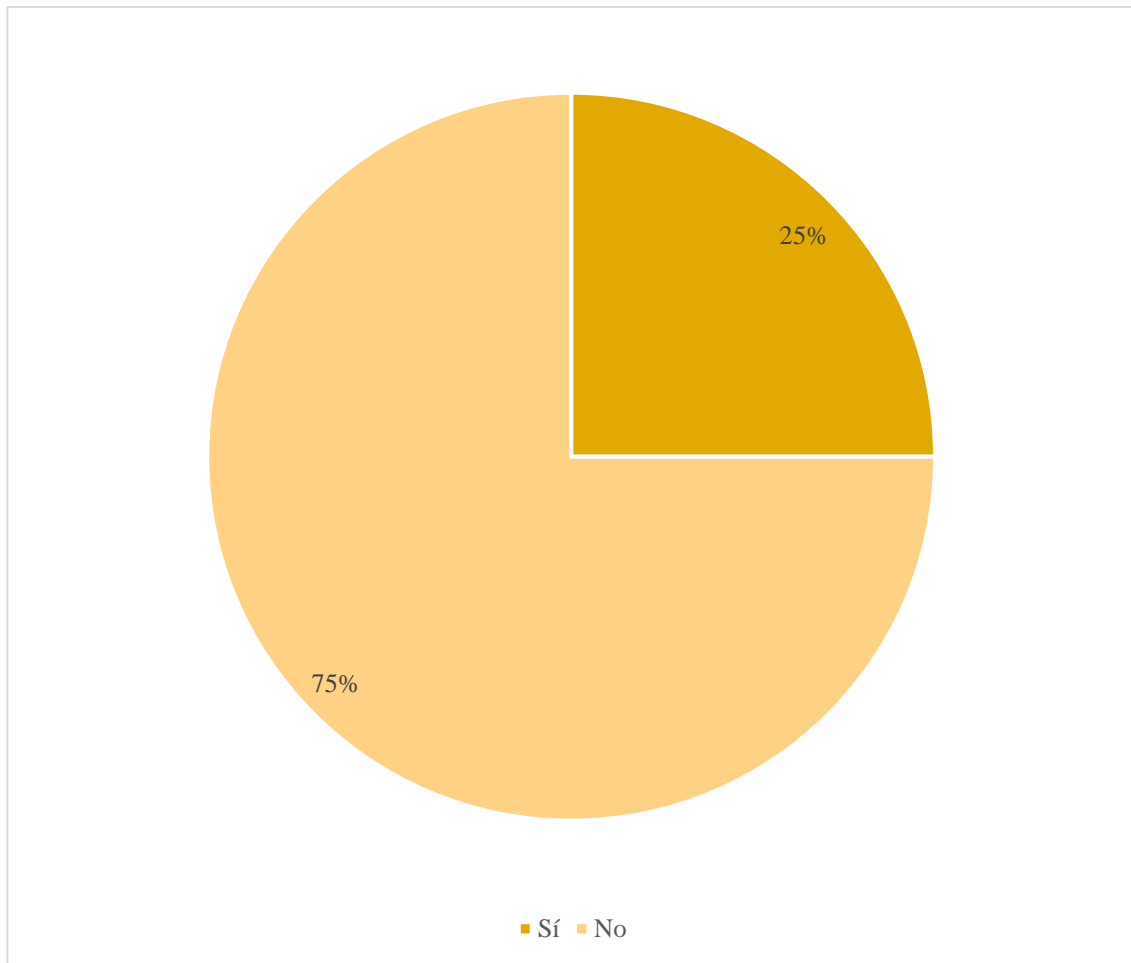


Figura 7. Canales de comunicación interna y externa

Nota: Elaboración propia

El 75% de los consultados afirma que en el Ciinfotur no se han establecido claramente los canales de comunicación interna y externa, por su parte, el 25% considera que si se ha logrado aquello. En efecto, esto es muy negativo en la consecución de las metas ya que el mensaje no llega claramente al destino.

6. ¿Ha identificado usted la existencia de un sistema informático y de redes en el Ciinfotur?

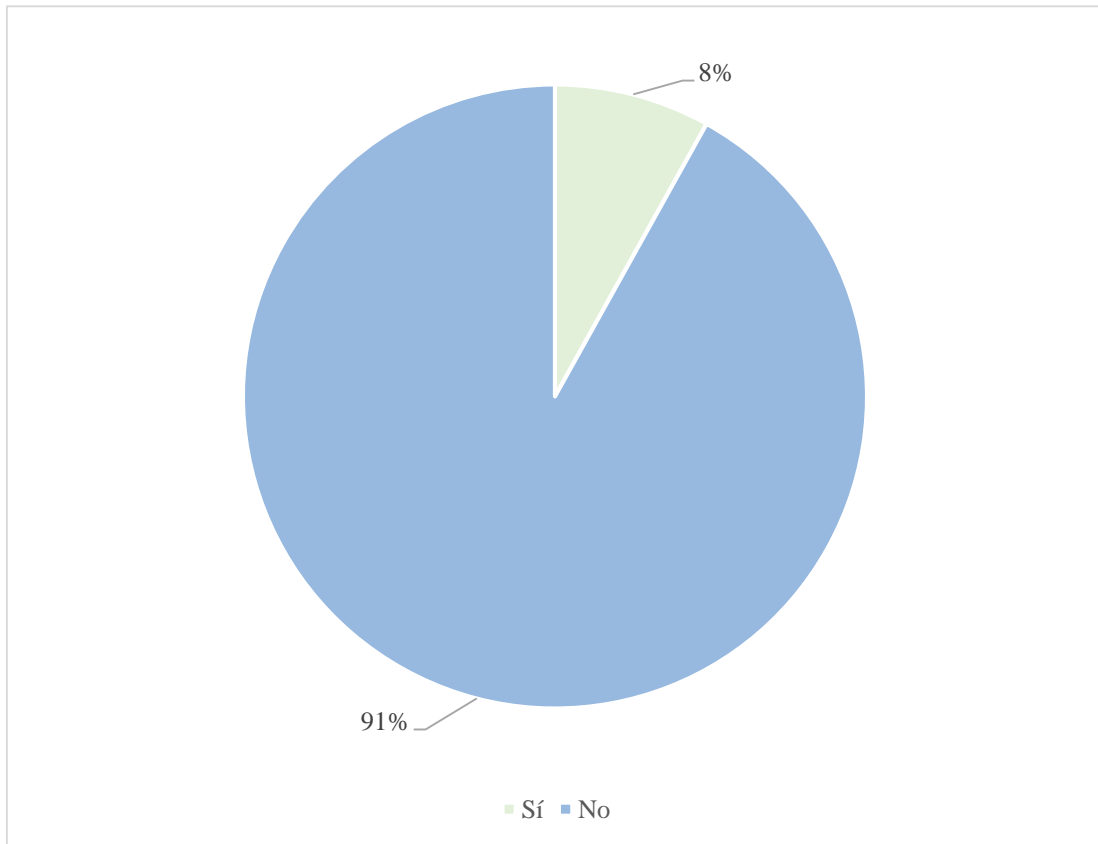


Figura 8. Sistema informático

Nota: Elaboración propia

De acuerdo a las opiniones recabadas sobre esta interrogante, se revela que el 91% de los encuestados resalta que no se ha logrado identificar la existencia de un sistema informático y de redes en el Centro de información turística. Es importante que exista un portal que posea información pertinente sobre la oferta de actividades turísticas, la gastronomía, los principales atractivos y demás aspectos claves del destino, esto ayudará a que los turistas puedan escoger entre muchas alternativas.

7. ¿Se ha definido con claridad la dinámica del cambio tecnológico y de los sistemas en el Ciinfotur en la prestación de servicios de información turística?

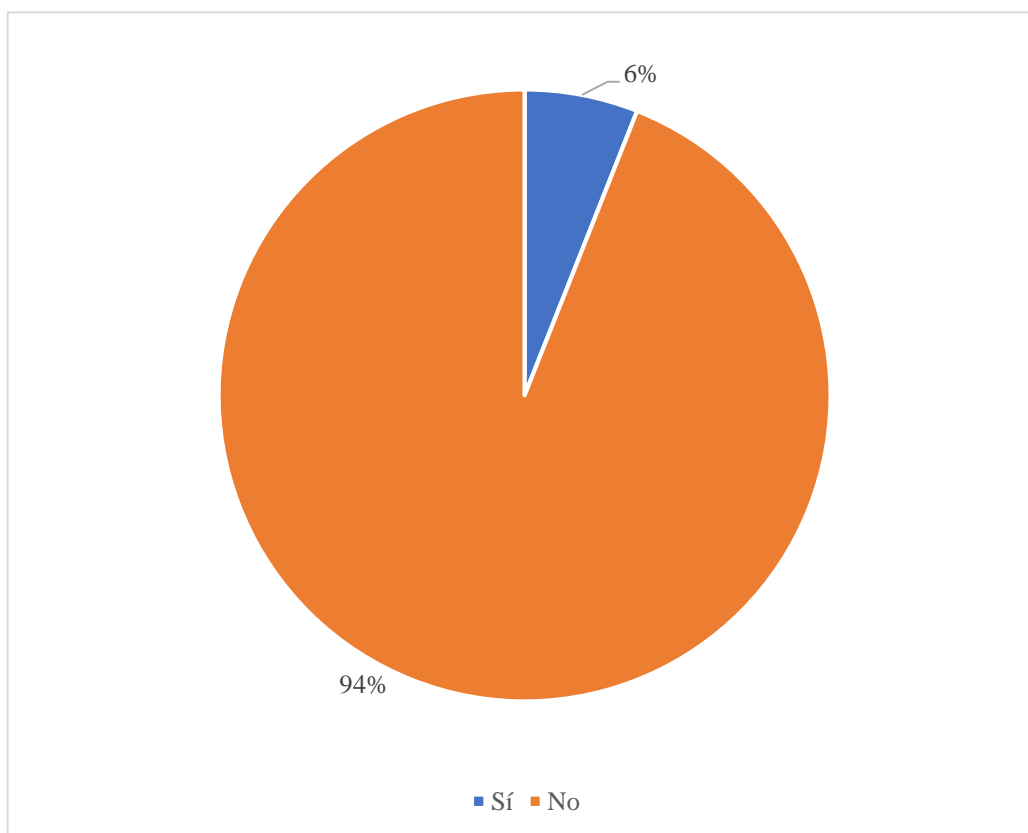


Figura 9. Dinámica del cambio tecnológico

Nota: Elaboración propia

Con base a esta interrogante, el 94% de los consultados considera que no se ha definido con claridad la dinámica del cambio tecnológico y de los sistemas en el Ciinfotur en la prestación de servicios de información turística. Esto provoca desinformación, afectando claramente en el desarrollo local.

8. ¿Considera usted que es necesario la implementación de un sistema tecnológico y de redes para el mejoramiento del proceso de información que presta el Ciinfotur a favor de la ciudadanía?

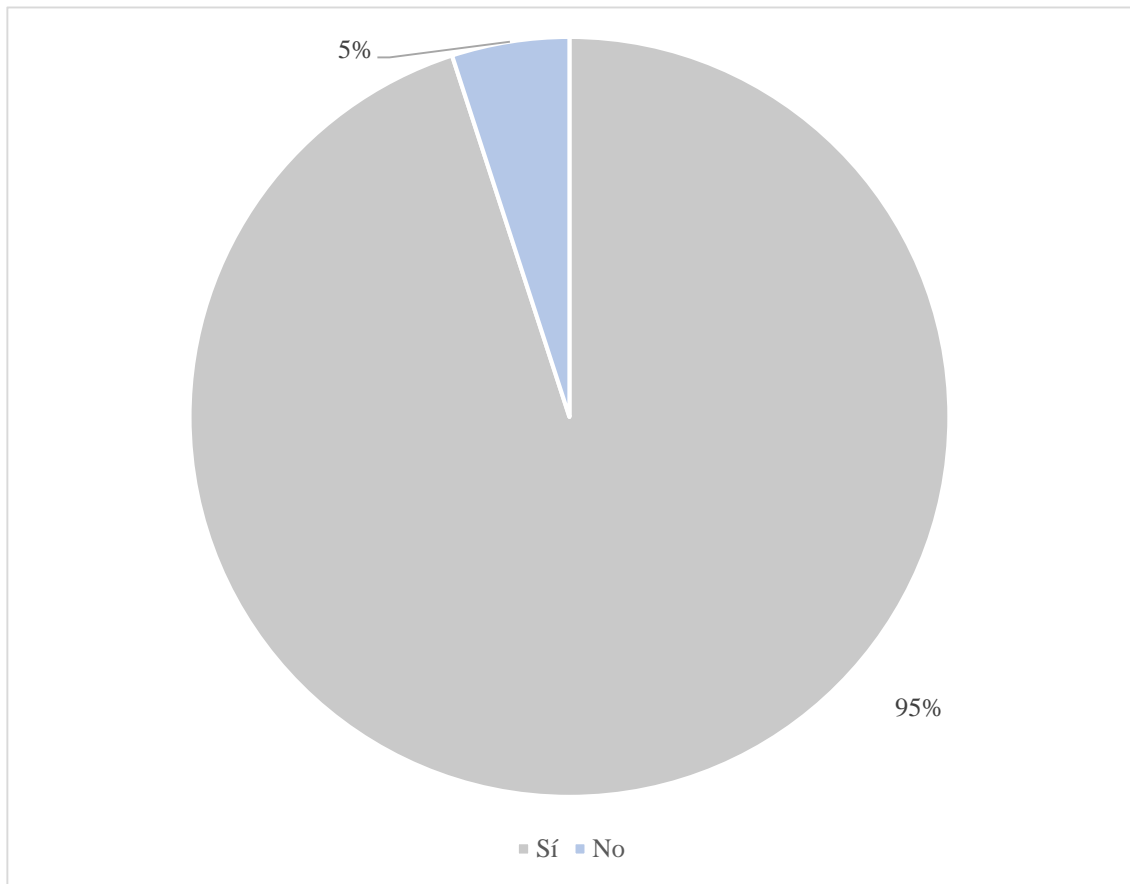


Figura 10. Implementación de un sistema tecnológico

Nota: Elaboración propia

Haciendo énfasis en esta pregunta, se denota que el 95% de los encuestados si está de acuerdo en la implementación de un sistema tecnológico y de redes para el mejoramiento del proceso de información que presta el Ciinfotur a favor de la ciudadanía. Aquello permitirá que las personas puedan acceder en tiempo real a información sobre el destino.

9. ¿El Ciinfotur desarrolla nuevas ideas y temas de aprendizaje sobre informaciones turísticas?

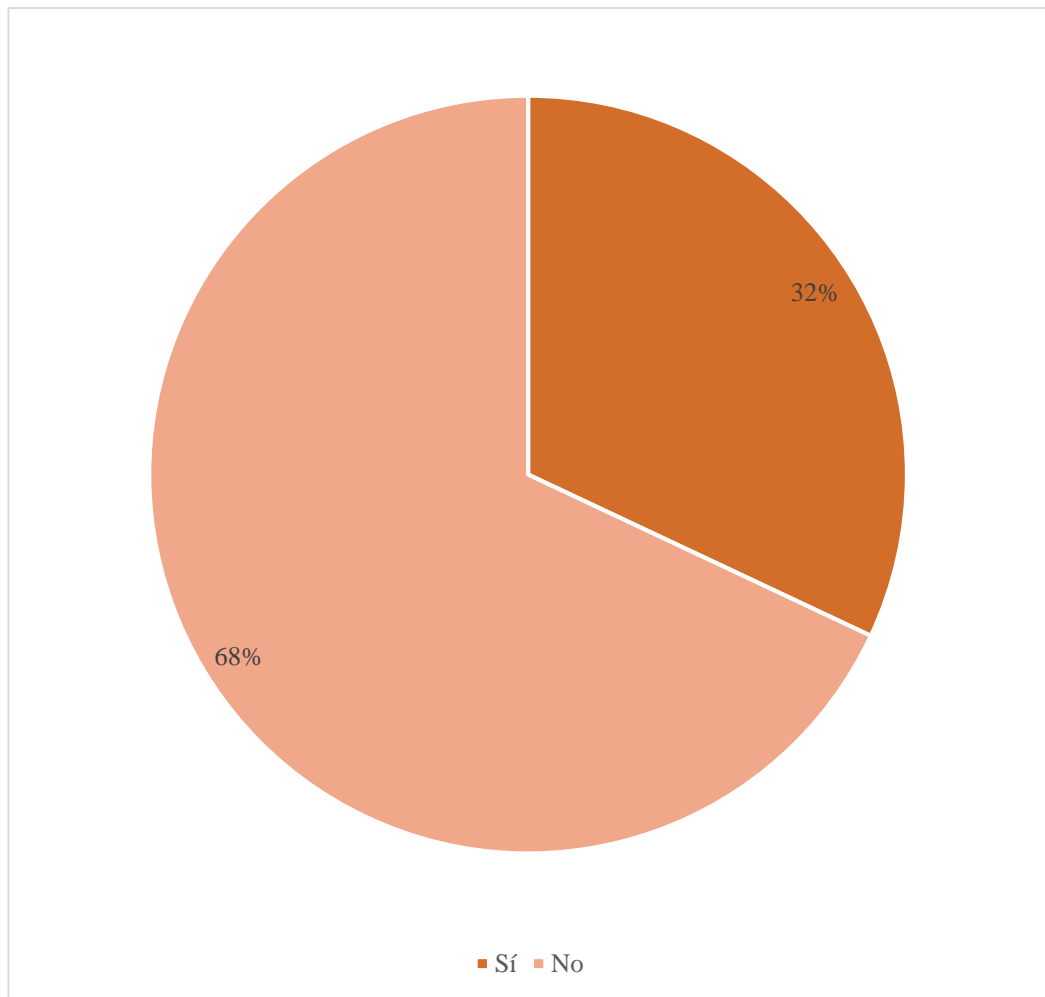


Figura 11. Ideas y aprendizaje

Nota: Elaboración propia

De acuerdo con esta interrogante, se denota que el 68% de las personas consultadas considera que el establecimiento Ciinfotur no desarrolla nuevas ideas y temas de aprendizaje. Esto no permite que se logren las metas y objetivos esperados, afectando al desarrollo local.

10. ¿Considera usted que en el Ciinfotur se ejecutan los talleres de capacitación que se reflejan en la calidad de servicios?

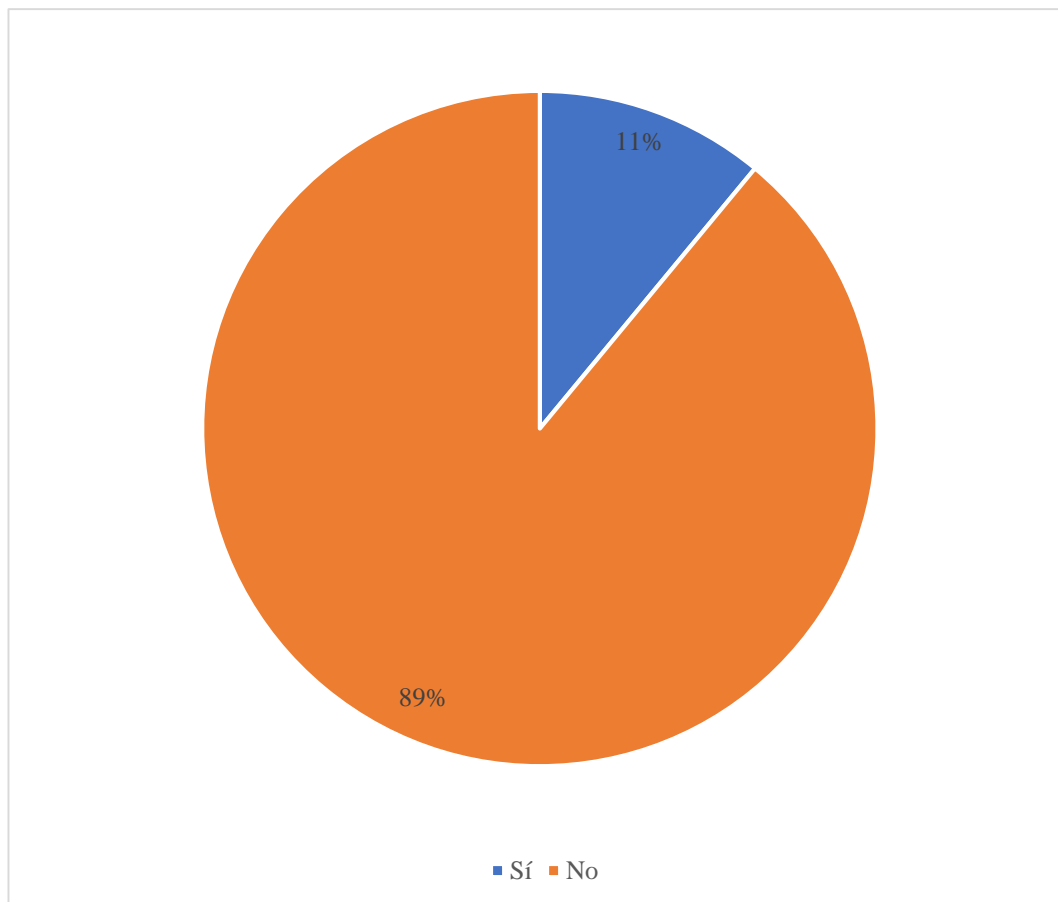


Figura 12. Talleres de capacitación

Nota: Elaboración propia

Acerca de este enunciado, el 89% de las personas que respondieron este formulario consideran que en el Ciinfotur no se ejecutan talleres de capacitación y que esto evidentemente se refleja en una baja calidad de servicios. Dando solución a esta falencia es necesario que se dicten talleres que incluyan temas: sobre la atención al cliente, idioma, manejo de recursos tecnológicos, tendencias turísticas, entre otros. De esta manera los colaboradores internos podrán adquirir nuevas habilidades y conocimientos y así estar a la altura de las nuevas necesidades del visitante.

11. ¿Usted considera que un plan de acción aportaría al fortalecimiento del Ciinfotur y a su vez contribuye al desarrollo turístico del cantón Manta??

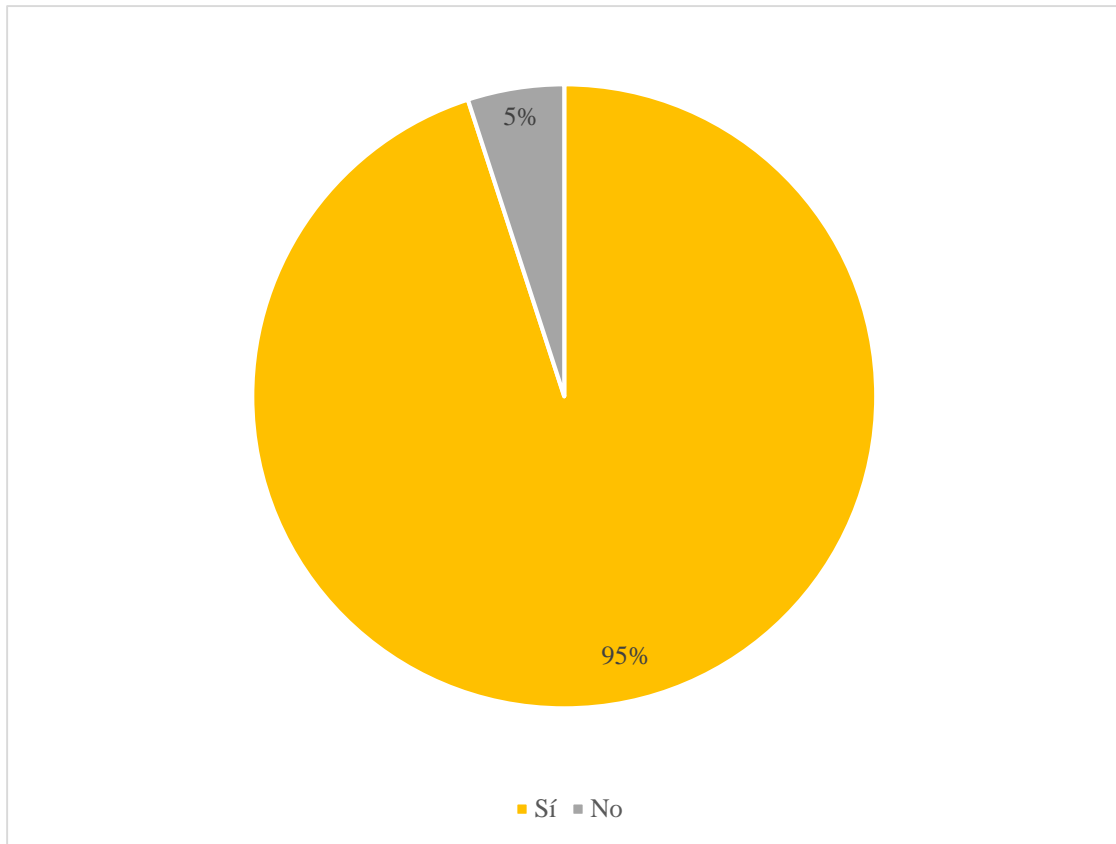


Figura 13. Factor de ascenso

Nota: Elaboración propia

En cuanto a esta interrogante, se obtiene una aceptación del 95% con respecto a la creación de un plan de acción que posea directrices enfocadas en el fortalecimiento interno de las actividades realizadas por el Ciinfotur. Asimismo, se puede contribuir al desarrollo turístico del cantón Manta, ya que se brindaría información pertinente a turistas y población en general sobre la oferta de atractivos que tiene el destino

3.3 Diseño de acciones estratégicas

En la siguiente tabla se ubican las acciones estratégicas a implementar en el Ciinfotur.

Tabla 1. Acciones estratégicas

Objetivos /Resultados	ACTIVIDAD	PRODUCTOS/ EVIDENCIAS	RESPONSABLE	ORIGEN DEL PRESUPUESTO		PRESUPUESTO TOTAL	CRONOGRAMA	
				FISCAL	ESTR. ALIADOS		2022-2	2023-1
DISEÑAR UN PLAN DE REMODELACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DEL CIINFOTUR PARA OPTIMIZAR SUS SERVICIOS.	DISEÑAR UN PLAN DE REMODELACIÓN	10.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	10.000	CONTRATAR PERSONAL ADECUADO	
	ELABORAR EL PLAN DE MEJORA DE REMODELACIÓN	10.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	10.000		PLAN DE MEJORA
	DESAROLLAR EL PLAN DE MEJORA	10.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	10.000		
EJECUTAR UNA SOLUCION DIJITAL PARA POTENCIAR LOS SERVICIOS DEL CIINFOTUR A FAVOR DE LA COMUNIDAD.	ADQUIRIR HARDWARE SOFTWARE DIGITALES	10.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	10.000		TENER EQUIPOS DE PRIMERA
	IMPLEMENTAR LA EJECUCIÓN DEL SISTEMA DIGITAL	30.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	30.000		
	EJECUCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA	10.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	10.000		
CAPACITAR EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS A LOS RECURSOS HUMANOS DEL CIINFOTUR	TALENTO HUMANO COMPETENTE	10.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	10.000		
	ELABORAR PLAN DE CAPACITACIÓN	20.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	20.000		
	APLICAR LA CAPACITACIÓN	10.000	CIINFOTUR	ULEAM	GAD	10.000		
TOTAL				100.000	20.000	120.000		

Nota: Elaboración propia

Financiamiento del proyecto

Tabla 2. Financiamiento del proyecto

PROYECCIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO					
Financiamiento	2022	2023	2024	2025	Total
Internas Institución Educación Superior (IES)	\$20.000	\$40.000	\$20.000	\$20.000	\$100.000
Aporte Externo	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$20.000
Total	\$25.000	\$45.000	\$25.000	\$25.000	\$120.000

Detalles del financiamiento interno

Tabla 3. Detalles del financiamiento

ACTIVIDADES	FINANCIAMIENTO INTERNO IES							TOTAL
	2022	2023		2024		2025		
	2022-2	2023-1	2023-2	2024-1	2024-2	2025-1	2025-2	
Diseñar un plan de remodelación	\$5.000							\$5.000
Elaborar el plan de mejoras de remodelación	\$5.000							\$5.000
Desarrollar el plan de mejora		10.000	\$5.000		10.000	10.000	5.000	\$40.000
Crear un sistema digital	10.000		\$10,000					\$20.000
Adquirir hardware software digitales		10.000	5.000					\$15.000
Implementar la ejecución del sistema				5.000	5.000		5000	\$10.000
Contratar recursos humanos competentes	5.000							\$10.000
Elaborar plan de capacitación		5.000						\$10.000
Aplicar capacitación					5.000		5.000	\$5,000
TOTAL	\$25.000	25.000	\$20.000	\$5.000	20.000	10.000	\$15.000	\$120.000

CONCLUSIONES

1. Mediante el desarrollo de esta investigación se comprueba que el Ciinfotur no cuenta con la infraestructura y el personal adecuado, para brindar información pertinente sobre la oferta de actividades turísticas que posee el cantón Manta. Lo anterior genera insatisfacción tanto en turistas como la población en general.

2. A través de la revisión teórica se determina que los Centros de información turísticas son los encargados de proveer información sobre los proveedores de servicios turísticos, atractivos, horarios de atención, rutas, sugerencias de seguridad y demás aspectos referentes al destino. Normalmente dichas oficinas se ubican en sitios como aeropuertos, terminales, cámara de comercio, puertos marítimos, entre otros.

3. Con base a la encuesta aplicada en este proyecto, se revela que el Ciinfotur carece de infraestructura tecnológica y tampoco el personal tiene los conocimientos y habilidades para brindar un servicio de excelencia a los turistas y visitantes que llegan hacia el establecimiento en busca de información. Por tal motivo, es necesario que se destinen recursos financieros para fortalecer dichas debilidades y así lograr los resultados esperados.

4. Al finalizar la investigación se propone un plan de acción que tiene como premisa aportar al fortalecimiento del Ciinfotur y a su vez contribuir al desarrollo turístico del cantón Manta. Para lograr aquello es necesario que se establezcan alianzas entre el sector público y privado, de esta manera se conseguirán los objetivos comunes.

RECOMENDACIONES

1. Los centros de información turística son un factor clave en la búsqueda del desarrollo de un destino, ya que, por medio de estos, las personas pueden informarse sobre las características del sitio, que actividades se pueden realizar, a quienes contratar dichos servicios turísticos y demás. Por ende, se invita que el Ciinfotur trabaje en dar respuesta a los problemas detectados y así conseguir el desarrollo esperado.

2. Asimismo, se orienta a los encargados de la gestión turística en el cantón Manta deben trabajar de manera articulada con este establecimiento, establecer una alianza y a partir de allí crear un plan de capacitación que incluya varios ámbitos, de esta manera también se podrán generar nuevas competencias en los empleados y fortalecer sus deficiencias en cuanto a la atención brindada actualmente.

3. Los resultados que proporciona esta investigación también pueden tomados en consideración para futuros estudios vinculados con este ámbito. Del mismo modo, el plan de acción que fue diseñado en este proyecto será entregado al Ciinfotur para que sea analizado por las autoridades competentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de Investigación y el Conocimiento*, 163-173. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc. Graw Hill Education. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiAiZXs5N78AhV6RTABHaZiAAIQFnoECB0QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.uca.ac.cr%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F10%2FInvestigacion.pdf&usg=AOvVaw0S6BhGROt3pwvqwcyBTJ1Q>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi-lJb65N78AhXMRDABHTM5CTYQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fdd.uab.cat%2Fpub%2Fcaplli%2F2016%2F163564%2Fmetinvsocua_a2016_cap1-2.pdf&usg=AOvVaw0OeCgIfhEZe37Kw0nmY52y
- Méndez, B. (2022). Las facilidades turísticas y los atractivos turísticos naturales del cantón Mocha. *Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería*. Ambato, Ecuador : Universidad Técnica de Ambato .
- OMT. (2019). *Glosario de términos*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Pérez, D. (2020). Los centros de información turística y a su aporte al desarrollo turístico del cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua . *Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería*. Ambato, Ecuador : Universidad Técnica de Ambato .
- Quiñónez, ,, Cejas, M., & Palomino, L. (2016). Los centros de información turística: Eje clave en el desarrollo del turismo de naturaleza. *Revista SIGMA* , 41-52.

Ramírez, C. (2020). *Servicios Turísticos*. Quito, Ecuador: Universidad Técnica Nacional.

Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, 179-200.
doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (31 de Julio de 2021). *CIINFOTUR*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/disenograficoexamen/mision/ciinfotur>

ANEXOS

ENTREVISTAS

ANEXO ENTREVISTAS

DR. PAOLA NATASHA DIAS



¿Conoce usted sobre la existencia del Cinfotur y el objetivo que persigue?

Claro el Cinfotur fue creado como parte de un trabajo de vinculación entre la comunidad, la facultad de hotelería y turismo como un aporte significativo para la información turística dentro de la playa el Murciélagos y es un pilar fundamental desde hace algunos años para que dicho trabajo de gestión conjuntamente con las empresas vinculadas con el turismo y el Gad municipal puedan llevarse a cabo como un punto de apoyo.

¿Cree que es necesario fortalecer al Cinfotur a través de un cambio estratégico que permita modernizar la infraestructura física sin afectar el medio ambiente?

Por supuesto se debería tomar en cuenta esta parte de la no afectación al medio ambiente y también para no descortinar con la parte de la playa con el diseño que tiene este sector, pero debería hacerse en una forma de que se utilicen materiales de nuestra tierra y que esto no se vean afectados con el ecosistema.

¿Considera usted que es necesario implantar un modelo de gestión por resultado en el Cinfotur?

Si hay que hacer una reestructuración desde las bases, porque se necesita implementar la parte física y también, dentro la facultad de turismo y de la universidad en este caso con vinculación a la comunidad hacer una reforma dentro de lo que se da

a ofertar en el Cinfotur y hacer más alianzas estratégicas para que la comunidad como el lugar este informada y que los dueños de los establecimientos turísticos e incluso los turistas puedan obtener mejor información de primera mano en una época que acabamos de pasar una pandemia y que se a modernizados de cierta forma todos estos sistemas y el cual también no debería quedarse atrás el Ciinfotur.

¿Considera que es útil Y necesario la modernización de los sistemas de información, comunicación, redes a fin de que se mejore la prestación e información de servicios turísticos?

Por supuesto a demás debería contemplarse otros ítems como mejorar el turismo accesible en esa zona, dar capacitaciones tanto al turista como a los dueños de locales sobre la importancia de la atención al turista con discapacidad y al que no la posee, atención al cliente mejorar los servicios de gestión todo esto lo aria la universidad a través del Cinfotur pero ya con otros temas más modernos y con una implementación de primera línea sería una geo referencia de cuantos turistas acuden a este punto de la ciudad que es fundamental conocerlo y que el ministerio de turismo tenga una base de datos de cuantos turistas entran y salen y sobre todo al turista con discapacidad eso hace falta y Cinfotur debería tenerlo como primicia.

¿Cree usted que es necesario capacitar de forma continua a los recursos humanos que prestan sus servicios al Cinfotur?

Así es debería crearse más capacitaciones que involucren el medio ambiente atención al cliente nuevas formas de señalética interpretes para personas con algún tipo de discapacidad auditiva e implementar también para el Cinfotur señaléticas y tener un personal capacitado. Tener en cuenta que no solo es un trabajo de la universidad y de la comunidad esto debe ser una trilogía que debe involucrar a los encargados y gestores turísticos y al Gads municipal para todos hablar un mismo idioma.

¿Considera que mejora el Cinfotur viabiliza en parte al crecimiento de las actividades turísticas del cantón Manta?

Lógicamente esto permitirá que la gestión y la capacitación, información llegue a más personas y a los turistas que visitan este punto importante que es nuestra ciudad.

MAGISTER LADY GARCIAS



¿Conoce usted sobre la existencia del Cinfotur y el objetivo que persigue?

Bueno si tengo un poco de conocimiento referente al Cinfotur sé que busca una sociedad y ciudad sostenible y sustentable también busca la inclusión en todas sus formas.

¿Cree que es necesario fortalecer al Cinfotur a través de un cambio estratégico que permita modernizar la infraestructura física sin afectar el medio ambiente?

Considero que si es necesario tenemos que avanzar a las nuevas tendencias tanto de infraestructura si no también metodológicamente.

¿Considera usted que es necesario implantar un modelo de gestión por resultado en el Cinfotur?

Por supuesto porque a través de los datos de las necesidades el insumo se va poder tomar mejores correctivos y va a poder presentar incluso las políticas públicas que valla acorde a esas necesidades, pero siempre vasado en una metodología.

¿Considera que es útil Y necesario la modernización de los sistemas de información, comunicación, redes a fin de que se mejore la prestación e información de servicios turísticos?

Si considero que es necesario porque hoy en día todos tenemos a la mano acceso a la información prácticamente esto también tiene que ver con las tecnologías de la información y de la comunicación (las tics).

¿Cree usted que es necesario capacitar de forma continua a los recursos humanos que prestan sus servicios al Cinfotur?

Por su pesto la preparación siempre nos va a hacer mejores personas por que vamos a tener capacidad de relacionarnos con el público la audiencia para tener una mejor cultura al momento hasta de tratar no todas las personas muchas veces incivilizados y a veces por el desconocimiento se puede tomar acciones favorables ante un ciudadano.

¿Considera que mejora el Cinfotur viabiliza en parte al crecimiento de las actividades turísticas del cantón Manta?

Claro que si porque estamos hablando desde otra perspectiva algo más amplio para que todos y todas tengan acceso a los mismos derechos y seamos tratados con la misma igualdad que nos corresponde como estados de derecho.

Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

El siguiente cuestionario va dirigido a los turistas y visitantes que acuden al cantón Manta, su opinión es importante YA que permite evaluar los servicios brindados por el Ciinfotur. Gracias de antemano por su colaboración.

1. ¿Conoce usted si existe en la ciudad de Manta una entidad dedicada a la promoción e información turística?

Sí
No

2. ¿Tiene usted conocimiento del Ciinfotur?

Sí
No

3. ¿Cree usted que es necesario implementar un plan de mejoramiento de infraestructura del Ciinfotur?

Sí
No

4. ¿Considera usted que se deben asignar recursos, al plan de mejoramiento de infraestructura del Ciinfotur en una forma eficiente?

Muy de acuerdo
De acuerdo
En desacuerdo
Muy en desacuerdo

5. ¿En el Ciinfotur se han establecido claramente los canales de comunicación interna y externa?

Sí
No

6. ¿Ha identificado usted la existencia de un sistema informático y de redes en el Ciinfotur?

Sí
No

7. ¿Se ha definido con claridad la dinámica del cambio tecnológico y de los sistemas en el Ciinfotur en la prestación de servicios de información turística?

Sí
No

8. ¿Considera usted que es necesario la implantación de un sistema tecnológico y de redes para el mejoramiento del proceso de información que presta el Ciinfotur a favor de la ciudadanía?

Sí
No

9. ¿El Ciinfotur desarrolla nuevas ideas y temas de aprendizaje sobre informaciones turísticas?

Sí
No

10. ¿Considera usted que en el Ciinfotur se ejecutan los talleres de capacitación que se reflejan en la calidad de servicios?

Sí

No

11. ¿Usted considera que un plan de acción aportaría al fortalecimiento del Ciinfotur y a su vez contribuye al desarrollo turístico del cantón Manta??

Sí

No

Nota: Elaboración propia



Reyes Quiróz Hellen. PF

8%

Similitudes



< 1%

Texto entre comillas

0% similitudes entre comillas

4%

Idioma no reconocido

Nombre del documento: Reyes Quiróz Hellen. PF.docx
ID del documento: 90981348462b8cb8c1862483516b690205e4e085
Tamaño del documento original: 2,23 MB

Depositante: DANIEL CABALLERO MERO
Fecha de depósito: 20/7/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 20/7/2023

Número de palabras: 6203
Número de caracteres: 41.888

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.uleam.edu.ec https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4425/1/ULEAM-HT-0125.pdf 13 fuentes similares	3%		Palabras idénticas : 3% (185 palabras)
2	www.unwto.org Glosario de términos de turismo OMT https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos 4 fuentes similares	2%		Palabras idénticas : 2% (113 palabras)
3	repositorio.uta.edu.ec Las facilidades turísticas y los atractivos turísticos naturales... https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/bitstream/123456789/34661/1/MÉNDEZ_JUMBO_BRIGITTE_ES...	1%		Palabras idénticas : 1% (83 palabras)
4	elxex.com Ejemplos de Dedicatoria y Agradecimientos de Tesis de Grado 2023 https://elxex.com/ejemplos-de-dedicatoria-y-gradecimientos-de-tesis-de-grado/ 3 fuentes similares	1%		Palabras idénticas : 1% (94 palabras)
5	repositorio.espe.edu.ec Las actividades físico-recreativas, como instrumento de ac... http://repositorio.espe.edu.ec:8080/bitstream/21000/23783/5/1-ESPE-044292.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (62 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	localhost Percepción sobre la administración de riesgos como práctica para mitiga... http://localhost:8080/xmlui/bitstream/3317/18277/3/T-UCSG-PRE-ECO-CICA-498.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (39 palabras)
2	localhost DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL COMPLEJO ECOTURÍSTICO "EL REFUGIO" DE... http://localhost:8080/xmlui/bitstream/redug/15051/3/DAYANNA_STEFANY_VARGAS_MACKLIFF.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (33 palabras)
3	repositorio.uta.edu.ec Las pampas de SALASAKA como aporte a la generación de p... http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/27551/1/Guato_Caiza_Silvana_Estefania_ID.18...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (22 palabras)
4	repositorio.usfq.edu.ec Desarrollo estratégico de turismo en Ecuador http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3304/3/110884.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (20 palabras)
5	repositorio.ug.edu.ec http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18449/1/MONTIEL_ECHEVERRIA_RAUL_AUGUSTO.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (20 palabras)