

Metodología para el diseño de un modelo de gestión del emprendimiento turístico basado en la imagen del destino Manabí.

Karla Cecilia Barreiro Intriago

Maestrante del Programa de Maestría en Turismo
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”
(ESPAM MFL) Manabí, Ecuador.
karla_barreiro@espam.edu.ec
karla.cbi94@gmail.com

Nelson Garcia Reinoso

Máster en Gestión Turística,
Doctorando del programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo -
Universidad de Alicante (EDUA)
Docente Investigador de la carrera de Turismo
Coordinador Maestría en Turismo
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”
(ESPAM MFL) Manabí, Ecuador.
ngarcia@espam.edu.ec
nelsongreinoso@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0972-3347>

Resumen

El objetivo de esta investigación radica en el planteamiento de una propuesta metodológica para un modelo de gestión del emprendimiento que posicione la imagen del destino en el desarrollo del turismo de sol y playa – cultural en Manabí. La metodología parte de un análisis de diversos referentes metodológicos relacionados a modelos enfocados a la gestión y el marketing fundamentalmente para el desarrollo y posicionamiento de forma sostenible y comunitaria en destinos y emprendimientos, claves para la construcción del modelo. La propuesta es resultado de la integración del análisis de seis metodologías pertinentes, misma que está compuesta por cuatro fases: La primera implica el diagnóstico situacional y del sector emprendedor a través de una ficha de caracterización, encuestas y matrices para su efecto. La segunda fase comprende el análisis de las variables del marketing mix como estrategia de posicionamiento mediante la revisión bibliográfica y de documentos como entrevistas y encuestas. Seguido del análisis de la gestión y gobernanza en los emprendimientos posible a través de matrices como el FODA, de gestión, de involucrados, fichas de funciones, entre otras. Finalmente, la última fase requiere el diseño del modelo de gestión del emprendimiento basado en la imagen del destino a través de una ficha, matriz de indicadores, de estrategias y de programación estratégica. Investigación que, a través de la propuesta metodológica, pretende aportar elementos que mejoren la imagen y contribuyan al desarrollo de los negocios y todo el sector turístico, sustentando el modelo que se propone como alternativa única de posicionamiento y crecimiento.

Palabras claves: Modelo de gestión, emprendimiento turístico, turismo de sol y playa y cultural, imagen turística, marketing.