



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA OPTIMIZAR EL
DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE
SERVICIOS TURÍSTICOS, BALLENERA, CANTÓN SANTA ELENA.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Lilibeth Tatiana Del Pezo Vera

LA LIBERTAD – ECUADOR

DICIEMBRE - 2022



**MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA OPTIMIZAR EL
DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE
SERVICIOS TURÍSTICOS, BALLENITA, CANTÓN SANTA ELENA.**

AUTOR

Lilibeth Tatiana Del Pezo Vera

TUTOR:

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.

Resumen

El análisis de un modelo de Gestión Estratégica para mejorar el desempeño organizacional de la Asociación de Servicios Turísticos de Ballenita, ASOSERTUR, determina la situación actual en la que se encuentra, evaluando las falencias que inciden en los procesos administrativos y operativos. Los elementos que se ajustan a las necesidades de este modelo de gestión contribuyen a instituir cambios que permitan mantenerse y ser productivos en el tiempo de gestión de cada directiva, de tal forma que adopten y mejoren la dirección de acuerdo a la meta que tiene la organización. En el desarrollo de este trabajo se adoptó la metodología descriptiva para obtener los datos relevantes que aporten al estudio y permitan discernir el diagnóstico actual de la gestión estratégica y los procesos causantes que limitan el crecimiento de ASOSERTUR, con un enfoque mixto se direcciona este modelo en tres fases, junto a las acciones que se realizaron para recabar la información relevante que plantean un Modelo de Gestión Estratégica para la asociación, cabe mencionar que las bases teóricas y referencias encontradas aportaron sustancialmente al objetivo de este estudio. El resultado de la información que se obtuvo en este proceso investigativo direcciona mejor a las microempresas que manejan asociatividad, las directivas buscarán las alternativas que aportan a que la administración provea una planificación estratégica para su crecimiento.

Palabras claves: Gestión Estratégica, Desempeño Organizacional, Proceso Administrativo, Asociatividad.

Abstract

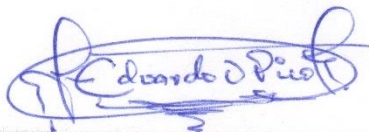
The analysis of a Strategic Management model to improve the organizational performance of the Association of Tourist Services of Ballenita (ASOSERTUR) determines the current situation in which it finds itself, evaluating the shortcomings that affect the administrative processes. The elements that meet the needs of this management model contribute to institute changes that allow each directive to maintain and be productive during the administration time, in such a way that they adopt and improve the direction according to the goal that the organization has. For the development of this work, the descriptive methodology was adopted to obtain the relevant data that contribute to the study and allow to discern the current diagnosis of the administrative management and the causal processes that have not allowed the growth of ASOSERTUR, with a mixed approach this is addressed. model in three phases, together with the actions that were carried out to collect the relevant information that pose a Strategic Management Model for Association, it is worth mentioning that the theoretical bases and references found contributed substantially to the objective of this study. The result of the information obtained in this investigative process better directs the companies that manage associativity, the directives will look for the alternatives that contribute to the administration providing strategic planning for their growth.

Keywords: Strategic Management, Organizational Performance, Administrative Process, Associativity.

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, "MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS, BALLENTA, CANTÓN SANTA ELENA", elaborado por la Sra. Lilibeth Tatiana Del Pezo Vera, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



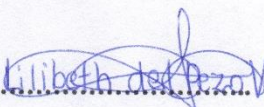
Lic. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.

PROFESOR TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación con el Título de “MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS TURISTICOS, BALLENITA, CANTÓN SANTA ELENA”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Lilibeth Tatiana Del Pezo Vera con cédula de identidad 092667989-5 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

f.) 

LILIBETH TATIANA DEL PEZO VERA

C.C. No.: 092667989-5

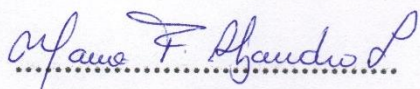
AGRADECIMIENTOS

A Dios supremo que es fuente de mi permanencia en este mundo, sus planes perfectos me dan la oportunidad de culminar con sabiduría y esfuerzo este proyecto que forma parte del cumplimiento de una meta universitaria que una vez me propuse terminar. A mi madre y mis hijos que son las personas que amo y por los que lucho y me esfuerzo todos los días.

A mi querido tutor que gracias a sus consejos y apoyo me dio una esperanza de avanzar y culminar esta etapa académica tan importante.

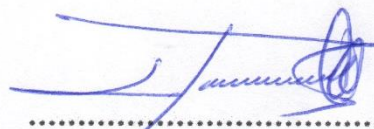
DEDICATORIA

Dedico con mucho cariño este trabajo a mi madre Liliana, por ser la única persona en el mundo que me da su amor incondicional y apoyo cada vez que necesito, porque su esfuerzo y sacrificio se ven reflejados en el logro de esta meta, es un ejemplo de lucha y perseverancia, a mis hijos Stefano y Rosalía que son los motores que me impulsan a ser mejor cada día.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

.....
Lcda. María F. Alejandro L., Mgt.

**DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



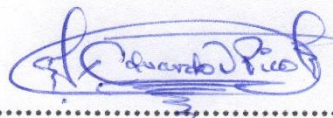
.....
Lcdo. José X. Tomalá Uribe, Mgt.

**DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



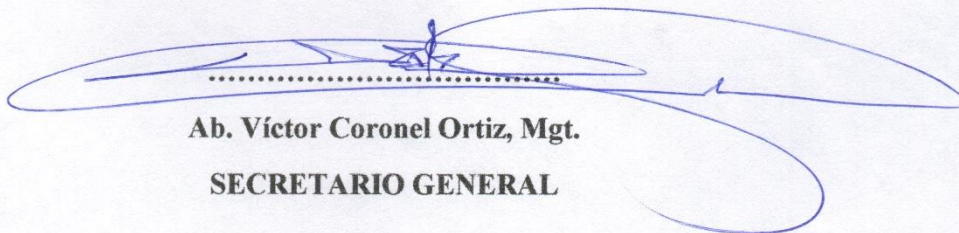
.....
Ing. Sabina Villón Perero, Mgt.

PROFESOR ESPECIALISTA



.....
Lic. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.

PROFESOR TUTOR



.....
Ab. Víctor Coronel Ortiz, Mgt.

SECRETARIO GENERAL

Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | |
| Capítulo I Marco teórico | 17 |
| Revisión de la literatura | 17 |
| Desarrollo de teorías y conceptos..... | 21 |
| Fundamentos Legales..... | 32 |
| Capítulo II. Materiales y métodos | 35 |
| Tipo de investigación | 35 |
| Métodos de investigación..... | 36 |
| Diseño de Muestreo | 37 |
| Diseño de recolección de datos | 38 |
| Capítulo III Resultados y Discusión..... | 39 |
| Análisis de datos de la encuesta a Socios de ASOSERTUR | 39 |
| Discusión. | 63 |
| Conclusiones..... | 69 |
| Recomendaciones | 70 |

Introducción

En el Ecuador existen iniciativas enfocadas a desarrollar emprendimientos que permiten a las familias obtener ingresos y aportar al crecimiento de diferentes sectores, según datos del último estudio GEM (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, 2019 – 2020), **Ecuador es uno de los países más emprendedores del mundo con un 36% de adultos que poseen un negocio establecido.** Las razones por las que pueden haber decidido crear su propio negocio son varias: el 83% lo hizo por falta de empleo, siendo esta la razón con la que se identifican la mayoría de los emprendedores, el 53% quería marcar la diferencia, el 36% quería generar riqueza y el 36% lo hizo para continuar con el negocio familiar.

Sin embargo, de acuerdo con el estudio, la tasa de emprendimientos que sobreviven a los primeros años es apenas del 3% y el volumen de emprendimientos que nacen por necesidad y no por una oportunidad sigue siendo alrededor del 50%, lo que quiere decir que, aún se debe trabajar mucho para ayudar a que los emprendedores formen grupos o asociaciones que cuenten con modelos rentables, sean dinámicos, tengan opciones de financiamiento adecuados y sean más innovadoras para diferenciarse y fortalecer el sector productivo del país.

La creación de asociaciones con vida jurídica conduce a que los grupos de negocios o afines se establezcan legalmente, tengan una directiva con estatutos, pero sin un modelo de gestión estratégica donde se direcciona a cada miembro y se establezcan las estrategias para alcanzar las metas a futuro pueden ser las causas de que muchos emprendimientos fracasen, por la deficiencia en la competitividad y su desarrollo a futuro se vea limitado.

En la provincia de Santa Elena, el impulso turístico ha dado lugar a muchos emprendimientos, algunos grupos comerciales han unido sus esfuerzos para formar organizaciones que su fin común es desarrollarse y crecer en el ámbito económico, diversas organizaciones son respaldadas por entidades gubernamentales como Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, Ministerio de Ganadería y pesca, Ministerio de Turismo, entre otras con el fin de regularizar las actividades que se realizan en la provincia y dan importancia a la formalidad con la que se ha establecido para brindar programas de capacitación o de financiamiento, también el apoyo que se da por parte de Municipios y Prefectura, se dirige a los grupos que se encuentran formalmente establecidos en los distintos lugares muy acogedores de la provincia peninsular.

En el cantón Santa Elena está ubicado el sector Ballenita, que contiene una de las playas que brinda buenas y diversas posibilidades turísticas por los distintos lugares como el Malecón Escénico, museo náutico, riberas y la gran variedad gastronómica de mayor concurrencia por visitantes, medio por el cual muchas familias obtienen ingresos y cada vez aumentan los emprendimientos que ayudan al desarrollo de esta localidad. Sin embargo, la informalidad dio paso a la creación de diversas asociaciones formales e informales.

Las asociaciones formales disponen de vida jurídica y existen otras sujetas a dirigentes de varias entidades que se agrupan para impulsar el desarrollo de la comunidad de acuerdo a las necesidades y crecimiento poblacional, entre una de ellas se destaca ASOSERTUR, Asociación de Servidores Turísticos creada por emprendedores de servicios turísticos en mayo del año 2019.

Generalmente ASOSERTUR, Asociación de Servicios Turísticos fue creada por varias personas nativas de Ballenita mediante convenio con el Departamento de Desarrollo Comunitario del GAD Municipal de Santa Elena; con el objetivo de ofertar servicios y productos turísticos en distintas áreas que los socios quieran impulsar. La **problemática** encontrada es que la Asociación de Servicios Turísticos de Ballenita carece de un modelo de gestión estratégica y consecuencia la ausencia de estrategias y filosofía institucional (misión, visión, objetivos, entre otros), escasez de una estructura de negocio (organigrama), y la deficiente planificación hace que la mayoría de socios realicen sus actividades de manera empírica.

Es pertinente por tanto considerar la preparación e implementación de un modelo o esquema en la Asociación debido a que es clave para llevar un control de las funciones y actividades para el cumplimiento de metas y objetivos establecidos conjuntamente, de tal manera la gestión estratégica promueva el seguimiento a los procesos de mejora continua, para detectar las debilidades presentes y tomar las medidas necesarias que aporten a fortalecer la Asociación de Servicios Turísticos Ballenita, cantón Santa Elena.

Por lo antes mencionado se considera importante que los dirigentes de la Asociación de Servicios Turísticos Ballenita conozcan como aplicar un modelo de gestión estratégica para que los demás miembros y nuevos socios de la Asociación tengan las directrices para establecer conjuntamente metas que aporten al crecimiento y competitividad en cada uno de sus negocios mejorando la productividad de sus emprendimientos y que la toma de decisiones conduzca al crecimiento y desarrollo institucional.

La **Formulación** del problema científico plantea la siguiente interrogante:
¿De qué manera el Modelo de gestión estratégica aporta al desempeño organizacional de la Asociación de servicios Turísticos de Ballenita, cantón Santa Elena?

En la **Sistematización** del problema se detalla las siguientes interrogantes:

- ¿De qué forma aportará el Modelo de gestión estratégica en el desempeño organizacional de la ASOSERTUR, Cantón Santa Elena?
- ¿Qué Modelo de gestión estratégica será idóneo en la Asociación de Servicios Turísticos para promover el desempeño organizacional?
- ¿Qué propone el Modelo de gestión estratégica para mejorar el desempeño organizacional de la ASOSERTUR de Ballenita, Cantón Santa Elena?

Los objetivos de esta investigación que se plantean en el desarrollo de este trabajo, tienen por **objetivo general**:

Establecer un modelo de gestión estratégica en base a un análisis situacional que aporte el desempeño organizacional de la Asociación de servicios turísticos del sector Ballenita en la provincia de Santa Elena.

Los **objetivos específicos** contribuyen al desarrollo de la propuesta de un Modelo de Gestión Estratégica para ASOSERTUR son los siguientes:

- Diagnosticar los elementos del proceso de gestión estratégica que contribuyan al mejoramiento de los servidores turísticos de Ballenita.
- Analizar los resultados recolectados mediante técnicas investigativas que orienten el planteamiento de estrategias para los negocios de ASOSERTUR.
- Proponer el Modelo de Gestión estratégica acorde a las necesidades de la ASOSERTUR que plantee opciones con valor agregado para el mercado meta.

El presente trabajo de investigación tiene como **justificación** que el desarrollo de negocios se origina de emprendimientos y grupos de personas que buscan un fin común, direccionando sus esfuerzos al crecimiento y creación de microempresas, la iniciativa de este estudio se plantea para establecer un Modelo de Gestión Estratégica para ASOSERTUR de Ballenita, la misma que cuenta con varios socios que desempeñan diversas actividades comerciales turísticas enfocadas al desarrollo local que influye en el desempeño organizacional, se plantea la propuesta de un Modelo de Gestión estratégica que permitirá contar con una planeación y adopción de nuevos conocimientos administrativos para que los directivos promuevan los cambios necesarios replicando en cada uno de sus negocios, que mancomunadamente tendrán una misión que cumplir.

El Modelo de Gestión estratégica determina una estructura organizacional para definir la jerarquía en la asociación identificando cada uno de los puestos y tareas que se deben realizar, estableciendo las líneas de autoridad que coordinen cada una de sus actividades al crecimiento futuro, además de potenciar el conocimiento de los directivos se convierte en una ventaja competitiva para responder con mayor facilidad a los cambios que se presenten en distintos campos de acción.

Desde el punto de vista científico esto servirá para investigaciones futuras y como punto de partida de otras asociaciones que formalicen su caso y establezcan las directrices hacia dónde quieren llegar, mediante un Modelo de Gestión estratégica que mejora el desempeño organizacional con el uso de técnicas e instrumentos de investigación que sean necesarias aplicar, para obtener información relevante y plantear procesos que fortalezcan las debilidades de la Asociación.

A causa del escaso conocimiento de procesos administrativos poco aplicados por los directivos, son falencias que influyen en el insuficiente desarrollo de sus negocios, la intención es aplicar un Modelo de gestión estratégica, que oriente a todos quienes la conforman para disponer de las directrices que determinen las estrategias a seguir que contribuyan al posicionamiento de la asociación como una de las entidades mejor organizadas y dirigidas que autogestionen y potencien los servicios turísticos que se oferta ASOSERTUR en las distintas temporadas.

La gestión administrativa en la Asociación de Servicios Turísticos Ballenita, por cuanto servirá de base para la ejecución de tareas, que enlazadas con sus metas y objetivos contribuyen a la supervivencia y crecimiento a través de varios procesos primordiales de la Administración como la planificación, dirección y control, optimizarán el desempeño organizacional, para tomar decisiones que motiven a todos los socios que la conforman a mejorar sus negocios.

El particular aporte se convierte en una propuesta que puede ser favorable para otras asociaciones que se estén formando, direccionando todos sus esfuerzos con las herramientas de un modelo de gestión estratégica que mejore los procesos administrativos internos eficientemente, viendo que se cumpla y alcance las metas establecidas, para lograr productividad y mejorar la calidad de vida de los grupos asociados en otras comunidades, cantones y provincias del país

La idea principal que defiende este trabajo de investigación plantea de manera focalizada que el Modelo de Gestión estratégica aportará significativamente al desempeño Organizacional de la Asociación de Servicios Turísticos de Ballenita en el Cantón Santa Elena.

La investigación que aquí se presenta está dividida en tres partes y cada una de ellas aborda el objeto de estudio desde diferentes ángulos, establecidos en su propia lógica, técnicas de investigación y presentación de resultados.

En el CAPÍTULO I, el “MARCO TEÓRICO” aborda antecedentes de otros estudios realizados similares al objeto investigativo y el aporte de artículos científicos que direccionan la investigación. También el marco teórico que describe una serie de comentarios y conceptos importantes que aportan varios autores de libros que refieren al tema investigativo, al igual que los fundamentos legales necesarios que respaldan la normativa vigente con la que fue creada y bajo que leyes se respaldan.

El CAPÍTULO II, titulado “METODOLOGÍA”, hace referencia al tipo de investigación que se va instaurar con la descripción de los métodos aplicados para la obtención de información valiosa, selección de población y muestra, finalmente describe la recolección de datos como soporte investigativo.

En el CAPÍTULO III, los “RESULTADOS Y DISCUSIÓN”, describen detalladamente los datos auscultados con lo que se valida la aplicación del modelo propuesto como los beneficios de su ejecución práctica y detalla en este apartado la discusión de los resultados más relevantes con el sustento de la revisión de la literatura y los aportes significativos que ilustran el Modelo de gestión estratégica para mejorar el desarrollo organizacional de ASOSERTUR, además se detallan las Conclusiones y Recomendaciones que el caso amerita.

Capítulo I

Marco Teórico

Revisión de la Literatura.

Para el modelo de gestión estratégica se toma en consideración los siguientes temas. El Modelo de gestión estratégica para la competitividad de empresas familiares en la provincia de Santa Elena, año 2019, autor: Ing. Iván Xavier Zúñiga Constantine, MBA., el objetivo general es determinar la factibilidad de un modelo de gestión estratégica dinámico mediante un análisis de la situación actual de los negocios, emprendimientos y las MiPymes que impulse el desarrollo y dinamice la competitividad de las empresas familiares en el contexto de la provincia de Santa Elena.

La metodología que se utilizó es de tipo descriptivo, con datos cuantitativos, los cuales han dependido de conocimientos previos referentes a los sucesos acontecidos a través del tiempo. En cuanto a los métodos utilizados en este trabajo menciona el método inductivo para identificar las tareas a ejecutarse en el estudio técnico y el método analítico para el análisis de datos. La población y muestra se desarrolla con el sustento del catastro municipal de los tres GAD. La muestra por conveniencia calculada para el estudio es tomada a partir del 1% de la población de las empresas familiares, que es 200 personas en total.

Según los resultados el mayor porcentaje corresponde a que si es necesario un modelo de gestión estratégica para la organización ya que como líderes al mando de la empresa saben que esto es un factor importante para llevar a cabo en la empresa.

Del presente estudio mediante las herramientas de recolección de información, se pudo conocer la situación real de las empresas familiares, una de las problemáticas que afecta la estabilidad, es no contar con herramientas administrativa que le faciliten administrar correctamente, además se determinó que no existe misión, visión, metas estratégicas, cultura organizacional, esto afecta a la competitividad de las empresas en el mercado en el cual desarrollan su actividad.

El segundo tema que se considero es el Diseño de un modelo de gerencia estratégica para las empresas hoteleras del departamento de Sucre, en los Municipios de Santiago de Tolú y Coveñas, subregión Golfo de Morrosquillo y Sincelejo, año 2017, autor Neil Darío Vitola Cumplido y Blas Arturo Ojeda Pugliese, el objetivo general es diseñar un modelo de gerencia estratégica en las empresas hoteleras del departamento de Sucre, en los municipios de Santiago de Tolú y Coveñas, la metodología es empírico - analítico y su unidad de análisis son las micro y pequeñas empresas turísticas, la población son las empresas hoteleras, así como sus gerentes – propietarios y directivos turísticos, las fuentes y técnicas de recolección de datos son primarias y secundarias con una guía de entrevista.

Los resultados del presente diagnóstico a las empresas hoteleras, establece que existe una cultura empresarial, pero, en la mayoría de ellas no se encuentran establecidas y consolidadas. Los directivos reconocen la enorme influencia de los valores empresariales en la gestión de empresas, no obstante, el alineamiento entre la estrategia empresarial y la cultura es débil. Por ende, son los actores del turismo en Sucre, liderado por los hoteleros y el apoyo del sector público, quienes deben implantar el Plan de Acción del proyecto.

En el artículo que titula Gestión Estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia, 2017, autor Mario Javier Brume González, en la organizaciones no se logra una gestión estratégica exitosa, sobre todo porque consideran que el ejercicio estratégico es anual, olvidando que el seguimiento de la misma depende del seguimiento diario, especialmente si la estrategia se liga con el presupuesto y las metas en cada una de las áreas funcionales y procesos operativos tácticos de la organización.

La metodología de la investigación se fundamenta, en primer lugar, en una revisión documental-bibliográfica, basada en descripciones de trabajos realizados por otros investigadores, es una investigación de enfoque epistemológico, cuantitativa-positivista, apoyada en la observación directa y el estudio descriptivo de campo, donde se referencia aleatoriamente a ocho empresas.

Los resultados manifiestan que las herramientas para la gestión estratégica son catalizadoras que facilitan la traducción de la estrategia de la empresa en un conjunto de indicadores para la consecución de objetivos estratégicos de la organización estratégica, el 45% de los funcionarios interrogados, expresan que ocasionalmente, se acude a la aplicación de herramientas de gestión estratégica

Por lo tanto, las herramientas de gestión estratégica, deben ser de fácil entendimiento y apropiación, tienen que dejar de ser vistas como simples instrumentos que generan datos y que requieren de tiempo para su aplicación, su visión debe enmarcarse como el principal recurso para la toma de decisiones acertadas.

Considerando el artículo Gerencia estratégica, herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones, Venezuela, 2019, autores González Jorge, Salazar Flor, Ortiz Raúl, Verdugo Darwin, el objetivo de este trabajo consiste en analizar la gerencia estratégica en las organizaciones como herramienta en la toma de decisiones y responder a las exigencias del entorno competitivo, la metodología cualitativa, con enfoque documental, sentado en las bases de una investigación de mayor alcance, se revisan documentos especializados con el fin de realizar una disertación teórica.

Los resultados indican que la literatura especializada en el área es diversa y arrojan elementos esenciales para la construcción del pensamiento estratégico, este último caracterizado por el desarrollo de procesos críticos y un aspecto importante que se menciona es que toda organización necesita tener directrices o políticas que alguien, facilite a través del análisis, tanto interno como externo, saber cuáles son los objetivos que se espera obtener en el futuro y es allí donde surge la planeación estratégica, como parte de la gerencia estratégica define el alcance, y cuál es la razón de ser de la empresa, son algunos aspectos importantes que van a permitir plantear estrategias necesarias para cumplir con lo que se espera.

Por tanto, es evidente la necesidad de que las empresas adopten métodos o técnicas acorde a los nuevos tiempos que les permita sobrevivir e incluso crecer y consolidarse en estos ambientes que son cada vez más turbulentos y complejos. Es aquí donde, sin duda, la gerencia estratégica tendrá un papel más preponderante en diseñar un modelo de gestión estratégica, tomando en cuenta todos los aspectos que anteriormente se mencionan.

Desarrollo de teorías y conceptos

Modelo de gestión estratégica

Establecer un modelo de gestión estratégica incluye toda la normativa y gestiones necesarias para que se lleve cabo de mejor manera las actividades de la organización. Un modelo consiste en plantear a la organización, una planificación, propios de todas las actividades que se deben desarrollar, así como el control y cumplimiento de las normas establecidas respecto a las condiciones que proponga la empresa. (Sanchez de Puerta , 2016)

También se menciona que, como parte indispensable del crecimiento de una empresa, los miembros deben ser regulados y coordinados en cada área con sus respectivas actividades y normas a cumplir, con la documentación necesaria que especifique la relación existente entre el colaborador y la empresa durante el periodo estimado.

Gestión Institucional

La gestión en las empresas hace mención a la organización, control y preservación de todas las actividades que se realizan por los directivos y quienes la conforman, así como el control y acatamiento de las normativas que se establecen interna y externamente. (Sanchez de Puerta , 2016)

Se considera que, es importante tomar en cuenta que los miembros de una organización deben ser reglamentados y ordenados según los movimientos departamentales, mediante la documentación que establezca las funciones necesarias para su cumplimiento en las distintas áreas que requiera la empresa, como el vínculo entre accionista y empresa para un mejor desenvolvimiento empresarial.

Recursos

Las organizaciones establecen sus movimientos de mejor manera con los recursos y suministros necesarios, durante un tiempo determinado en el campo que se va a desenvolver. (Izquierdo Carrasco, Verdu Bevia , & Ahmed Mohamed, 2018)

Capacidades

En las organizaciones que han tenido éxito mundialmente no solo se cimenta en aquellas que tienen todos los recursos, sino también las capacidades del talento humano frente a los cambios que se presentan, y las ideas rápidas y moldeables, para encargarse, sistematizar y redelimitar eficientemente las capacidades del personal. (López Cabrales & Pasamar, 2018)

Planificación.

En las áreas viables en cuanto al turismo, debe alinearse las normas que permitan el ordenamiento, y la planificación dirigida a la expansión turística. todo apunta a una acertada planificación en beneficio del desarrollo turístico, diseñado para los distintos sectores que se desenvuelven las empresas o las organizaciones con actividades productivas. (Rivas García, 2017)

La planeación se vincula con un concepto a futuro, y la persona preparada con conocimientos teóricos y empíricos que hace uso de las técnicas apropiadas como modelos o sistema, los direcciona hacia el futuro, decidiendo en el presente las medidas necesarias para cumplir el objetivo. Normalmente quien resuelve la planeación dentro de la empresa es el gerente propietario o líder que se convierte en la cabeza de la organización, así como también delega quien puede manejar el proceso, con el fin de que en su ausencia continúe con las actividades planeadas. (Torres Hernández, 2015)

Misión y visión

La visión es una idea compartida sobre lo que pretendemos para la organización sea o llegue ser, con un propósito encabezado para direccionarla al futuro. Al igual que la misión define el propósito que diferencian unas empresas de otras, es la parte esencial que mueve a sus colaboradores hacia la visión, su revisión es habitualmente, no existe un tiempo recomendado para determinar que se cumpla, por lo común se lo realiza cada diez años, pero cada organización lo puede hacer cuando lo considere necesario. (Torres Hernández, 2015)

Estrategias

Es un esquema de acciones y recursos estructurados para lograr los objetivos en una empresa y obtener los resultados en un periodo o plazo determinado por las organizaciones (Torres Hernández, 2015)

Los directivos de organizaciones evalúan constantemente el proceso de puesta en práctica de la estrategia, sin importar la situación, la prioridad es impulsar ejecución de la estrategia. (Luna González, 2015)

Las estrategias deben ser establecidas en función del ciclo de vida y la posición de mercado, su desarrollo debe plantearse oportunamente y también innovadoras ya que los mercados y gustos de los consumidores están en constante variación. Finalmente, las estrategias son los cursos de acción que se establecen para obtener los objetivos planeados y las tácticas son las actividades específicas que a diario se realizan para el cumplir las estrategias planteadas que se establecen en función de la rentabilidad y las principales prácticas administrativas que se aplicarán en su desarrollo. (Ospina Díaz, 2020)

Organización

Este proceso aplicable a la ciencia y tecnología, se acopla a modelos de estructura, comunicación y control, también considerando las variables como descentralización y complejidad. (Torres Hernández, 2015)

Toda organización debe tomar en cuenta la gran variedad de factores que son elementos importantes en un ambiente externo que interactúan entre sí y son cambiantes. (Thompson, y otros, 2018)

Estructura administrativa

Existen varios tamaños y estructuras en las empresas, entre ellas una estructura simple que se adopta a las organizaciones micro, la estructura funcional que la emplean las medianas empresas y la estructura divisional para grandes corporativos. (Torres Hernández, 2015)

Manual de Funciones

La atribución de normas y sanciones en la organización por los directivos es adaptable al contexto institucional, de forma oportuna y necesaria para ganar legitimidad e incrementar la supervivencia, independiente de los valores que los miembros hallan instaurado.

La mayoría de organizaciones utilizan practicas homogéneas de acogida como manuales por razones prácticas, que facilitan la incorporación de las normativas en el personal existente, como también en el nuevo personal, las normas que se establecen en los manuales pueden contener aspectos de prevención de riesgo, buenas prácticas, disponer de este instrumento es positivo en términos de imagen, como también influye en la organización creando una cultura de bienestar común para todos. (Gallardo Gallardo & Galiana Llasar, 2016)

Dirección

Al formalizar una empresa como parte de la visión estratégica, la dirección se fundamenta en todos los movimientos que se establece para el recurso humano, previamente planificados, con las coberturas en cada una de sus áreas.

La dirección permite conocer escenarios a futuro, al igual que los desafíos que debe superar la empresa contribuyen a la definir las competencias necesarias para que los miembros de la organización sean prácticos ante los retos. (Crespo, 2021)

La importancia de dirección refiere a los demás elementos de la organización y viene marcada por características importantes como:

- Pone en marcha todos los procesos establecidos durante la planificación y organización
- Formas de conducta más deseables en los miembros de la estructura organizacional.
- Es determinante la motivación y consecuente en la productividad.

Toma de decisiones

Las decisiones que se toman se direccionan por naturaleza al campo administrativo, y son las que se relacionan con personas, dinero, o los planes a futuro. Por otro lado, la toma de decisiones deja gran impacto en la mente de las personas. Este proceso permite elaborar un esquema con los detalles oportunos y las medidas que se toman para lograr las metas, resolviendo problemas, mediante los métodos dinámicos para examinar normalmente la toma de decisiones. (Torres Hernández, 2015)

Comunicación

En las organizaciones es trascendental la comunicación, tanto interna con todos los colaboradores, como externamente, ambas permiten la organización y dirigir de mejor manera toda la información para tomar decisiones en un clima de confianza sin autoritarismo que lo obstaculicen.

La comunicación debe fluir, además de crear un registro de los temas que se traten, así evitaremos malentendidos en la organización y no ser objeto de manipulación perdiendo el control y credibilidad. (Albarrán Francisco, 2015)

Un factor importante de la comunicación en la actualidad es el uso de los recursos tecnológicos, estos mejoran la comunicación entre los habitantes de una comunidad, las extensas posibilidades es un salto importante que está redelineando modos de conocer y relacionarse con las personas. (Lerma Kirchner, 2019)

Control

Son todas las tareas administrativas encaminadas a obtener el impacto real que reorganiza la empresa y sus colaboradores, con los planes señalados por los directivos, en todas las áreas de la empresa que se consideran clave, el control juega un papel importante para valorar los resultados de evaluar internamente la empresa y tomar las decisiones para mejorar a corto, mediano y largo plazo. (Torres Hernández, 2015)

Se considera que en las organizaciones para mejorar los procesos se debe medir-controla-mejorar, este es el trinomio inherente que implica vigilancia a las actividades, así como la evaluación y resultados que aportan a la retroalimentación para la mejora continua internamente en la empresa. (Torres Hernández, 2015)

Supervisión

Desde la perspectiva de administración la supervisión corresponde a la gestión y dirección de las organizaciones que buscan el cumplimiento de objetivos para obtener la máxima eficacia. Su aplicación en mayor medida es aplicada para el desarrollo y transformación de los procesos que se estén aplicando, dando lugar a tomar los correctivos que apoyen al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Mediante la observación y otros elementos claves de supervisión se obtienen la información necesarios para evaluar una situación y las perspectivas para su análisis. (Puig Cruells, 2016)

Retroalimentación

Este parámetro es la línea continua que simboliza la realimentación del proceso de planeación, es parte esencial para crecer y obtener los resultados esperados por la empresa. (Torres Hernández, 2015)

Desempeño organizacional

La gestión basada en el desempeño involucra que los objetivos estén bien planteados al igual que las competencias es sustancial para que la organización obtenga los resultados, asociar el talento humano con las estrategias de la empresa promueve el desempeño organizacional. Todo se centra en los resultados que obtiene la empresa con respecto a sus objetivos y metas durante el trayecto de cada periodo. Tanto la evaluación de desempeño como la evaluación de potencial se consideran herramientas fundamentales para la gestión administrativa, tanto así que los directivos con los resultados obtenidos determinan lo más conveniente para su aplicación. (Crespo, 2021)

Políticas

Las políticas son conceptos que ordenan y ubican los criterios y operaciones de los directivos para tomar decisiones, llevando a cabo las estrategias que tiene la Organización.

Al establecer las políticas, procedimientos, programas y pronósticos son los elementos importantes para la planificación hacia la ejecución de las estrategias. (Luna González, 2015)

El enfoque de establecer políticas atribuye calidad para cumplir con las estrategias, de forma asertiva que todos los miembros de la organización la entiendan y desarrollen sus actividades de acuerdo a la visión. (Evans & Lindsay, 2015)

Políticas Internas

Al delimitar e instituir una política principal, con identidad propia, y que dentro del ámbito empresarial proponga resultados a los problemas que surgen en la gestión de recursos humanos.

Crear políticas implica tener un amplio conocimiento de las fuerzas y debilidades de la organización y los factores internos que inciden en las personas. (Rubió, 2016)

Reglamento interno

El reglamento interno son las reglas que se plantean y establecen al interior de la empresa, que regulan el comportamiento y forma de trabajar interna, todos los miembros deben seguir las disposiciones estrictamente y cumplir las normativas de cada organización. (Quiñones Martín, 2016)

Desempeño

El desempeño prevé los medios para un rendimiento individual y transformarlo a colectivo, para lograr resultados en el rendimiento organizacional. (Crespo, 2021)

El desempeño organizacional no logra su mayor rendimiento a menos que cada área de la organización proponga y persiga metas de desempeño que aporten a los resultados que se quieren obtener. (Thompson, y otros, 2018)

Rendimiento

En el rendimiento se especifica que los colaboradores alcanzaron o no lo previsto por la organización, como también los incentivos y sanciones si no se cumplió con lo propuesto.

Este proceso formal y sistemático identifica y evalúa al talento humano con el que cuenta la empresa, con la finalidad de diferenciar en cada área la productividad y los correctivos necesarios para mejorarla. (Crespo, 2021)

Evaluación

En la actualidad la evaluación de los recursos humanos es un requisito necesario para que la gestión de las organizaciones, toda la información confiable que se pueda recabar determina el grado de motivación de los socios y empleados.

La evaluación permitirá en cualquier orden jerárquico proveer una adecuada retroalimentación a los accionistas, para corregir estilos de trabajo que no aportan a la empresa. Subjetivar genera mejor comunicación, más abierta entre directivos y subordinados para de forma explícita exponer las tareas principales acorde a los parámetros que la misión de la empresa se plantea. (Crespo, 2021)

Competitividad

Es la capacidad de perdurar, desarrollarse, dominar a los competidores, dada la adquisición de varios atributos que lo diferencian, que estableciéndose de forma adecuada llevan al éxito a la organización.

Para su aplicación se integra un conjunto de técnicas enfocados al análisis de un mercado, medio ambiente, mejores prácticas, modelos a imitar y las acciones necesarias, para que la organización reúna todos los atributos para competir y tener el crecimiento oportuno para llegar al éxito (Lerma Kirchner, 2019)

Mercado

Un mercado es útil apalancarse de dos maneras, primero radica en descubrir todas las opciones que son posibles; y la segunda considerar los criterios relevantes para tomar la mejor decisión en cada uno de los casos. (Villanueva & Toro, 2017)

Un análisis previo es que, en la mayor parte de negocios, existe una variedad de mercados, las comerciales ofrecen un planteamiento, como también las de servicios, ambas se dirigen a cubrir las necesidades que existen, tipos de clientes, zona geográfica, entre otro aspecto a tomar en cuenta, es delimitar todos los procesos que se deben accionar para mantener el mercado. (Villanueva & Toro, 2017)

Benchmarking

Este proceso metódico se pone en práctica para analizar los productos, servicios y procesos de trabajo de las empresas que se desenvuelven en un ámbito competitivo, tomando en consideración las buenas acciones con el fin de realizar mejoras en las sociedades que lo ejecutan. (Luna González, 2015)

Calidad de servicio

La calidad es la suma de las cualidades que cumple con todos los requisitos que determina el cliente. Se considera que son todos los esfuerzos de las personas que conforman una sociedad obrera de bienes y servicios, es parte medular y de mayor importancia para que las empresas alcancen el éxito.

La administración de la calidad total apunta a la producción de productos con calidad y entrega con excelente atención a los clientes, su éxito se remonta a los esfuerzos de los empleados en todas las áreas existentes orientados a satisfacer las necesidades de los clientes. (Luna González, 2015)

Satisfacción

El sentido exacto para alcanzar la satisfacción se produce según los planes que haya estructurado la empresa, que al ser ejecutados logran la fidelización de sus clientes y complacencia de las necesidades. Todos los factores que determinan la satisfacción, son indicadores claves que la organización debe tomar en cuenta en el desarrollo de sus actividades estos deben ser medibles de acuerdo a los estudios que plantee la empresa para una mejora continua. (Villanueva & Toro, 2017)

Expectativas

Se refiere a los cambios que quiere lograr la empresa al ofrecer un producto o servicio a sus clientes y determinan bajo estas situaciones importantes: Promesa de la empresa sobre los beneficios que brinda el producto o servicio, experiencia de compras anteriores, opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión, promesas que ofrecen los competidores. Las empresas deben establecer expectativas, y tomar en cuenta el índice de satisfacción, pues no siempre indica un bajo nivel de calidad del producto o servicio. (Mateos de Pablo Blanco, 2019)

Fundamentos Legales

Se considera los siguientes aspectos legales que forman parte de este estudio investigativo y que aportan al desarrollo del tema de investigación

Desde el 2008, la Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 283 define al sistema económico como “social y solidario, que reconoce al ser humano como sujeto y fin; que propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y que tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”. En concordancia a la Constitución, la Ley de Economía de Popular y Solidaria tiene por objeto:

- Reconocer a las organizaciones de la economía popular y solidaria como motor del desarrollo del país;
- Promover los principios de la cooperación, democracia, reciprocidad y solidaridad en las actividades económicas que realizan las organizaciones de la EPS;
- Velar por la estabilidad, solidez y correcto funcionamiento de las organizaciones de la EPS; Establecer mecanismos de rendición de cuentas de los directivos hacia los socios y miembros de las organizaciones de la economía popular y solidaria;
- Impulsar la participación activa de los socios y miembros en el control y toma de decisiones dentro de sus organizaciones, a diferencia de las actividades económicas privadas;

Por otro lado, también es importante tomar en cuenta que según el acuerdo ministerial No. 2022-010 considerando que:

El artículo 5 de la Ley de Turismo señala cuales son las actividades turísticas; el artículo 8 de la Ley de Turismo señala que: “Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigente”;

El artículo 9 de la Ley de Turismo señala que: “El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda”;

El artículo 47 del reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo establece: “Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turístico en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimientos y otros (...);

Finalmente, y de conformidad con lo señalado en el artículo 138 de la Constitución de la República del Ecuador y el artículo 64 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, fue aprobada la “LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN”, por la Asamblea Nacional el 18 de febrero de 2020.

Que, de acuerdo con el artículo 66, numeral 15, de la Constitución de la República del Ecuador, se reconoce y garantiza a las personas “el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental”;

Que, en el artículo 284 de la Constitución de la República del Ecuador, en sus numerales 6 y 7, indica entre los objetivos de la política económica se encuentran los siguientes: “impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales” ; y, “mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleos sostenibles en el tiempo”;

Que, el artículo 310 de la Constitución de la República del Ecuador dispone que “el sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros.

El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo.

Capítulo II.

Materiales y métodos

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se desarrolla en este estudio, es descriptivo, pues fue necesario obtener la información en la Asociación de Servicios turísticos Ballenita para mejorar la gestión estratégica, mediante un diagnóstico de situación actual y proponer los cambios necesarios para su mejor desenvolvimiento.

Además, se efectuó con un enfoque mixto, que refiere al análisis de información de los aspectos administrativos que tiene ASOSERTUR de forma cualitativa para entender las prácticas administrativas que se llevan a cabo, como también cuantitativa que determina la influencia de ciertas variables derivadas de un modelo de gestión estratégica sobre el desempeño organizacional que optimizará la administración en la Asociación de servicios turísticos Ballenita.

Con el análisis mixto que se realiza en esta investigación se puede mencionar que se desarrolló bajo 3 etapas:

Fase I: Valoración actual de ASOSERTUR, mediante una encuesta se generan datos referentes al conocimiento de herramientas y procesos administrativos, así como la valoración externa de los clientes frecuentes.

Fase II: Representación de un esquema de Modelo de Gestión Estratégica con los componentes esenciales que se amoldan a las necesidades.

Fase III: Recomendaciones de la Adaptabilidad de un Modelo de Gestión Estratégica para mejorar la situación administrativa que genere mayor productividad y desarrollo de ASOSERTUR.

Métodos de investigación

Es preciso expresar que, en este trabajo de investigación se utilizó el método inductivo, debido a que los datos particulares que se presentan son necesarios para establecer los parámetros importantes en el modelo de gestión estratégica, y el método analítico para desagregar los componentes que direccionen el desempeño de la organización ASOSERTUR.

El método inductivo se caracteriza por facilitar el estudio particular de las especificidades de un modelo o patrón en este caso de gestión estratégica que contribuya al liderazgo de los dirigentes de la institución y que a la vez aporte al desarrollo organizacional de la entidad, pues fue creada para garantizar la estabilidad de los emprendedores de servicios turísticos de la localidad.

Y, el método analítico, porque permite la descomposición de elementos que ayudan a descubrir y considerar la información apropiada para direccionar la gestión estratégica pertinente que promueva la solución de los problemas administrativos que tiene la entidad y que sobre todo contribuyan a mejorar el desempeño organizacional orientando a cumplir los procesos efectivos que garanticen la permanencia de los emprendedores turísticos en sus campos de trabajo para que mediante un desenvolvimiento apropiado de las actividades inherentes al negocio e impulsen una excelente atención a los turistas y usuarios de sus servicios.

El análisis de la información permitió obtener explícitas concepciones del objeto de estudio para desarrollar con precisión las pautas para proponer el modelo de gestión estratégica que se ajuste a las necesidades actuales de ASOSERTUR y aporte a su crecimiento institucional.

Diseño de Muestreo

La población se concentra en todos los socios activos e inactivos que pertenecen a la Asociación de Servicios Turísticos de Ballenita en el cantón de Santa Elena, provincia de Santa Elena, que desarrollan actividades comerciales y de servicios turísticos como también los que aún no tienen en marcha su negocio.

La población al momento es de veintiún socios desde que se formó ASOSERTUR, entre los mencionados 10 activos, se refiere a los que tienen en marcha su negocio, y 11 inactivos que por las circunstancias de la pandemia sus negocios se encuentran en stand by, próximos a reactivarlos.

La muestra aplicada es muestreo no probabilístico, es adecuado para esta investigación, al tener seleccionado el objeto de estudio como es ASOSERTUR, se documentará los factores claves y necesarios para elaborar el modelo pertinente para su desarrollo, con la estimación precisa de acuerdo al número de colaboradores que pertenecen a la misma.

Se toma en consideración todos los miembros que pertenecen desde su creación para este estudio, que tiene el objetivo de analizar los motivos de la deficiente administración que causa un bajo rendimiento en el desempeño organizacional. Para cumplir dicho propósito se seleccionó una muestra no probabilística de socios activos e inactivos que pertenecen a la Asociación, de esta manera se toma en consideración a los veintiún socios, como también se toma en cuenta a 200 clientes frecuentes que visitaron últimamente los negocios establecidos por los socios de ASOSERTUR en Ballenita, para generar los datos e información valiosa que aporten al desarrollo de un modelo de gestión estratégica.

Diseño de recolección de datos

La técnica aplicada en la investigación para la recolección de datos es la encuesta a los 21 socios activos e inactivos que pertenecen a la Asociación de Servicios Turísticos Ballenita de la Provincia de Santa Elena, de igual manera se plantea la encuesta a 200 clientes frecuentes que adquieren los servicios y productos que oferta cada socio. Esta recolección de información sirve para obtener información externa e interna y adquirir datos relevantes que enriquezcan la investigación, vinculando la situación actual con las necesidades que tiene ASOSERTUR.

El cuestionario elaborado para auscultar la información de los encuestados se compone de doce preguntas donde se aplica el método de medición escala de Likert y obtener datos importantes con los parámetros de medición, mediante la herramienta de formularios de Google se recopila toda la información de forma eficiente, facilitando el contacto con los socios y clientes frecuentes.

En el cuestionario se analiza información sobre los recursos necesarios con los que debe contar para su desenvolvimiento, si se realizan capacitaciones continuas, las estrategias para ser competitivos, la estructura administrativa, manual de funciones, la toma de decisiones oportunas, la comunicación recíproca, la participación activa, desarrollo de políticas internas, si está de acuerdo con auditorías para medir el rendimiento, el nicho de mercado al que se dirigen los socios y la reactivación de las actividades con nuevos socios. Todos los resultados obtenidos interna y externamente servirán para el desarrollo del Modelo de Gestión Estratégica para que fortalezca su desarrollo.

Capítulo III

Resultados y Discusión

Análisis de datos de la encuesta a Socios de ASOSERTUR

1. Recursos

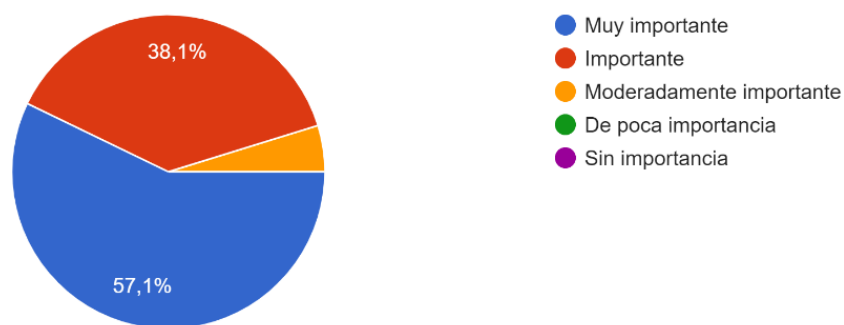
¿Considera importante que ASOSERTUR, Asociación de servicios turísticos debe contar con los recursos necesarios para su desenvolvimiento?

Tabla 1.

| Categoría | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Muy importante | 57.1% |
| Importante | 38.1% |
| Moderadamente importante | 4.8% |
| Total | 100% |

Nota: Importancia de los recursos

Figura 1.



Nota. Importancia de los recursos para ASOSERTUR

La gráfica muestra que el 57% considera muy importante que la Asociación cuente con los recursos necesarios para sus actividades comerciales, así mismo refleja que el 38,1% lo considera importante y el 4,8 % moderadamente importante, al identificar las necesidades se debe establecer los recursos humanos, financieros, tecnológicos y organizacionales prioritarios para el desarrollo de ASOSERTUR.

2. Capacitaciones

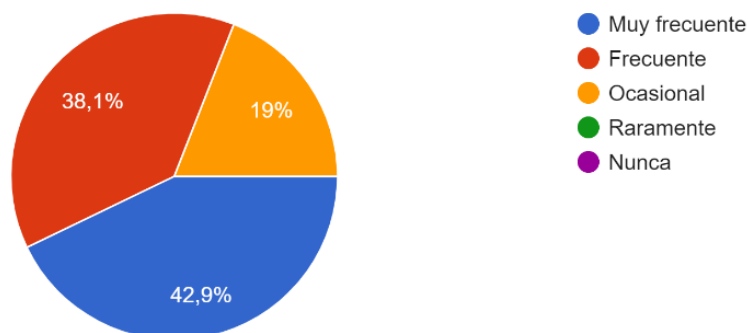
¿Se realiza capacitaciones continuas en ASOSERTUR para mejorar el desempeño de sus actividades?

Tabla 2

| Categoría | Porcentaje |
|---------------|------------|
| Muy frecuente | 42.9% |
| Frecuente | 38.1% |
| Ocasional | 19% |
| Total | 100% |

Nota: Frecuencia de las capacitaciones

Figura 2.



Nota. Frecuencia con la que se realizan capacitaciones.

Los resultados indican que el 42,9 % considera que se realizan capacitaciones muy frecuentes, este punto a favor debe permanecer en ASOSERTUR determina las necesidades para su desarrollo y crecimiento, a su vez la permanencia de capacitaciones mantendrá a todos los miembros en constante aprendizaje, seguido del 38,1 % frecuentemente y el 19% ocasionalmente es evidente que se deba mantener pero también establecer lo necesario para que la organización crezca y todos los socios se desenvuelvan eficientemente.

3. Estrategias

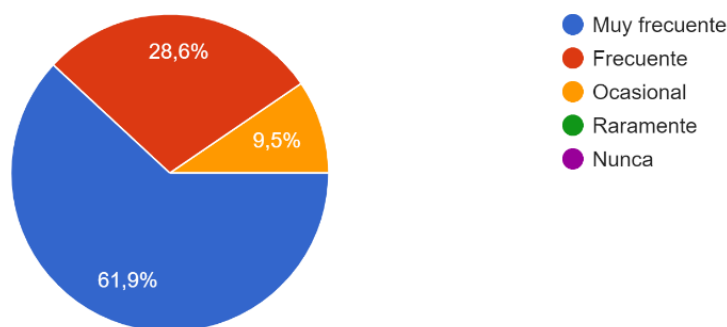
¿Debe formular ASOSERTUR estrategias competitivas que contribuyan al desarrollo de sus negocios?

Tabla 3

| Categoría | Porcentaje |
|---------------|------------|
| Muy frecuente | 61.9 % |
| Frecuente | 28.6% |
| Ocasional | 9.5% |
| Total | 100% |

Nota: Formulación de las estrategias

Figura 3



Nota Formulación de las estrategias

En los datos obtenidos se demuestra que el mayor porcentaje 61,9 % indica que debe ser muy frecuente formular estrategias, pues la ausencia de las misma limita descubrir oportunidades y establecer los aspectos que contribuyan al crecimiento, como también detectar los fallos para una mejora continua en ASOSERTUR, seguido del 28, 6 % se califica como frecuente y el 9,5% ocasionalmente, en mayor proporción la implantación de estrategias es el nexo que debe complementar a la planificación.

4. Estructura

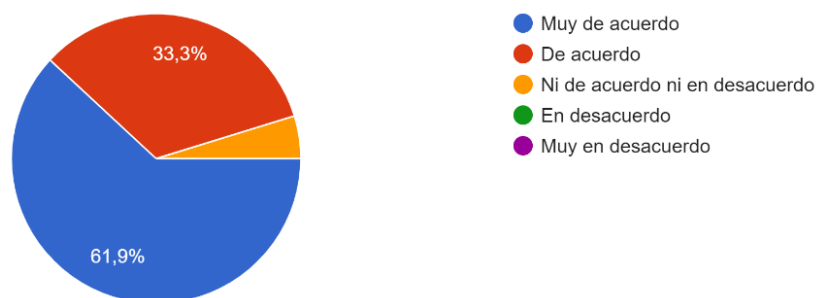
¿Considera que establecer la estructura administrativa en ASOSERTUR debe ser de conocimiento de todos los involucrados?

Tabla 4

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 61.9% |
| Desacuerdo | 33.3% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 4.8% |
| Total | 100% |

Nota: Establecer la estructura administrativa

Figura 4



Nota. Establecer la estructura administrativa

El mayor porcentaje de 61,9% de los socios de ASOSERTUR consideran que deben contar con una estructura administrativa formal, la ausencia de la misma no permite dirigir a la asociación de acuerdo a sus necesidades, al no tener en orden cada una de las actividades junto con los procesos, para su buen funcionamiento seguido de 33,3% está de acuerdo y el mínimo 4,8% que plantea no estar en acuerdo, ni en desacuerdo, se puede notar que su importancia permitirá fluir la información para un mejor rendimiento.

5. Manual de funciones

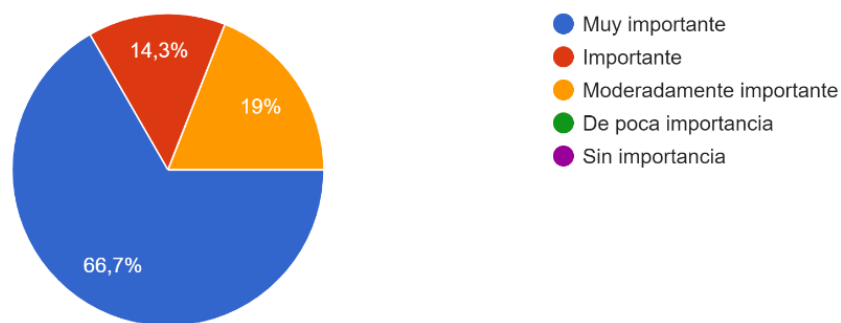
¿Considera que ASOSERTUR debe contar con un manual de funciones que describa las tareas de cada colaborador?

Tabla 5

| Categoría | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Muy importante | 66.7% |
| Importante | 14.3% |
| Moderadamente importante | 19% |
| Total | 100% |

Nota: Importancia del manual de funciones

Figura 5



Nota. Importancia del manual de funciones

Los datos indican que el 66,7% califica muy importante que ASOSERTUR instaure un manual de funciones, también el 14,3% lo considera importante y el 19% moderadamente importante, en mayor proporción se justifica significativamente que al desarrollar el manual de funciones permitirá a los directivos llevar un control de las tareas que deba desempeñar cada uno de los socios para una eficiente administración en cada periodo, a su vez facilitará la inducción a nuevos socios orientándoles sobre las funciones y responsabilidades.

6. Toma de decisiones

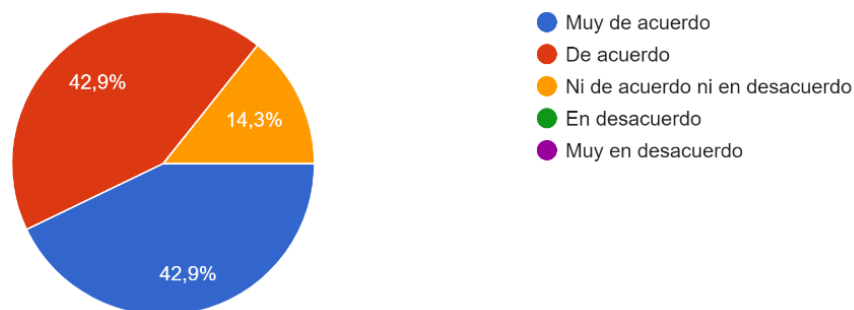
¿Permite la toma de decisiones oportunas por parte de los directivos resolver problemas inmediatos en ASOSERTUR?

Tabla 6

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 42.9% |
| De acuerdo | 42.9% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 14.3% |
| Total | 100% |

Nota: La toma de decisiones por directivos

Figura 6



Nota. La toma de decisiones de directivos

En la toma de decisiones los resultados expresaron que el 42,9% considera estar muy de acuerdo, el 42,9% está de acuerdo, esto influye positivamente para que el directorio tome en consideración su participación activa al identificar un problema que está afectando ASOSERTUR, es oportuno que al tomar decisiones se mejore el rendimiento en la misma, los resultados optimizara el rendimiento y la capacidad de enfrentarse a problemas futuros, marcando el mejor camino al desarrollo, en un menor porcentaje el 14,3% esta ni de acuerdo ni en desacuerdo.

7. Comunicación

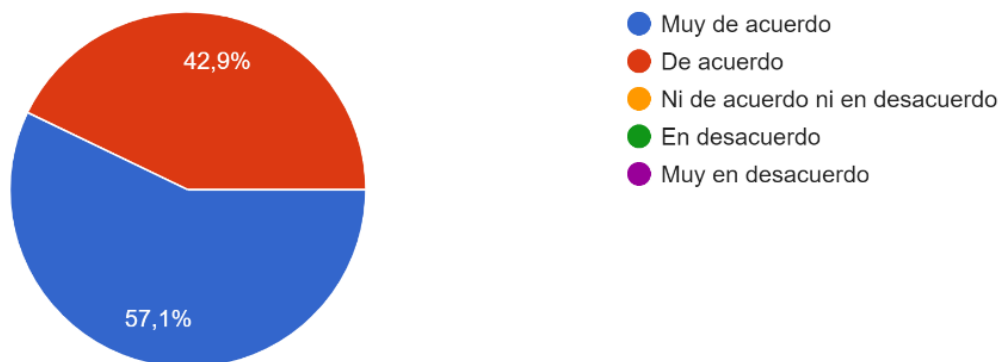
¿Genera confianza en sus socios la comunicación recíproca entre todos los involucrados del entorno de la asociación?

Tabla 7

| Categoría | Porcentaje |
|----------------|------------|
| Muy de acuerdo | 57.1% |
| Desacuerdo | 42.9% |
| Total | 100% |

Nota: La comunicación en los involucrados de ASOSERTUR

Figura 7



Nota. La comunicación en los involucrados de ASOSERTUR

Los datos indican que el 57,1% está muy de acuerdo que exista la comunicación recíproca dentro de la Asociación, esto genera la confianza en los socios y se manifiestan las ideas necesarias para su crecimiento. El 42,9% califica a este ítem estar en desacuerdo y es necesario considerar que se deba mejorar la comunicación interna o perfeccionar la forma de transmitir la información donde todos se vean involucrados para favorecer la gestión administrativa alcanzando los resultados para su óptimo desarrollo.

8. Participación

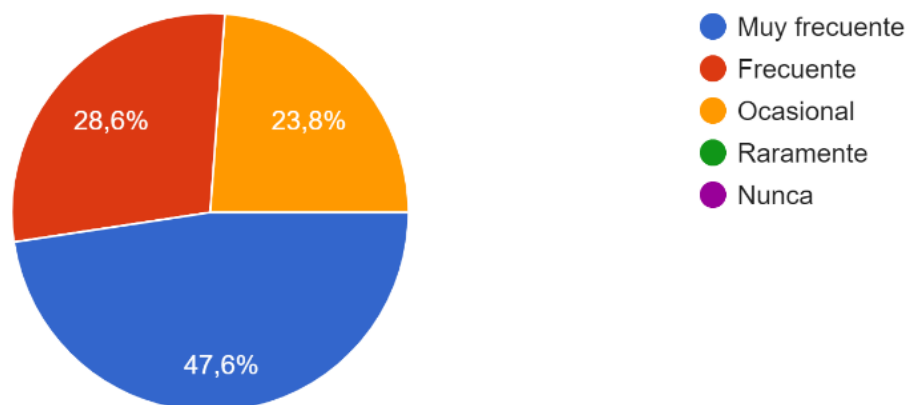
¿Permite intercambiar información positiva para su crecimiento participar activamente en las convocatorias de la asociación?

Tabla 8

| Categoría | Porcentaje |
|---------------|------------|
| Muy frecuente | 47.6% |
| Frecuente | 28.6% |
| Ocasional | 23.8% |
| Total | 100% |

Nota: La participación activa en las convocatorias

Figura 8



Nota. La participación activa en las convocatorias

Los resultados indican que el 47,6% de los socios que es muy frecuente, esto favorece a la productividad y que exista mayor fluidez de la información entre todos para lograr los objetivos que se planteen en cada periodo administrativo, derivando las experiencias y expectativas para el cumplimiento de las metas a los representantes de la asociación, el 28,6% que es frecuente, por último, el 23,8% que se da ocasionalmente es referente que se deba motivar a la participación.

9. Políticas internas

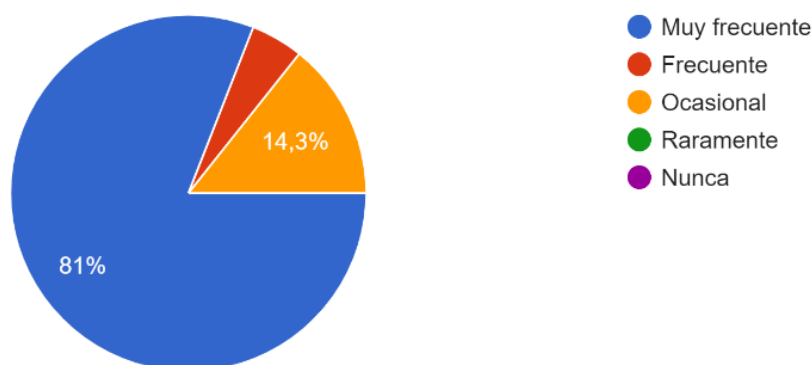
¿Facilita el control de las actividades en los servicios turísticos la aplicación de políticas internas en una asociación?

Tabla 9

| Categoría | Porcentaje |
|---------------|------------|
| Muy frecuente | 81% |
| Frecuente | 14.3% |
| Ocasional | 4.8% |
| Total | 100% |

Nota: Las políticas internas

Figura 9



Nota. Aplicación de políticas internas

En el desarrollo de las políticas internas que se establecen en una asociación de servicios turísticos los manifestantes califican el 81% que es muy frecuente que se deba aplicar y desarrollar en ASOSERTUR las políticas internas, es un recurso importante con el que debe contar y definirlas con los lineamientos va a mejorar la productividad de sus socios y que la toma de decisiones por los directivos sea oportuna para su desarrollo productivo, seguido del 14,3% indico que deba ser ocasional y porcentaje menor 4,8% que sea frecuente.

10. Evaluación

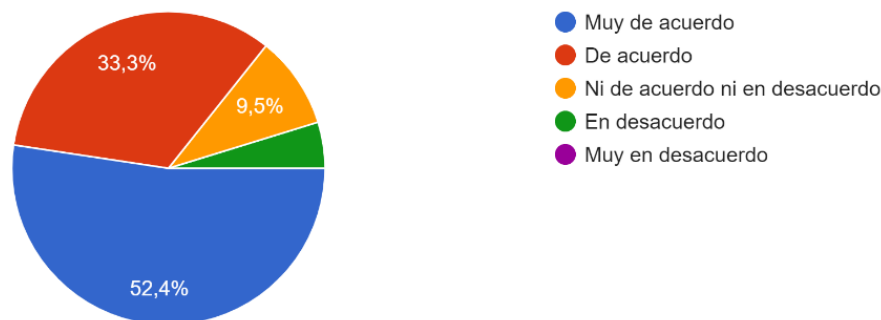
¿Considera oportuno que al término de una administración se evalué mediante una Auditoría el rendimiento de los directivos?

Tabla 10

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 52.4% |
| De acuerdo | 33.3% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 9.5% |
| En desacuerdo | 4,8% |
| Total | 100% |

Nota: La evaluación en la administración

Figura 10



Nota. Evaluar el rendimiento en directivos

Los resultados muestran que el 52,4% estar muy de acuerdo, la predisposición a la evaluación permite examinar problemas que están afectando al desarrollo de la Asociación, aplicando esta herramienta gestiona a que las acciones de los directivos se orienten para lograr mejores resultados, seguido del 33,3% estar de acuerdo, 9,5% en nivel medio que no está de acuerdo ni en desacuerdo y por último el mínimo porcentaje 4,8% corresponde estar en desacuerdo por desconocimiento de las ventajas que sumaría al desarrollo de la organización.

11. Mercado

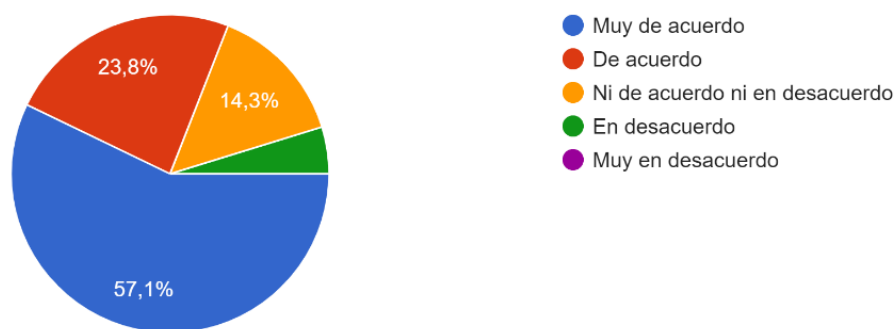
¿Desenvolverse en diversos nichos de mercado es prioritario para todos los miembros activos de una asociación de servicios turísticos?

Tabla 11

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 57.1% |
| Desacuerdo | 23.8% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 14.3% |
| En desacuerdo | 4.8% |
| Total | 100% |

Nota: Los diversos nichos de mercado

Figura 11



Nota. Los diversos nichos de mercado

Considerando los resultados el mayor porcentaje de los socios de ASOSERTUR, manifiesta el 57,1% estar muy de acuerdo que las actividades sean dirigidas a diversos nichos ya que el ámbito turístico se vincula a la comercialización de productos terminados como el brindar un servicio esto les permite ser competitivos y satisfacer las necesidades de los clientes, por consiguiente, el 23,8% está de acuerdo, en mediano resultado el 14,3% apunta a estar ni en acuerdo ni en desacuerdo.

12. Reactivación

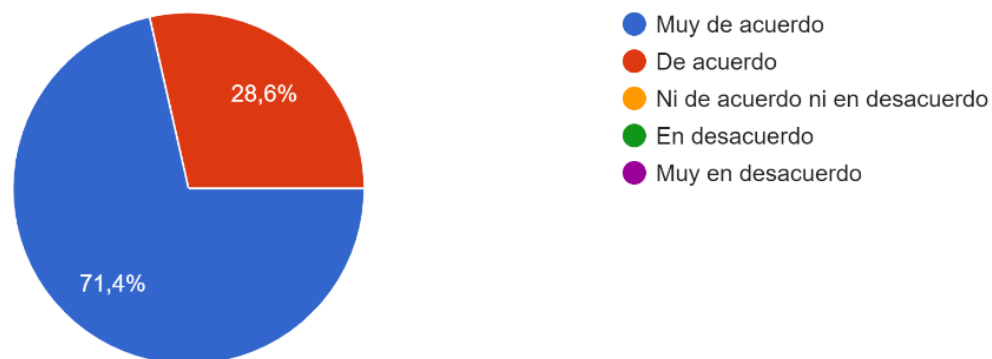
¿Permite mejorar las condiciones actuales de ASOSERTUR la reactivación de las actividades en la asociación con nuevos socios participativos?

Tabla 12

| Categoría | Porcentaje |
|----------------|------------|
| Muy de acuerdo | 71.4% |
| Desacuerdo | 28.6% |
| Total | 100% |

Nota: La reactivación con nuevos socios

Figura 12



Nota. La reactivación con nuevos socios participativos

La reactivación de las actividades en la asociación de servicios turísticos con nuevos socios participativos el 71,4% manifestó estar muy de acuerdo estos suman esfuerzos, traen nuevas ideas, habilidades y experiencia que fortalecen el desarrollo y crecimiento de ASOSERTUR. Todo conlleva a que se considera la adopción de nuevos socios representativos y que oportunamente brinden el acceso a nuevas oportunidades con mayor presencia, competencias administrativas y productivas en Ballenita, y el 28,6% está de acuerdo, es decir que los resultados son positivos ante esta interrogante.

Análisis de los datos de la encuesta a los clientes de ASOSERTUR.

1. Recursos.

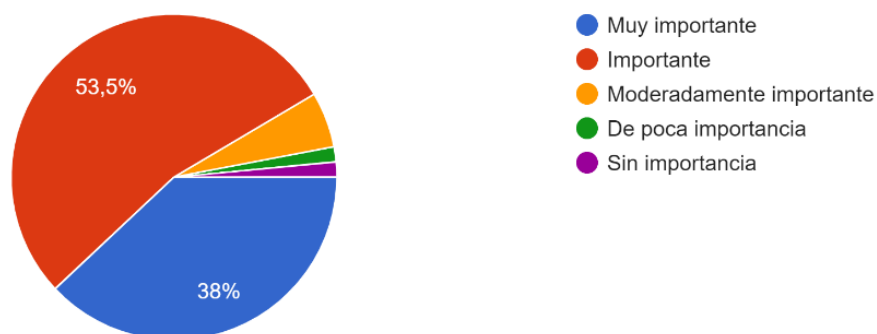
¿Considera importante que ASOSERTUR, Asociación de servicios turísticos debe contar con los recursos necesarios para su desenvolvimiento?

Tabla 13.

| Categoría | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Muy importante | 38% |
| Importante | 53.5% |
| Moderadamente importante | 5.5% |
| De poca importancia | 1.5% |
| Sin importancia | 1.5% |
| Total | 100% |

Nota: La importancia de los recursos en ASOSERTUR

Figura 13.



Nota. La importancia de los recursos en ASOSERTUR.

El 53,5% indican que es importante se deba contar con los recursos para su desenvolvimiento, el 38% que es muy importante, consecuentemente es valioso contar con los recursos financieros, humanos y tecnológicos oportunos para desarrollar los emprendimientos esto asegura la permanencia y productividad de los negocios en la asociación; además el 5,5% refleja que es moderadamente importante, el 1,5% de poca importancia y por último el 1,5 no es importante.

2. Capacitación.

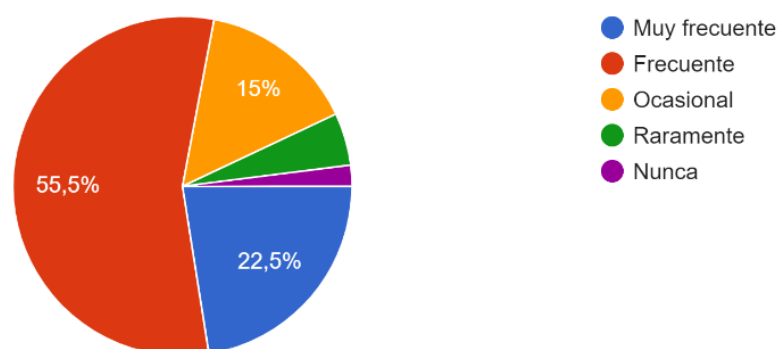
¿Se realiza capacitaciones continuas en ASOSERTUR para mejorar el desempeño de sus actividades?

Tabla 14.

| Categoría | Porcentaje |
|---------------|------------|
| Muy frecuente | 22.5% |
| Frecuente | 55.5% |
| Ocasional | 15% |
| Raramente | 5% |
| Nunca | 2% |
| Total | 100% |

Nota: Capacitaciones continuas para mejorar el desempeño

Figura 14.



Nota. Capacitaciones continuas para mejorar el desempeño

De las capacitaciones continuas en ASOSERTUR, los encuestados manifestaron el 55,5% que es frecuente, seguido del 22,5% muy frecuente, la colectividad consideró la periodicidad con la que se realiza la inducción de muchos conocimientos que benefician y dan lugar al desarrollo de ASOSERTUR 15% ocasional, el 5% raramente y por el último el 2% nos dice que nunca, considerando que esto mejorara el desempeño de actividades.

3. Estrategias

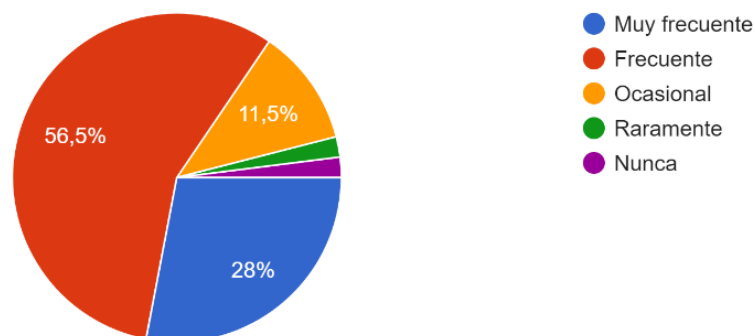
¿Debe formular ASOSERTUR estrategias competitivas que contribuyan al desarrollo de sus negocios?

Tabla 15.

| Categoría | Porcentaje |
|---------------|------------|
| Muy frecuente | 28% |
| Frecuente | 56.5% |
| Ocasional | 11.5% |
| Raramente | 2% |
| Nunca | 2% |
| Total | 100% |

Nota: Estrategias que contribuyen al desarrollo

Figura 15.



Nota. Estrategias que contribuyen al desarrollo

Considerablemente en mayor porcentaje el 56,5% prevalece la opinión de que deba ser frecuente el planteamiento de las estrategias competitivas en el desarrollo de los negocios, seguido del 28% que deba ser frecuente, esto contribuye a que el manejo de los recursos se gestione de la mejor manera y la implementación en ASOSERTUR permitirá un mejor desempeño organizacional, y en menor proporción consideró el 11,5% es ocasionalmente, el 2% raramente y el 2% nunca.

4. Estructura

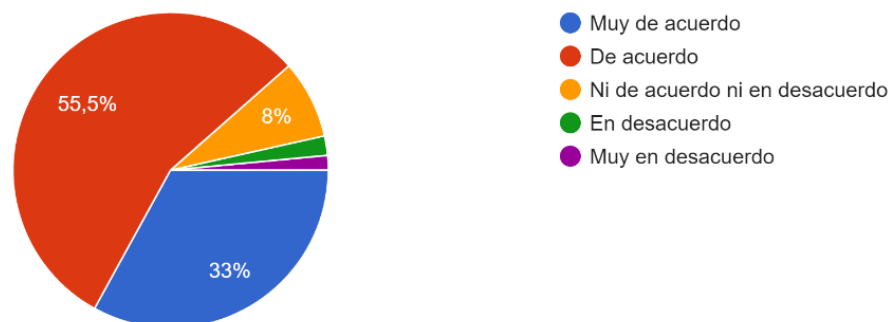
¿Considera que establecer la estructura administrativa en ASOSERTUR debe ser de conocimiento de todos los involucrados?

Tabla 16.

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 33% |
| Desacuerdo | 55.5% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 8% |
| En desacuerdo | 2% |
| Muy en desacuerdo | 1.5% |
| Total | 100% |

Nota: La estructura administrativa.

Figura 16.



Nota. La estructura administrativa

En esta interrogante de establecer una estructura administrativa en ASOSERTUR en participación y conocimiento de los involucrados los resultados apuntan que el 55,5% está de acuerdo, esta consideración permite notar la importancia de disposición de tareas y responsabilidades para que fluya la información y puedan coordinar sus actividades administrativas promoviendo la buena comunicación, se suma el 33% que está muy de acuerdo, el 8% nivel medio.

5. Manual de funciones

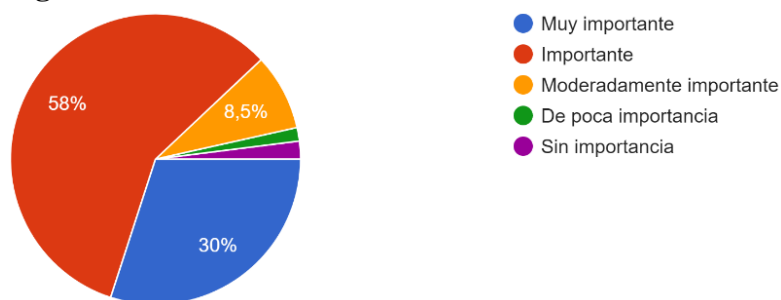
¿Considera que ASOSERTUR debe contar con un manual de funciones que describa las tareas de cada colaborador?

Tabla 17.

| Categoría | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Muy importante | 30% |
| Importante | 58% |
| Moderadamente importante | 8.5% |
| De poca importancia | 1.5% |
| Sin importancia | 2% |
| Total | 100% |

Nota: Manual de funciones

Figura 17.



Nota. Importancia de los manuales de funciones

Los clientes frecuentes con mayor porcentaje el 58% de encuestados consideraron que la asociación debe contar con un manual de funciones donde se describan las tareas de cada miembro, esto es fundamental en ASOSERTUR y en toda organización determinar la funcionalidad de mantener los recursos y controlar las actividades internas que permitan el efectivo desenvolvimiento, y el 30% calificó que es muy importante, también moderadamente importante con una calificación del 8,5%, de poca importancia 1,5% y sin importancia el 2%.

6. Toma de decisiones

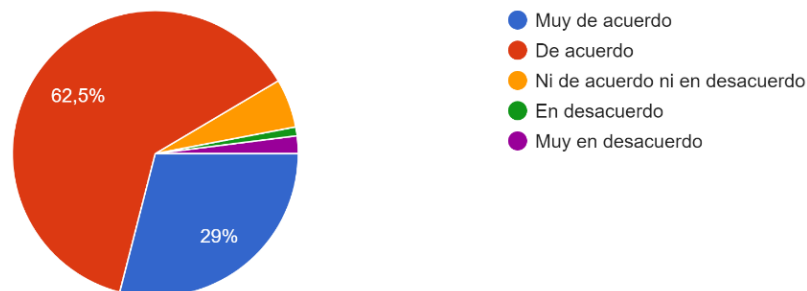
¿Permite la toma de decisiones oportunas por parte de los directivos resolver problemas inmediatos en ASOSERTUR?

Tabla 18.

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 29% |
| De acuerdo | 62.5% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 5.5% |
| En desacuerdo | 1% |
| Muy en desacuerdo | 2% |
| Total | 100% |

Nota: La toma de decisiones oportuna.

Figura 18.



Nota. La toma de decisiones oportuna.

Los resultados indican el mayor porcentaje de 62,5% manifiesta estar de acuerdo y el 29% muy de acuerdo, entonces se puede concluir que la toma de decisiones es vital para establecer soluciones por los directivos de ASOSERTUR y en su momento oportuno les permitirá maximizar la productividad y ofrecer soluciones efectivas que beneficien a todos sus miembros, al igual que la minoría que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo es de 5,5%, el 1% y 2% en desacuerdo.

7. Comunicación.

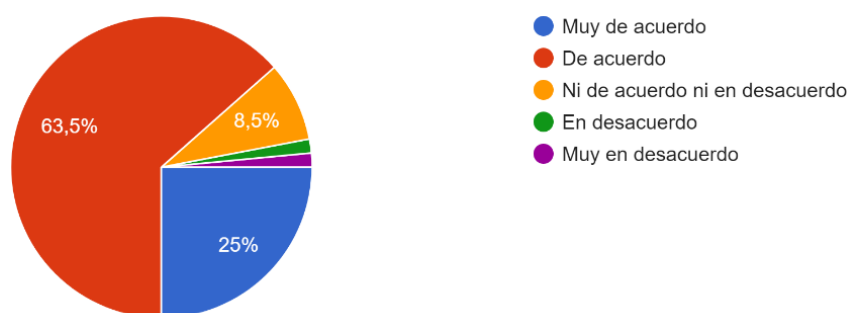
¿Genera confianza en sus socios la comunicación recíproca entre todos los involucrados del entorno de la asociación?

Tabla 19.

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 25% |
| De acuerdo | 63.5% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 8.5% |
| En desacuerdo | 1.5% |
| Muy en desacuerdo | 1.5% |
| Total | 100% |

Nota: La comunicación con los socios

Figura 19.



Nota. La comunicación con los socios.

El mayor porcentaje de 63,5% está de acuerdo y el 25% muy de acuerdo considera, que la comunicación es generadora de confianza entre todos los miembros que conforman una organización, esto influye positivamente para que la información fluya entre todos, además con los avances y facilidades tecnológicas que existen en la actualidad permite un mayor flujo de información en los involucrados, también se pudo evidenciar en menor porcentaje que el 8,5% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1,5% en desacuerdo y el 1,5% muy en desacuerdo.

8. Participación

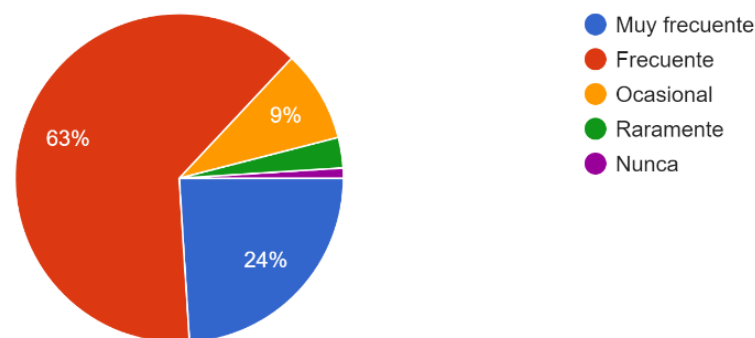
¿Permite intercambiar información positiva para su crecimiento participar activamente en las convocatorias de la asociación?

Tabla 20.

| Categoría | Porcentaje |
|---------------|------------|
| Muy frecuente | 24% |
| Frecuente | 63% |
| Ocasional | 9% |
| Raramente | 3% |
| Nunca | 1% |
| Total | 100% |

Nota: La participación activa en ASOSERTUR

Figura 20.



Nota. La participación activa en ASOSERTUR

El análisis de esta interrogante revela que el 63% considera frecuente y el 24% muy frecuente, entonces la participación logra intercambiar información positiva a la asociación, mediante las convocatorias que los directivos consideren necesarias para compartir información entre sus socios, valorando su engagement (involucramiento) con la institución de sumarse a lo que se quiera lograr, también las menores proporciones del tema el 9% ocasional, 3% raramente y el 1% nunca.

9. Políticas internas

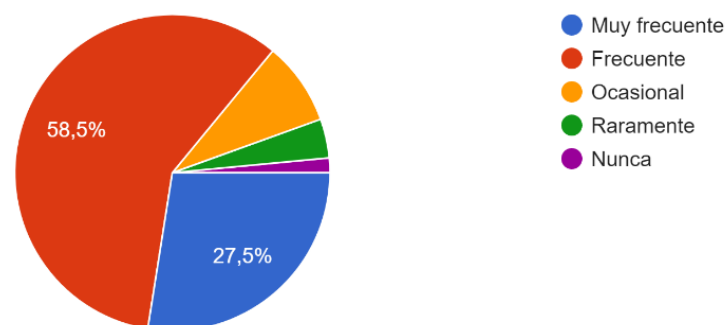
¿Facilita el control de las actividades en los servicios turísticos la aplicación de políticas internas en una asociación?

Tabla 21.

| Categoría | Porcentaje |
|---------------|------------|
| Muy frecuente | 27.5% |
| Frecuente | 58.5% |
| Ocasional | 8.5% |
| Raramente | 4% |
| Nunca | 1.5% |
| Total | 100% |

Nota: Las políticas y control de actividades

Figura 21.



Nota. Las políticas y control de actividades

Los resultados indican que el 58,5% frecuente y 27,5% muy frecuente consideran que las políticas internas que se formulan para una asociación facilita el control de las actividades, además estas direccionan a sus integrantes a cumplirlas para que el funcionamiento interno aporte al desarrollo de la asociación, el 8,5% piensa que sea ocasional, cabe recalcar que al iniciar una empresa muchas de ellas desconocen que la inducción de políticas internas contribuyen a su crecimiento, también se evidencio que el 4% raramente y 1,5% nunca.

10. Evaluación

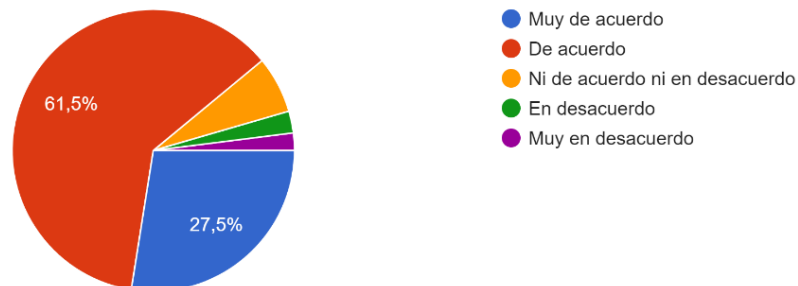
¿Considera oportuno que al término de una administración se evalué mediante una Auditoría el rendimiento de los directivos?

Tabla 22.

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 27.5% |
| De acuerdo | 61.5% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 6.5% |
| En desacuerdo | 2.5% |
| Muy en desacuerdo | 2% |
| Total | 100% |

Nota: La evaluación como indicador de rendimiento

Figura 22.



Nota. La evaluación como indicador de rendimiento

Los resultados evidencian que el 61,5% manifiestas que está de acuerdo, el 27,5% muy de acuerdo en mayor proporción consideran que la evaluación forma parte del control de actividades que se desarrollan en una organización y su aplicación en los que dirigen va a permitir tomar correctivos necesarios y mejorar el rendimiento para alcanzar la productividad en la asociación, también se puede observar los menores porcentaje en acuerdo ni en desacuerdo 6,5%, desacuerdo 2,5% y el 2% muy en desacuerdo.

11. Mercado

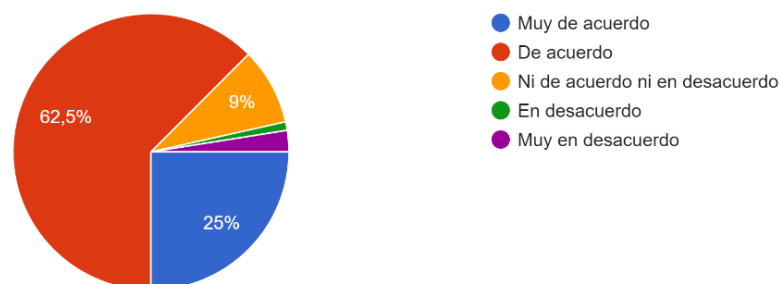
¿Desenvolverse en diversos nichos de mercado es prioritario para todos los miembros activos de una asociación de servicios turísticos?

Tabla 23.

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 25% |
| De acuerdo | 62.5% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 9% |
| En desacuerdo | 1% |
| Muy en desacuerdo | 2.5% |
| Total | 100% |

Nota: Los diversos nichos de mercado

Figura 23.



Nota. Los diversos nichos de mercado

Los clientes frecuentes consideraron en este ítem el 62,5% estar de acuerdo y el 25% muy de acuerdo que el desenvolvimiento en diversos nichos de mercado es de suma importancia tanto el ámbito de servicio como comercialización de productos, esto satisface las necesidades del cliente al poder encontrar todo lo que necesita en un determinado lugar, además se obtuvo el 9% que responde ni de acuerdo ni en desacuerdo seguido del 1% en desacuerdo y el 2,5% muy en desacuerdo que no es representativo en esta investigación.

12 Reactivación

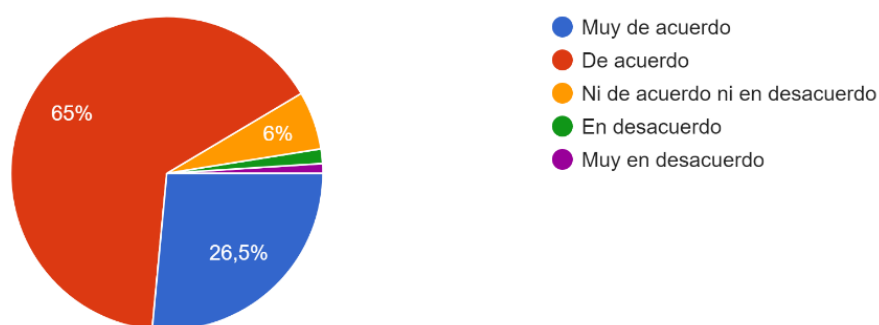
¿Permite mejorar las condiciones actuales de ASOSERTUR la reactivación de las actividades en la asociación con nuevos socios participativos?

Tabla 24.

| Categoría | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Muy de acuerdo | 26.5% |
| De acuerdo | 65% |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 6% |
| En desacuerdo | 1.5% |
| Muy en desacuerdo | 1% |
| Total | 100% |

Nota: Reactivación con nuevos socios

Figura 24.



Nota. Reactivación con nuevos socios

El análisis que se obtuvo a esta interrogante demostró que el 65% de encuestados está de acuerdo, el 26,5% muy de acuerdo con respecto a la reactivación con nuevos socios, esto mejora las condiciones actuales en el desenvolvimiento de las actividades que se realizan en la asociación, la participación trae nuevas alternativas y suman esfuerzos a las metas que se quiere alcanzar, en menores porcentajes se evidencia que el 6% expresa ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1,5% en desacuerdo y el 1% muy en desacuerdo.

Discusión.

Toda la información que se obtuvo de la encuesta, realizada a los socios de ASOSERTUR son relevantes y se evidencia que respecto al tema de los recursos es algo primordial con lo que deba contar, entre estos cabe mencionar, el recurso organizacional, debido a los inicios post pandemia no se logró mantener un acercamiento con todos los socios para organizarse de forma efectiva y determinar las necesidades, con los que oportunamente se podría desenvolver.

Además, es importante que ASOSERTUR implemente estrategias donde se precise instaurar los sectores donde se va a competir y de qué forma lograrlo, las mismas les ayudará a diferenciarse para que al establecer las estrategias cuente con la ventaja competitiva que perdure en el tiempo y sea sostenible para todos quienes conforman esta entidad.

Precisamente cabe mencionar que otra herramienta con la que ASOSERTUR debe contar es el diseño de la estructura organizacional que permitirá organizar mejor el trabajo, ligado a la comunicación y coordinación de todas sus actividades con el fin de lograr mejores resultados para su permanencia y crecimiento.

La directiva de ASOSERTUR por el desconocimiento de los procesos organizacionales carece de muchas herramientas primordiales que dificultan el crecimiento y posicionamiento, además debe mejorar el entorno administrativo que favorece a tener una identidad corporativa a futuro evaluando las falencias para retroalimentar cada uno de los aspectos pertinentes o tomar las medidas correctivas para dar solución a las dificultades que se detectan en el proceso.

Los resultados del análisis de la información proporcionada por los clientes hacen referencia a varios factores importantes que se recabaron en esta encuesta con lo que ASOSERTUR puede instaurar y apoyarse para mejorar la administración empírica que se viene dando desde su creación.

En relación a los resultados porcentuales que se obtuvieron de los clientes frecuentes que visitan y adquieren los servicios/productos que los miembros de ASOSERTUR ofrece, manifestaron como un aporte externo que la comunicación es un aspecto importante entre socios y la directiva que fortalece la confianza para expresar las necesidades que existen, como enfrentarse a los problemas que se presentan y los aprendizajes que contribuyen a la retroalimentación de la misma.

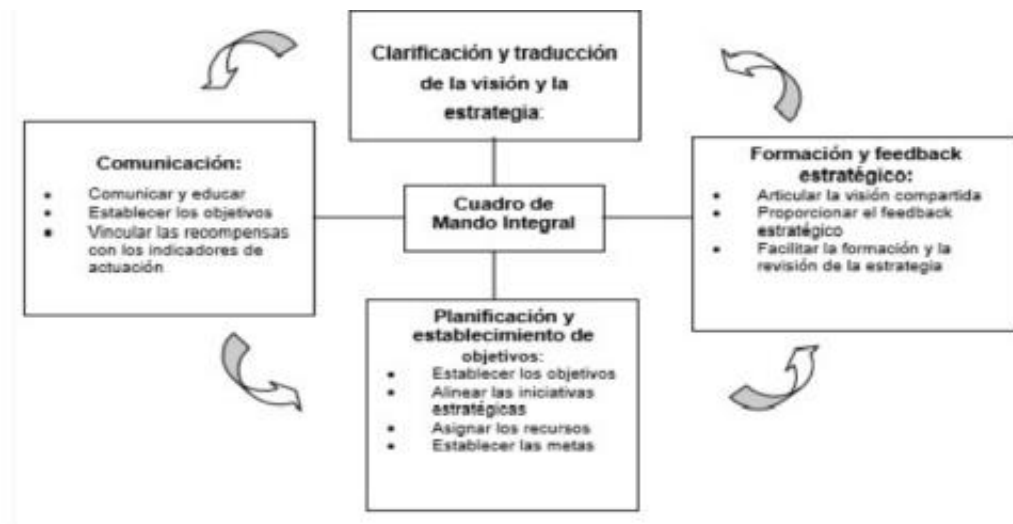
Se consideró de vital importancia que el mercado es un campo muy amplio en el que alberga muchas oportunidades que se podrían cosechar mayores resultados y ampliar el mercado productivo de ASOSERTUR, no obstante, con la aplicación de las estrategias competitivas que se deban desarrollar y el cambio evolutivo de la tecnología facilitará su reconocimiento en la localidad.

De igual forma se pudo identificar que la evaluación interna es un aspecto que se debe realizar en ASOSERTUR, la misma logrará manifestar las falencias con las que se desarrollará cada administración para mejorar el rendimiento y un mejor desempeño organizacional.

Realizar una evaluación o auditoría al término de una administración es fundamental, es decir cada 2 años es primordial ejecutar en ASOSERTUR, porque es la base para la planificación y la gestión de la nueva directiva esto ayudará al crecimiento y productividad de cada uno de los socios y sus emprendimientos.

Para asegurar el fortalecimiento y permanencia de las organizaciones es necesario implantar los procesos de gestión administrativa apropiados que contribuyan a su crecimiento y desarrollo, porque los factores esenciales que inciden en el ámbito empresarial deben ir evolucionando y adaptándose a los cambios modernos de acuerdo a las necesidades que existen en el entorno.

Uno de los modelos de gestión estratégica que se analizó para esta investigación es el de Norton y Caplan, más conocido por Cuadro de Mando Integral (CMI) donde se analiza 4 aspectos en una organización: clientes, procesos internos, formación y crecimiento. Estas herramientas permiten a la gestión estratégica establecer la situación actual de la organización y su evolución.



De igual manera se revisó el modelo de planeación estratégica que se puede aplicar planteado por Goodstein, Nolan & Pf Eiffer, reconocido por su enfoque a pequeñas y medianas empresas, con la aplicación secuencial de nueve pasos. Definiendo el primer paso la planeación donde indicara todos los planes y procesos que deba reunir para el equipo de trabajo.

La búsqueda de valores es el segundo paso donde se analiza los principios orientadores para guiar los planes de la empresa generadores de una cultura organizacional, también la formulación de la visión, diseño de la estrategia de negocio, auditoría del desempeño que son los lineamientos que determinan la evaluación a la empresa, análisis de brechas que permite el análisis de la situación actual y lo que se espera lograr, de igual forma se plantea los planes de acción a instaurar como también la planeación de contingencias como un recurso que infiere los procedimientos y alternativas ante alguna situación que afecte a la organización, por ultimo encontramos la implementación que indican ordenadamente los pasos a seguir para ajustar a la empresa.



Referente a los modelos expuestos anteriormente, se toma en cuenta la segunda opción, por Goodstein, Nolan & Pf Eiffer, como la apropiada ya que está dirigida a pequeñas y medianas empresas, que direccionará a ASOSERTUR para optimizar el desempeño organizacional, estableciendo las estrategias de negocio más convenientes y los aspectos sustanciales que contribuyen a su desarrollo.

La sugerencia que se expone es un esquema representativo del Modelo de Gestión Estratégica para los negocios de la Asociación de Servicios Turísticos de Ballenita.

Esquema MGE ASOSERTUR



Al implantar este modelo de gestión estratégica los actores principales son los directivos y socios que pertenecen a la Asociación de Servicios Turísticos Ballenita (ASOSERTUR) todos en conjunto son alineados para desagregar los componentes y aplicarlos tanto en la Asociación como en cada uno de los emprendimientos de los socios con el fin de innovar, crecer y mejorar.

Planeación: En la primera etapa de planeación incluye a directivos como líderes de la organización para analizar el entorno interno y externo, e implantar las estrategias, de acuerdo a las necesidades y los recursos con los que se debe contar para cumplir con los objetivos.

Valores: Se identifican los valores que caracterizan y predominan como parte primordial de fortalecer la identidad y contribuir a la cultura organizacional.

Visión: Es la declaratoria que expresa el propósito y razón de ser de ASOSERTUR, este define a la organización y los propósitos que va a lograr a futuro para su competitividad.

Estrategias: Se diseñan las principales estrategias que van direccionar a la organización y contribuyen a optimizar los recursos para su crecimiento. En los diferentes negocios se establecen las estrategias de acuerdo a las necesidades.

Análisis de Brechas: El análisis interno de fortalezas y debilidades que existen en la organización, como también el análisis externo de las oportunidades y amenazas son los factores claves que muestra la realidad actual y el camino para ejecutar las acciones para desarrollar las estrategias.

Planes de Acción: Se reúnen todos los procedimientos que determinan la funcionalidad de los procesos para generar el cumplimiento, además de los recursos necesarios para cada área.

Plan de contingencia: En cada uno de los planes se fija un plan de contingencia analizando las diferentes adversidades a las que se puede enfrentar la organización, a lo que es vulnerable de forma interna y externa.

Implementación: Se establecen los canales de comunicación que deben existir, en este caso directivos a socios y a la vez internamente propietarios y trabajadores de las distintas áreas que se desenvuelven, además se monitorea que todos los objetivos organizacionales se cumplan en función de las estrategias y sumen los esfuerzos para cumplir con la visión.

Conclusiones

- Los elementos del MGE ASOSERTUR que se concluye deben ser tomados en cuenta y aplicados, como la filosofía empresarial, las estrategias y los cursos de acción, que fortalecen la gestión estratégica y suministra la información oportuna que agrega valor y mejorará el futuro de la Asociación y los socios para ser productivos y competitivos en sus negocios.
- El estudio plantea un esquema de Modelo de Gestión Estratégica que permitió establecer un análisis de la situación actual, al conocer el estado de la Asociación de Servicios Turísticos de Ballenita se contrastan los resultados y determinan que la información que se obtuvo dio lugar a que se instaure las estrategias que contribuyen a mejorar los procesos administrativos y aportará al óptimo desempeño organizacional, y su permanencia sea sostenible en el tiempo con mejores expectativas de crecimiento.
- Los datos auscultados con técnicas investigativas que abordaron el estudio de ASOSERTUR, la información plantea un modelo de gestión estratégica para los emprendimientos, su inclusión es factible en los planes de negocios como en las estrategias de posicionamiento que conducirán a una mejor convivencia y adaptabilidad frente a los diversos entornos cambiantes.
- El modelo de gestión estratégica propuesto se estableció acorde a las necesidades de los negocios mediante el análisis estratégico de ASOSERTUR, se formuló las estrategias que inciden generar valor agregado, para que el desempeño organizacional impacte en los directivos y socios mejorando sus capacidades y competencias al cumplimiento de las metas propuestas.

Recomendaciones

El modelo de Gestión Estratégica de la Asociación de Servicios Turísticos de Ballenita (ASOSERTUR) que se ha desarrollado y propuesto, insta la planeación, valores, visión, estrategias, análisis de brechas, planes de acción, plan de contingencia y la implementación como los elementos fundamentales que mejoran los procesos administrativos con adaptabilidad en cada uno de los negocios que los socios tengan establecido.

Es recomendable que los directivos en ASOSERTUR, canalicen sus estrategias de transferencia de conocimiento que direccionan mejor los procesos comunicación interna con el uso de tecnología brindando la información necesaria a socios y clientes para alcanzar las metas y objetivos que se han propuesto en cada periodo.

Promover e implantar en ASOSERTUR el uso de estrategias de marketing digital como eje principal de posicionamiento y diferenciación de cada actividad comercial y turística, con el fin de captar mayor afluencia de clientes mejorando el nivel de aceptación y dando valor agregado a las unidades de negocio para su crecimiento exponencial en Ballenita.

Y por último se requiere perfeccionar constantemente los procesos administrativos evaluando oportunamente las falencias en los planes trazados en cada periodo por la Asociación de Servicios Turísticos Ballenita, estableciendo las estrategias de diferenciación y posicionamiento que den a conocer los emprendimientos de los actores turísticos mejorando la productividad logrando mayor alcance y desarrollo de la comunidad.

Referencias

- Albarrán Francisco, J. (2015). *Gestión administrativa de las relaciones laborales*. Madrid, España: Editorial RA-MA.
- Crespo, G. (2021). *Gestión moderna de recursos humanos*. Buenos Aires: Eudeba.
- Evans, J., & Lindsay, W. M. (2015). *Administración y control de calidad*. México: Cengage Learning.
- Gallardo Gallardo, E., & Galiana Llasar, P. (2016). *¿Cómo entender el funcionamiento de una empresa?* Editorial UOC: Barcelona.
- Goldvarg, D. (2017). *Supervisión de coaching: para el desarrollo profesional del coach*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.
- Gutiérrez Aragón, Ó. (2016). *Fundamentos de Administración de Empresas*. Madrid: Pirámide.
- Izquierdo Carrasco, F., Verdu Bevia, F., & Ahmed Mohamed, S. (2018). *Gestión administrativa del proceso comercial*. España: Editorial IC.
- Juárez, F. (2017). *Supervisión de coaching: para el desarrollo profesional del coach*. Bogotá, Colombia: Ediciones Granica.
- Lerma Kirchner, A. E. (2019). *Inteligencia Competitiva*. México: PACJ.
- López Cabrales, Á., & Pasamar, S. (2018). *Fundamentos para la gestión estratégica de los recursos humanos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Luna González, A. (2015). *Administración Estratégica*. México: Grupo Editorial Patria .

- Mateos de Pablo Blanco, M. Á. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. España: Editorial IC.
- Ospina Díaz, M. R. (2020). *Investigación de mercados y planeación estratégica para medianas y pequeñas empresas*. Colombia: Klasse.
- Pereira, P. (2019). *Control Interno de Empresas*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Puig Cruells, C. (2016). *La supervisión en la acción social: una oportunidad para el bienestar*. Tarragona: Publicacions Universitat Rovira i Virgili.
- Quiñones Martín, F. E. (2016). *Gestión integral de recursos humanos: gestión administrativa de las relaciones laborales*. Madrid: CEPS.
- Rivas García, J. (2017). *Planificación turística*.
- Rubió, T. (2016). *Recursos Humanos. Dirección y Gestión de personas en las organizaciones*. Barcelona: OCTAEDRO S.L.
- Sanchez de Puerta, P. (2016). *Gestión Administrativa de la Actividad Comercial*. Madrid: CEPS S.L.
- Thompson, A. A., Strickland III, A., Janes, A., Sutton, C., Peteraf, M., & Gamble, J. (2018). *Administración estratégica. Teoría y casos*. México: Mc Graw Hill Education.
- Torres Hernández, Z. (2015). *Planeación y control*. México: Grupo Editorial Patria S.A. de C.V.
- Villanueva, J., & Toro, J. (2017). *Marketing Estratégico*. España: EUNSA.

Apéndice



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Encuesta dirigida a los socios de ASOSERTUR, para obtener datos relevantes y establecer un modelo de gestión estratégica que optimice el desempeño organizacional.

La presente es una encuesta con fines de investigación, agradecemos con anticipación, marque sus respuestas con una X en el recuadro respectivo.

1. ¿Considera importante que una Asociación que ofrezca servicios turísticos cuente con los recursos necesarios para su desenvolvimiento?

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| Muy importante | <input type="checkbox"/> |
| Importante | <input type="checkbox"/> |
| Moderadamente importante | <input type="checkbox"/> |
| De poca importancia | <input type="checkbox"/> |
| Sin importancia | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Realizar capacitaciones continuas en una Asociación que oferta servicios turísticos mejorara el desempeño de sus actividades?

| | |
|---------------|--------------------------|
| Muy frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Ocasional | <input type="checkbox"/> |
| Raramente | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Formular estrategias en una Asociación de Servicios turísticos contribuyen a la competitividad de sus negocios?

| | |
|---------------|--------------------------|
| Muy frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Ocasional | <input type="checkbox"/> |
| Raramente | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Considera que una Asociación de Servicios Turísticos deba contar con una estructura administrativa formal?

| | | |
|--------------------------------|--|--|
| Muy de acuerdo | | |
| De acuerdo | | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | | |
| En desacuerdo | | |
| Muy en desacuerdo | | |

5. ¿Considera que una asociación de servicios turísticos debe contar con un manual de funciones que describa las tareas?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

6. ¿Que se tomen decisiones oportunas por directivos resuelven problemas en una Asociación de servicios?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

7. ¿Que exista la comunicación reciproca dentro de la asociación genera confianza en todos sus socios?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

8. ¿Considera que una participación activa atreves de convocatorias aporta información positiva para el crecimiento en una asociación de servicios turísticos?

| | |
|---------------|--|
| Muy frecuente | |
| Frecuente | |
| Ocasional | |
| Raramente | |
| Nunca | |

9. ¿Desarrollar políticas internas en una asociación que ofrece servicios turísticos controlara las actividades que se realizan?

| | |
|---------------|--|
| Muy frecuente | |
| Frecuente | |
| Ocasional | |
| Raramente | |
| Nunca | |

10. ¿Considera oportuno que al término de una administración se evalúe mediante una Auditoría el rendimiento de los directivos?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

11. ¿Desarrollan los socios activos sus actividades turísticas dirigidas a diversos nichos de mercado?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

12. ¿Reactivar las actividades en una asociación de servicios turísticos con nuevos socios participativos permitirá mejorar las condiciones actuales?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los clientes frecuentes de ASOSERTUR, para obtener datos relevantes y establecer un modelo de gestión estratégica que optimice el desempeño organizacional.

La presente es una encuesta con fines de investigación, agradecemos con anticipación, marque sus respuestas con una X en el recuadro respectivo.

1. ¿Considera importante que ASOSERTUR, Asociación de servicios turísticos debe contar con los recursos necesarios para su desenvolvimiento?

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| Muy importante | <input type="checkbox"/> |
| Importante | <input type="checkbox"/> |
| Moderadamente importante | <input type="checkbox"/> |
| De poca importancia | <input type="checkbox"/> |
| Sin importancia | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Se realiza capacitaciones continuas en ASOSERTUR para mejorar el desempeño de sus actividades?

| | |
|---------------|--------------------------|
| Muy frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Ocasional | <input type="checkbox"/> |
| Raramente | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Debe formular ASOSERTUR estrategias competitivas que contribuyan al desarrollo de sus negocios?

| | |
|---------------|--------------------------|
| Muy frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Frecuente | <input type="checkbox"/> |
| Ocasional | <input type="checkbox"/> |
| Raramente | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Considera que establecer la estructura administrativa en ASOSERTUR debe ser de conocimiento de todos los involucrados?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

5. ¿Considera que ASOSERTUR debe contar con un manual de funciones que describa las tareas de cada colaborador?

| | |
|--------------------------|--|
| Muy importante | |
| Importante | |
| Moderadamente importante | |
| De poca importancia | |
| Sin importancia | |

6. ¿Permite la toma de decisiones oportunas por parte de los directivos resolver problemas inmediatos en ASOSERTUR?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

7. ¿Genera confianza en sus socios la comunicación recíproca entre todos los involucrados del entorno de la asociación?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

8. ¿Permite intercambiar información positiva para su crecimiento participar activamente en las convocatorias de la asociación?

| | |
|---------------|--|
| Muy frecuente | |
| Frecuente | |
| Ocasional | |
| Raramente | |
| Nunca | |

9. ¿Facilita el control de las actividades en los servicios turísticos la aplicación de políticas internas en una asociación?

| | |
|---------------|--|
| Muy frecuente | |
| Frecuente | |
| Ocasional | |
| Raramente | |
| Nunca | |

10. ¿Considera oportuno que al término de una administración se evalúe mediante una Auditoría el rendimiento de los directivos?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

11. ¿Desenvolverse en diversos nichos de mercado es prioritario para todos los miembros activos de una asociación de servicios turísticos?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

12. ¿Permite mejorar las condiciones actuales de ASOSERTUR la reactivación de las actividades en la asociación con nuevos socios participativos?

| | |
|--------------------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Muy en desacuerdo | |

APROVACION DE PERSONALIDAD JURIDICA



RESOLUCIÓN No. SEPS-ROEPS-2019-908814

ANA JACQUELINE PEREZ VERA

INTENDENTE ZONAL 5

CONSIDERANDO:

Que la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, en su artículo 9 manifiesta: *"Personalidad Jurídica.- Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley.*

La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo";

Que el artículo 147 literal c) de la mencionada Ley, señala como una de las atribuciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, otorgar personalidad jurídica a las organizaciones sujetas a la Ley y disponer su registro;

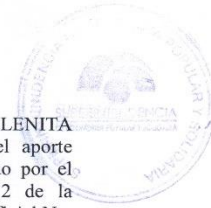
Que el artículo 2 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, menciona: *"Asamblea Constitutiva.- Para constituir una de las organizaciones sujetas a la ley, se realizará una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán a sus Directivos, de conformidad a lo señalado en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, su Reglamento y Estatuto de la organización a constituirse ...";*

Que la Asamblea Constitutiva de la ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS BALLEENITA ASOSERTUR en formación, efectuada el día 10 de mayo del 2019, resolvió conformar la organización indicada, al amparo de lo dispuesto en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su Reglamento General;

Que mediante solicitud, presentada el 15 de mayo del 2019, el representante legal de la ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS BALLEENITA ASOSERTUR en formación, solicita a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria el otorgamiento de la personalidad jurídica y el respectivo registro, para lo cual ha remitido la documentación que acredita el cumplimiento de los requisitos previstos en el artículo 6 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, y de las Regulaciones emitidas para el efecto;



SUPERINTENDENCIA
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA



Que la ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS BALLENTA ASOSERTUR en formación, ha cumplido con el depósito del aporte correspondiente al fondo social inicial, valor mínimo establecido por el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social en el artículo 2 de la Resolución No. MCDS-EPS-012-2015, publicada en el Registro Oficial No. 568 de 19 de agosto de 2015; y,

Que mediante Resolución No. SEPS-2016-023 de 29 de febrero de 2016, el señor Superintendente de Economía Popular y Solidaria, resuelve expedir el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, en el Art. 13 numeral 13.2.1. establece la Gestión Zonal del Monitoreo y Control de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria en el literal b) numeral 10 prescribe como una atribución de Intendencia Zonal *"otorgar personería jurídica a las organizaciones del sector no financiero"*

En uso de las facultades y atribuciones que le confiere la Ley,

RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- Aprobar el estatuto social y conceder personalidad jurídica a la ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS BALLENTA ASOSERTUR, domiciliada en el cantón SANTA ELENA, de la provincia de SANTA ELENA, cuyo estatuto es el siguiente:

**ESTATUTO DE LA
ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS BALLENTA ASOSERTUR**

**TÍTULO PRIMERO
GENERALIDADES Y PRINCIPIOS**

Artículo 1.- CONSTITUCIÓN: Se constituye la ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS BALLENTA ASOSERTUR, que se regirá por la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del ente regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y las normas jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad.

Artículo 2.- DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACIÓN: El domicilio principal de la Asociación está ubicado el Cantón SANTA ELENA, de la provincia de SANTA ELENA; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

La Asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por lo tanto, la responsabilidad de sus asociados está limitada al capital que aporten a la asociación.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL: La Asociación tendrá como objeto social principal PRESTAR SERVICIOS TURISTICOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

| TÍTULO | PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | METODOLOGÍA |
|---|---|---|----------------------------------|--------------------------|--|-------------|
| Modelo de Gestión estratégica para optimizar el desempeño Organizacional de la Asociación de Servicios Turísticos, Ballenita, Cantón Santa Elena | ¿De qué manera el Modelo de Gestión estratégica para optimizar el desempeño Organizacional de la Asociación de Servicios Turísticos, Ballenita, Cantón Santa Elena? | Establecer un Modelo de Gestión estratégica para optimizar el desempeño Organizacional de la Asociación de Servicios Turísticos Ballenita, Cantón Santa Elena | X: Modelo de Gestión estratégica | X1 Gestión Institucional | X1.1 Recursos X1.2 Capacidades | Mixta |
| | | | | X2Planificacion | X2.1 Misión-Visión X2.2 Estrategias | Mixta |
| | | | | X3Organizacion | X3.1Estructura Administrativa X3.2Manual de Funciones | Mixta |
| | | | | X4 Dirección | X4.1Toma de Decisiones X4.2 Comunicación | Mixta |
| | | | | X5 Control | X5.1Supervisión X5.2Retroalimentación | Mixta |
| | | | Y: Desempeño Organizacional | Y1Políticas | Y1.1Políticas internas Y1.2Reglamento Interno | Mixta |
| | | | | Y2Desempeño | Y2.1 Rendimiento Y2.2 Evaluación | Mixta |
| | | | | Y3Competitividad | Y3.1 Mercado Y3.2 Benchmarking | Mixta |
| | | | | Y4Calidad de servicio | Y4.1 Satisfacción Y4.2 Expectativas | |

FUENTE: Ballenita

AUTOR: Lilibeth Del Pezo Vera