



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.  
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223398473*

RFC: ATI120618V12

**Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.**

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

**Año: VIII Número: 1 Artículo no.:78 Período: 1 de Septiembre al 31 de diciembre, 2020**

**TÍTULO:** Diseño de un plan estratégico para el fortalecimiento turístico del Parque Acuático de Disney en la ciudad de Santo Domingo.

**AUTORES:**

1. Máster. Aníbal Fernando Franco Pérez.
2. Máster. Jefferson Omar Arca Zavala.
3. Máster. Héctor Omar Samaniego Salcán.

**RESUMEN:** El Parque Acuático de Disney se encuentra ubicado en la ciudad de Santo Domingo en la Vía Julio Moreno – Aquepí, siendo el objetivo principal diseñar un plan estratégico para el fortalecimiento turístico del Parque, en Santo Domingo, cuyas causales se identificaron mediante diálogo informal con el propietario de la organización, en la parte introductoria. La fundamentación teórica, a través del estudio de diferentes autores y posiciones teóricas, permitió sustentar las variables independiente y dependiente, donde además se identificó el modelo de la autora Lourdes Munch para la construcción de la propuesta. El diseño metodológico correspondiente al capítulo II permitió identificar el paradigma de investigación cuali-cuantitativo, se aplicó métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos, mismos que a través de su tabulación se pudo comprobar que efectivamente no se ha fortalecido el turismo en el Parque Acuático de Disney.

**PALABRAS CLAVES:** Técnicas, Diseño, Fortalecimiento, Turismo.

**TITLE:** Design of a strategic plan for the tourist strengthening of the Disney's Water Park in the city of Santo Domingo.

**AUTHORS:**

1. Máster. Aníbal Fernando Franco Pérez.
2. Máster. Jefferson Omar Arca Zavala.
3. Máster. Héctor Omar Samaniego Salcán.

**ABSTRACT:** Disney's Water Park is in the city of Santo Domingo on the Julio Moreno - Aquepí road, and its main objective was to design a strategic plan to strengthen tourism in the park in Santo Domingo. The reasons for this were identified through informal dialogue with the owner of the organization in the introductory part. The theoretical foundation, through the study of different authors and theoretical positions allowed to sustain the independent and dependent variables, where in addition, the model of the author Lourdes Munch was identified for the construction of the proposal. The methodological design corresponding to chapter II, allowed the identification of the quali-quantitative research paradigm, methods, techniques and instruments of data collection were applied, which through its tabulation could be verified that effectively tourism has not been strengthened in Disney's Water Park.

**KEY WORDS:** Techniques, Design, Strengthening, Tourism.

**INTRODUCCIÓN.**

El Plan Nacional de Desarrollo “Toda una vida” (Senplades, 2017) contempla 3 ejes estratégicos, en donde el presente proyecto pertenece al eje 2 “Economía al servicio de la sociedad” incluye al objetivo número 4, el cual consolida la sostenibilidad del sistema económico y solidario, afianza la dolarización.

Es importante mantener un sistema económico financiero en el que todas las personas puedan acceder a recursos locales para convertirse en actores esenciales en la generación de la riqueza nacional. En el sector es necesario aumentar las fronteras de transformación estructural de la economía, mediante el fortalecimiento de un sistema productivo eficiente, e innovador que diversifique la producción de manera sostenible, promueva el turismo y fomente la producción de bienes y servicios con alto valor agregado (Senplades, 2017, p.77).

La forma como se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades. La actual matriz productiva ha sido una de las principales limitantes para que el Ecuador alcance una sociedad del Buen Vivir. Este cambio permitirá generar nuestra riqueza basados no solamente en la explotación de nuestros recursos naturales, sino en la utilización de las capacidades y los conocimientos de la población (Senplades, 2012, p.15).

El proyecto de investigación realizado en el Parque Acuático de Disney en la ciudad de Santo Domingo se efectúa gracias al apoyo del representante y la predisposición del investigador quien aporta con sus conocimientos para des materializar los contenidos y llevarlos a su práctica; de esta manera cumplimos con uno de los componentes económicos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial el cual establece convenios con las Universidades para fomentar el espíritu emprendedor y brindar acompañamiento diferenciado con el fin de apoyar el microemprendimiento hacia la consolidación de los mismos (Plan de Ordenamiento Territorial, 2015).

## DESARROLLO.

### Administración turística.

Es la forma de manejar los recursos naturales o artificiales lo que proporciona un bienestar económico a los involucrados o empresarios. Es el mecanismo que hace funcionar a la empresa turística; constituye la fuerza del empuje de control de la estructura empresarial y conlleva la prevención y a la aplicación de las estrategias, políticas y procedimientos que permitan la empresa cumplir con los fines turísticos trazados. Las funciones directivas se dan básicamente en el contexto de las empresas turísticas (Ramírez, 2011, pp.81-82).

También es encargado de promover el patrimonio turístico de una nación, estado, región o ciudad aplicando conocimientos administrativos y de planeación; puede desarrollar nuevos proyectos de inversión, organizar y supervisar empresas del sector turismo en sus diferentes actividades.

### Importancia de la administración turística.

La organización o empresa tiene la misión de construir acciones conjuntas de distintas áreas de trabajo para lograr un objetivo en común, coordinando distintas tareas que permitan mayor productividad y mejorar el aprovechamiento de los recursos.

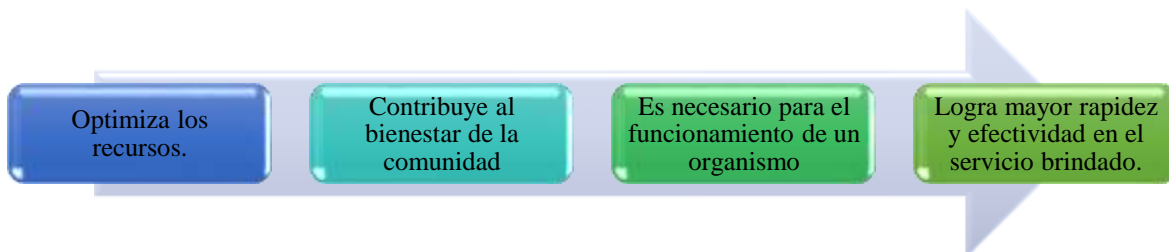


Figura 1. Importancia de la administración turística.

Fuente: Munch (2011). Administración procesos administrativos y clave del éxito. (p.28).

Modelo gráfico sobre la importancia turística. Elaborado por: Alexis López.

### Características de la administración turística.

Es un negocio en el cual se involucran las personas, ya que está elaborado para ofrecer los servicios que ellos mismos necesitan, para existir es aquí donde se debe trabajar con un buen liderazgo gerencial, aprovechando y conservando los recursos naturales.

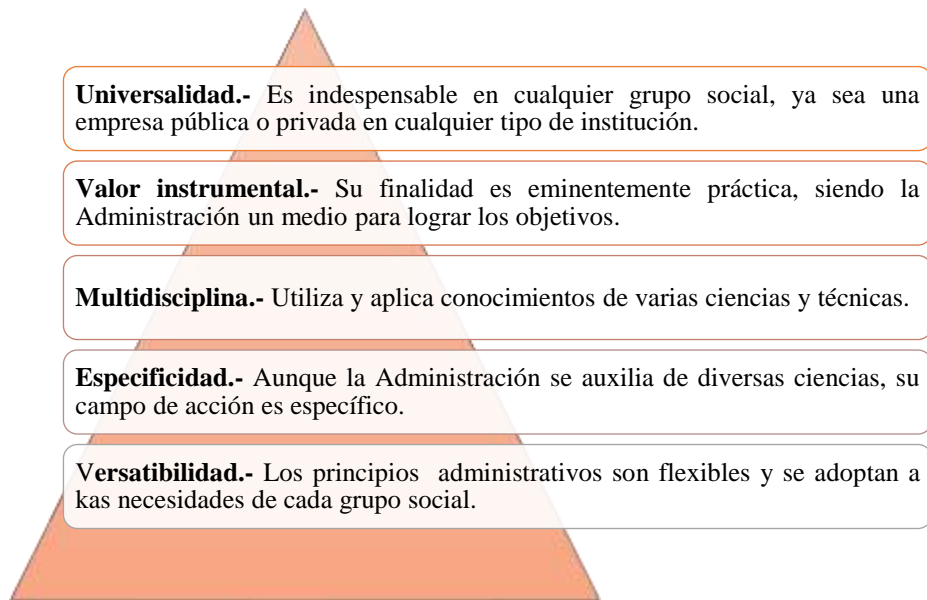


Figura 2. Características de la administración turística.

Fuente: Ramírez, (2011). Administración de empresas turísticas. (p.96).

Modelo gráfico que detalla las características de la administración turística.

Elaborado por: Alexis López.

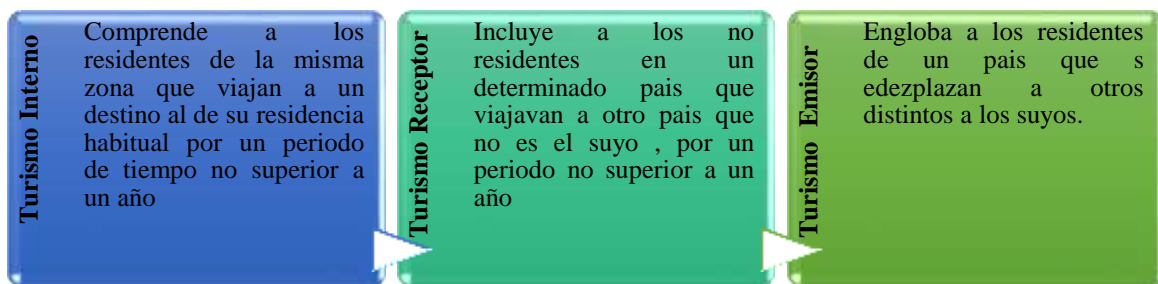
### Turismo.

Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas como motivo de descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a múltiples interrelaciones sociales, económicas y culturales. López (2011) expresa que: “Es el conjunto de actividades que se realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias y en destinos lugares diferentes al de su entorno habitual, por su periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de negocios u otros motivos” (p.2). Esto conlleva a tomarse un tiempo

para disfrutar de uno mismo, dejando a un lado las obligaciones que pueda tener para retomarlas en el retorno del viaje, lo que permitirá lograr un mejor desempeño en el trabajo diario.

### **Tipos de turismo.**

Viajar es una de las actividades más gratificantes para el ser humano, está íntimamente relacionado con el placer y a la calidad de vida. Los tipos de turismo son aquellos que se han generado mayor expectativa para el desarrollo del turismo por eso son tan importantes estos tres elementos.



**Figura 3.** Tipos de turismo.

**Fuente:** Ramírez, (2011) Promoción y ventas turísticas. (p.24).

Modelo gráfico que detalla los tipos de turismos.

**Elaborado por:** Alexis López.

Los tipos de turismo nombrados son un conjunto de actividades que directa o indirectamente generan bienes y servicios que soportan acciones de negocios, placer, motivos profesionales y otras relacionadas con personas fuera de su residencia habitual, lo que resulta muy importante desde el punto de vista social, cultural y económico.

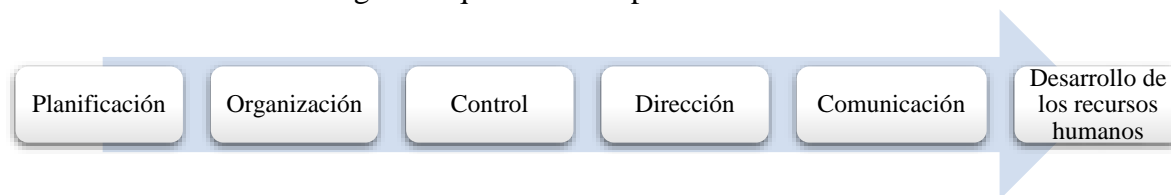
### **Proceso administrativo turístico.**

Se los define como un medio principal en la administración para el correcto funcionamiento de la empresa turística u organización están compuestos por un conjunto de pasos a seguir, para de esta manera llegar a conseguir los objetivos establecidos que dan la razón de ser a la empresa, satisfaciendo sus necesidades lucrativas y sociales a través de una eficiente y eficaz gestión.

Figura 4. Proceso administrativo turístico.

Fuente: Ramírez, (2011). Administración de empresas turísticas. (p.134)

Modelo gráfico que detalla el proceso administrativo turístico.



**Elaborado por:** Alexis López.

### **Planificación.**

Es la función administrativa que tiene por objeto fijar el curso concreto de cada acción, estableciendo los principios que orientarán a la secuencia de operaciones y con el tiempo debido para ejecutarlas.

Planear abarca la definición de metas, el establecimiento de una estrategia, y el desarrollo de planes para coordinar las actividades. Acciones como definir las metas, establecer estrategias y desarrollar los planes garantizan que el trabajo a realizar se mantenga dentro del enfoque correcto y ayuda a los miembros organizacionales a enfocar su atención en lo más importante (Robbins, Decenzo, & Coulter, 2013, pp.8-9).

Se utiliza para establecer objetivos de cada función y para desarrollar estrategias adecuadas para alcanzar tales objetivos, esto puede hacerse de una manera formal e informal.

### **Organización.**

Acción que consiste en identificar a los responsables de llevar a cabo cada actividad planificada.

Louffat (2015) menciona que: “La organización se encarga de diseñar el ordenamiento interno de una institución de manera compatible con la planeación estratégica” (p.38). Se relaciona con el

principio de división del trabajo, el cual consiste en indicar a cada colaborador las funciones para cumplir con la misión y alcanzar las metas planteadas.

### **Desarrollo de los recursos humanos.**

Esto es muy importante para la empresa, ya que la ejecución de las actividades de manera eficiente por parte de los trabajadores, ayudarían a reducir las equivocaciones. Ramírez (2011) expresa que: “El desarrollo del personal comprende las actividades de definición de las necesidades para las tareas a realizar, selección del personal, formación y motivación” (p.134). Esto conlleva al crecimiento y desarrollo de la organización de los servicios prestados a sus clientes.

### **Dirección.**

Elemento del proceso administrativo, que consiste en guiar el desarrollo de las actividades de acuerdo con su estructura. Los autores Wheelen & Hunger (2013) señalan, que: “Implica saber conducir de la mejor forma las habilidades y destrezas de los colaboradores que hacen parte de la empresa en una forma eficaz y eficiente, para así alcanzar los objetivos organizacionales” (p.335). Básicamente consiste en liderar las acciones de los demás mediante una comunicación adecuada y en coordinación con los miembros de la empresa.

### **Control.**

Permite evaluar el rendimiento de las actividades, y a su vez garantiza las funciones dentro de la empresa. David (2013) menciona que: “Comprende todas aquellas actividades emprendidas para asegurar que las operaciones reales se ajusten a las planeadas. Todos los gerentes de una organización tienen responsabilidades de control, como realizar evaluaciones de desempeño y tomar las acciones para minimizar las deficiencias” (p.135). También corrige los indicadores cualitativos y cuantitativos dentro del contexto social fortaleciendo los objetivos y metas estratégicas.



**Comunicación.**

Considerada como el elemento clave de la interrelación de los seres humanos cuya finalidad es la de persuadir. Kotler & Armstrong (2012) informa que: “Es el grado en el que los demás pueden observar y describir los resultados del uso de la innovación” (p.58). Esto sobre algún propósito objetivo, mediante el uso de los símbolos convencionales.

**Plan estratégico.**

Son procedimientos en donde los objetivos estratégicos permiten el cumplimiento de los propósitos de la empresa. Robbins, Decenzo, & Coulter (2013) informa que: “Son aquellos aplicables a toda la organización y abarcan sus metas generales en donde decide cuándo, dónde y cómo operar el negocio” (p.120), el mismo que optimizará los recursos de manera equitativa para la maximización de su rentabilidad.

Consiste en dar a la empresa un crecimiento viable a través de la creación de planes. Wheelen & Hunger (2013) expresa que: “La planeación se retira del control de los administradores de nivel inferior y se concentra en un equipo cuya tarea es desarrollar planes estratégicos para la empresa” (p.6). Lo que conlleva realizar una serie de pasos para su correcta ejecución y obtener los resultados esperados.

**Importancia.**

Define el rumbo de la organización de tal forma que todos los esfuerzos y recursos se dirijan hacia su consecución. Munch (2014) menciona que: “A través de la planeación se plantea el rumbo hacia donde se dirige la organización, por eso es el punto de partida del proceso administrativo de esta forma gran parte del éxito de cualquier empresa depende de la planeación” (p.37), reduciendo al mínimo las amenazas, aprovechando las oportunidades y convirtiendo las debilidades en amenazas.

### Modelo de un plan estratégico.

A continuación, se citan dos modelos de planificación estratégica, a fin de identificar el que se utilizará en el desarrollo de la propuesta.

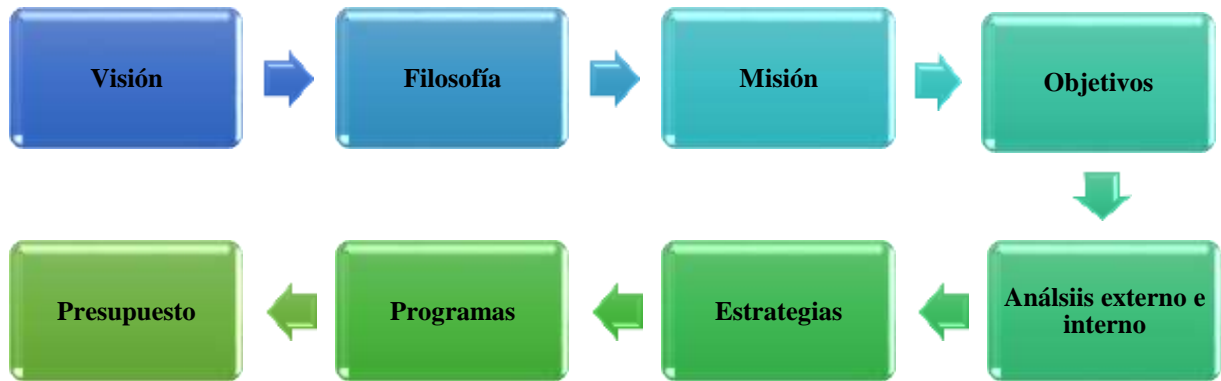


Figura 5. Elementos del plan estratégico. Fuente: Munch, (2014). Administración Gestión Organizacional de Enfoques y Procesos (p.38.). México. Modelo gráfico para la planeación estratégica. Elaborado por: Alexis López.

#### Visión.

Indica hacia donde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir. Munch Galindo (2014) informa que: “La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización. Promueve dirección y forja y futuro de la empresa estimulando acciones correctas en el presente” (p.38). El mismo que plante un rumbo definido para fomentar un direccionamiento eficiente y eficaz.

#### Filosofía.

Es aquel que les da sentido y finalidad a todas las acciones de la empresa. Munch Galindo (2014) menciona que: “Son el conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la organización y representan su compromiso ante la sociedad” (p.37). También es la forma de ser de

la misma para su crecimiento y desarrollo ascendente que permitirá obtener la esencia organizacional.

### **Misión.**

Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa. Fleitman (2012) expresa que: “La misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va a hacer” (p.37). Es lo que pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes, cumpliendo los objetivos correspondientes para poder llegar a la misión, acompañado de las metas que permitirán lograr los resultados esperados.

### **Objetivos.**

Dirige una acción u operación de la empresa de manera eficiente. Francés (2013) informa que: “Describe situaciones concretas que se desea alcanzar, orientando sus acciones para poder conseguirlo” (p.37). Es el resultado o la sumatoria de una serie de metas y procesos. Luego de haber identificado un objetivo cuyo logro que se considere importante tiene que ser capaz de describir el significado que represente este.

### **Análisis externo e interno.**

El entorno externo son factores exógenos que condicionan el desempeño de una organización. Wheelen & Hunger (2013) expresan que: “El análisis está integrado por variables que se encuentren fueran de la organización (Oportunidades y Amenazas) y que no está comúnmente bajo el control de la alta gerencia” (p.17), lo que conlleva a determinar el crecimiento de la organización y lo que puede afectar a la misma.

El entorno interno permite la evaluación de las fortalezas y debilidades en donde se identifica la evaluación de los recursos. Wheelen & Hunger (2013) informan que: “El análisis interno está integrado por variables que se encuentran dentro de la organización (Fortalezas y Debilidades)” y

generalmente no están bajo el control a corto plazo de la alta gerencia” (p.18). También identifica la estrategia actual y la posición de la empresa frente a la competencia.

## **Resultados.**

### **Nombre de la propuesta.**

Diseño de un plan estratégico para el fortalecimiento turístico del Parque Acuático de Disney en la ciudad de Santo Domingo.

### **Objetivos.**

**Objetivo general.** Fortalecer el turismo en el Parque Acuático de Disney de la ciudad de Santo Domingo, mediante el diseño de un plan estratégico.

### **Objetivos específicos.**

- ✓ Plantear los elementos del direccionamiento estratégico (misión, filosofía, visión y valores empresariales) para el Parque Acuático de Disney.
- ✓ Realizar un análisis del entorno externo e interno para identificar elementos como fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que inciden en el desarrollo de las actividades del Parque Acuático de Disney.
- ✓ Formular estrategias que permitan el fortalecimiento turístico de la empresa en estudio.
- ✓ Definir planes de acción para el cumplimiento de las estrategias propuestas.
- ✓ Elaborar el presupuesto requerido para la implementación del plan estratégico para el Parque Acuático de Disney.
- ✓ Establecer los indicadores de control como medida de evaluación del desempeño de las estrategias propuestas.

### **Elementos que la conforman.**

Los elementos que conforman la propuesta de solución al problema son los siguientes.

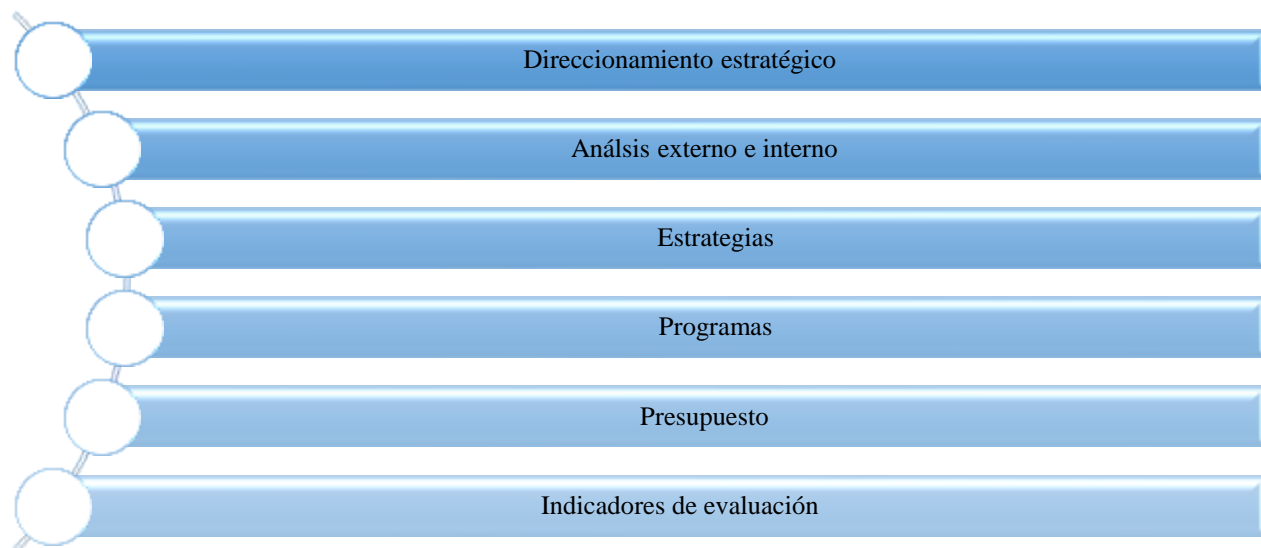


Figura 6. Elementos que conforman la propuesta.

Fuente: Lourdes Munch, (2014). Administración Gestión Organizacional de Enfoques y Procesos. (p.38). Modelo gráfico para la planeación estratégica. Elaborado por: Alexis López.

### **Visión.**

Posicionarnos en la ciudad, por garantizar una sana diversión a sus visitantes, con la prestación de un servicio de calidad; siendo organizados, profesionales y manteniendo una buena relación con proveedores y empleados, mismos que se encuentran en actualización constante para ejecutar acciones eficientes, que llevarán al Parque Acuático de Disney a ser el mejor de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **Valores empresariales propuestos.**

Los valores empresariales propuestos para el Parque Acuático de Disney son los siguientes:

- ✓ **Compromiso:** Ejecutamos nuestras acciones con total responsabilidad, comprometiéndonos a brindar diversión sana a nuestros usuarios.
- ✓ **Creatividad:** Creemos firmemente en que la originalidad e innovación son los principales factores para satisfacer las necesidades de diversión y esparcimiento de nuestros clientes.

- ✓ **Pasión por el servicio:** Mediante la cordialidad y amabilidad buscamos conocer las necesidades de nuestros clientes para satisfacerlas en su totalidad.
- ✓ **Trabajo en equipo:** Cada uno de los empleados del Parque Acuático de Disney trabaja de la mano con su compañero, a fin de cumplir con los objetivos en el tiempo establecido.
- ✓ **Respeto:** Realizamos nuestra atención al cliente con total respeto de sus creencias, personalidad y costumbres.

**Desarrollo de tácticas publicitarias en medios de comunicación masivos y digitales para dar a conocer los servicios del Parque Acuático de Disney.**

**Objetivo:** Aplicar estrategias publicitarias que den a conocer a la ciudadanía de Santo Domingo los servicios del Parque Acuático de Disney.

**Responsable:** La implementación de la estrategia estará a cargo del gerente del Parque Acuático de Disney.

**Publicidad en prensa.**

- ✓ Contratación de espacio publicitario en diario La Hora.
- ✓ El tamaño del anuncio es de 1/2 página, ubicación indeterminada.
- ✓ La publicidad será a color.
- ✓ Días de publicación: 2 domingos por mes, indicando reportaje.
- ✓ Meses del pauta: julio, septiembre, noviembre del 2019.
- ✓ Énfasis informativo: Ubicación del parque acuático, promociones y descuentos.



Figura 7. Diseño tentativo para anuncio en prensa.

Diseño propuesto para publicidad en prensa. Elaborado por: Alexis López.

**Publicidad rodante en feriados de carnaval.**

- ✓ Agencia de Publicidad: Publicidad Villavicencio. Dirección: Santo Domingo, frente a la clínica del Riñón.
- ✓ La medida de la gigantografía es de 4,30 m x 2,5 m.
- ✓ Duración promedio: 3 semanas.
- ✓ Mes: febrero del 2020.
- ✓ Contenido: Nombre y ubicación exacta del Parque Acuático.



Figura 8. Diseño tentativo para publicidad rodante.

Diseño propuesto para publicidad en vallas publicitarias. Elaborado por: Alexis López.

### Publicidad en buses urbanos.

- ✓ La propuesta relacionada consiste en ubicar la publicidad en buses de transporte urbano, que además contengan mensajes sobre el Parque Acuático Disney en la ciudad de Santo Domingo.
- ✓ Se ubicará en 10 unidades.
- ✓ En el mes de septiembre del 2019.
- ✓ La contratación de la publicidad durará mínimo 3 meses.



Figura 9. Diseño tentativo para publicidad en buses urbanos.

Diseño propuesto para publicidad rodante. Elaborado por: Alexis López.



## Redes sociales.

✓ Creación de una página en Facebook con el contenido:

- Información.
- Fotos.
- Contactos.
- Videos.
- Ofertas.
- Servicios.

✓ Periodicidad de actualización: Mínimo 4 veces la semana.

✓ Características de la publicación:

✓ La página se comunicará las diferentes actividades que se desarrollan en el Parque Acuático de Disney.

✓ El diseño de la página de Facebook se presenta a continuación:



Figura 10. Publicidad en redes sociales.

Diseño propuesto para la acción publicitaria en Facebook. Elaborado por: Alexis López.

## **CONCLUSIONES.**

En la parte introductoria del proyecto de investigación se identificaron causas y efectos, que denotaron que en el Parque Acuático de Disney existe un escaso fortalecimiento turístico. En la fundamentación teórica se estudiaron las distintas posiciones teóricas que dieron sustento a la variable dependiente e independiente, donde además identifiqué el modelo de autor, a desarrollarse en el capítulo III.

A través del diseño metodológico y diagnóstico y de la aplicación de los diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación al propietario, colaboradores y clientes potenciales de Parque Acuático de Disney, se pudo corroborar la problemática de investigación y a su vez sus respuestas también dieron la viabilidad para el desarrollo de la propuesta.

La propuesta de solución al problema es efectuada con base al modelo teórico expuesto por la autora Lourdes Munch, quien contempla el desarrollo del direccionamiento estratégico, efectuar un análisis externo e interno, identificación de estrategias, desarrollo de programas o acciones estratégicas, presupuesto e indicadores de evaluación, todo esto contribuirá a fortalecer el turismo en Parque Acuático de Disney.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

1. David, F. (2013). Conceptos de Administración Estratégica. México D.F: Pearson Education.
2. Fleitman, J. (2012). Negocios Exitosos. México D.F: Mc Graw Hill.
3. Francés, A. (2013). Estrategias y Planes para la Empresa. México D. F: Pearson Education.
4. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing. México D.F: Pearson.
5. López, C. (2011). Promoción y ventas turísticas. México D.F: Ideas Propias.
6. Louffat, E. (2015). Fundamentos del proceso administrativo. Buenos Aires: CENGAGE Learning.

7. Munch Galindo, L. (2011). Administración, procesos administrativos, clave del éxito. México D, F: Pearson Educación.
8. Munch Galindo, L. (2014). Administración Gestión Organizacional Enfoques y Procesos Administrativos. México D.F: Pearson Educación.
9. Palomeque Jaramillo, Jean Michel (2018). Parroquia La Avanzada: turismo comunitario actual. Revista Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores. Año VI, Edición Especial. <http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/920>
10. Ramírez, C. (2011). Administración de Empresas Turísticas. Trillas: España.
11. Robbins, S., Decenzo, D., & Coulter, M. (2013). Fundamentos de administración. México D.F: Pearson.
12. Senplades. (2017). Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida. Recuperado de: [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
13. Wheelen, T., & Hunger, D. (2013). Administración Estratégica y Política de Negocios Hacia la Sostenibilidad Global. Bogotá, Colombia: Delfín Ltda. Pearson Educación de Colombia.

#### **DATOS DE LOS AUTORES.**

1. **Aníbal Fernando Franco Pérez.** Magíster en Gerencia Empresarial. Docente de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, UNIANDES-Ecuador. Correo electrónico: [us.anibalfranco@uniandes.edu.ec](mailto:us.anibalfranco@uniandes.edu.ec)
2. **Jefferson Omar Arca Zavala.** Magíster en Informática Empresarial. Docente en la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, UNIANDES-Ecuador. E-mail: [us.jeffersonarca@uniandes.edu.ec](mailto:us.jeffersonarca@uniandes.edu.ec)

**3. Héctor Omar Samaniego Salcán.** Magister en Dirección Comercial y Marketing Estratégico.

Docente en la Universidad Regional Autónoma de Los Andes, UNIANDES-Ecuador. E-

mail: [us.lectorsamaniego@uniandes.edu.ec](mailto:us.lectorsamaniego@uniandes.edu.ec)

**RECIBIDO:** 2 de junio del 2020.

**APROBADO:** 6 de julio del 2020.