



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTION Y DESARROLLO TURÍSTICO

TEMA:

**ANALISIS DE ESTRATEGIAS PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA POST
COVID-19 EN LA COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

**TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTOR:

Dario José Illescas Gonzabay

TUTORA:

Ing. Jahaira Pamela Venegas Cedeño

LA LIBERTAD – ECUADOR

Diciembre– 2024

APROBACIÓN DEL DOCENTE GUÍA

En mi calidad de profesor tutor del trabajo de titulación **Análisis de estrategias para la reactivación turística post covid-19 en la comuna Palmar, provincia de Santa Elena.** elaborado por el Sr. **Dario José Illescas Gonzabay**, egresado de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico , declaro que luego de haber asesorado 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

Ing. Jahaira Pamela Venegas Cedeño, Msc.
PROFESOR GUÍA

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado **Análisis de estrategias para la reactivación turística post covid-19 en la comuna Palmar, provincia de Santa Elena.**

Elaborado por el Sr. **Dario José Illescas Gonzabay**, declara que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad educativa, científica, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales

Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener a los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente



Dario José Illescas Gonzabay

C.C. No.: 2450003401

AGRADECIMIENTO

Agradezco a:

Deseo agradecer a Dios por todas las bendiciones que me brinda día a día, por las oportunidades que coloca siempre en mi camino, por el amor, la bondad y su infinita misericordia. Por ayudarme alcanzar una meta más y guiarme a los próximos objetivos de mi vida.

Mis padres, hermanos y mis queridos abuelos por siempre estar en los momentos buenos más que todos los difíciles, llenarme de buenas energías para afrontar la vida y valorar el esfuerzo que hacen por mí, la vida sin ellos no tendría sentido.

Como no agradecer a mi querida tutora Ing. Jahaira Pamela Venegas Cedeño, por su predisposición, tiempo y consejos dentro de la elaboración de este proyecto.

A cada uno de los tutores que forman parte de la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico por sus enseñanzas, esfuerzo y dedicación

Y a la Universidad Estatal península de Santa Elena que por 5 años se convirtió en mi segundo hogar, me dio la posibilidad de abrirme sus puertas, prepararme y potenciarme para todo lo bueno que se aproxima.

Dario José Illescas Gonzabay

DEDICATORIA

Dedicado a:

Dedicado a Dios por ser fuente de sabiduría para mi vida, darme mucho conocimiento e inteligencia para afrontar las situaciones diarias.

A mis padres por el sacrificio que realizan cada día por sus hijos, la perseverancia, el amor y tiempo que colocan a las cosas. Son motivo de mi inspiración y máximos artífices de mis logros.

A mis queridos docentes por sus consejos que brindan en todo momento, dichoso de ser parte de sus enseñanzas y clases impartidas a lo largo de la carrera.

A mi tutora y especialista por su valioso tiempo, buen corazón y más que todo las ganas de siempre querer lo mejor para sus estudiantes, súper agradecido.

Dario José Illescas Gonzabay

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.
**DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Lcdo. José X. Tómalá Uribe, Msc
**DIRECTOR (E) DE LA CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO TURISTICO**

Ing. Jahaira Pamela Venegas Cedeño, Msc.
PROFESOR GUÍA

Lcda. Iliana Verónica Real Poveda, Msc.
DOCENTE ESPECIALISTA

Lcda. Julissa González González.

ASISTENTE ADMINISTRATIVA

INTRODUCCIÓN.....	1
Objetivos.....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	4
CAPITULO I.....	7
1. MARCO REFERENCIAL	7
1.1 Revisión de la literatura	7
1.2 Desarrollo teorías y conceptos	9
1.2.1 Definición de Turismo	9
1.2.2 Actividad Turística	9
1.2.3 Pandemia.....	9
1.2.4 Covid-19	10
1.2.5 Post Pandemia.....	10
1.2.6 Estrategias	10
1.2.7 Destinos Turísticos	10
1.2.8 Estrategias Turísticas	11
1.2.9 Turismo como fuente de desarrollo económico.....	11
1.2.2.1 Servicios Turísticos.....	11
1.2.2.2 Oferta Turística	11
1.2.2.3 Demanda Turística	12
1.2.2.4 Clasificación de la demanda turística	12
1.2.2.5 Gestión Comunitaria	12
1.2.2.6 Gobernanza comunitaria	13
1.2.2.7 Reactivación Turística	13
1.2.2.8 Reactivación Turística en el Ecuador	13
1.3 Fundamentos Legales	14

1.3.1 Ley de Turismo.....	14
1.3.2 Cámara de Turismo	16
1.3.3 OMT	16
1.3.5 Ley orgánica de la salud.....	17
CAPITULO II.....	18
Metodología.....	18
2.1 Diseño de investigación.....	18
2.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	21
2.2.1.1 Método Inductivo-Deductivo.....	21
2.2.3 Población y muestra.....	21
CAPITULO III RESULTADOS	27
3.1 Procesamiento de la información	27
3.2 Análisis de datos	27
3.2.1 encuesta.....	27
3.2.2 Entrevista	42
3.3. Discusión de resultados	54
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES . ¡Error! Marcador no definido.	
Bibliografía.....	58



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

**“PROCESO DE GESTIÓN COMUNITARIA PARA LA REACTIVACIÓN
TURÍSTICA POST COVID-19 DE LA COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE
SANTA ELENA.”**

Autor:

Dario José Illescas Gonzabay

Tutora:

Ing. Jahaira Pamela Venegas Cedeño MSc.

Resumen

La Pandemia del covid-19 afectó a varios sectores productivos a nivel mundial, provocando que pausen sus actividades y busquen nuevas alternativas que garanticen su estabilidad dentro del sistema económico, el área turística forma parte de los más golpeados debido al número de restricciones que se llevan a cabo en gran medida. Es notable que con el surgimiento de la pandemia el sector turístico demostró debilidades, donde muchos sitios denominados potencias turísticas fueron los más amenazados. En el Ecuador, principalmente en la Provincia de Santa Elena como destino turístico y que busca consolidarse dentro del mercado se encuentra la comunidad de Palmar que ha presentado varias modificaciones en relación a la oferta y demanda, para tratar de brindar servicios al turista clave y dar un giro a esta situación.

Con el presente trabajo se busca analizar las estrategias y la gestión comunitaria para la reactivación turística, además de verificar su importancia a través de un estudio para determinar el estado actual en la comunidad de Palmar, el mismo que permita resolver problemas amenazantes para el desarrollo económico y social. La participación de la población es necesaria para fomentar nuevas alternativas que conduzcan hacia un futuro próspero mediante la implementación de procesos de planificación y calidad de servicios turísticos. Consecuentemente establecer entrevistas a cada uno de los pobladores dueños de negocios turísticos es necesario para reconocer su posición mediante los resultados obtenidos.

Para luego, de esta manera relacionarla a la importancia de las necesidades de los servicios turísticos de la demanda que planea visitar a la comunidad de Palmar después de la pandemia del Covid-19, con el objetivo de asegurar el desarrollo de las estrategias que produzcan un crecimiento de la demanda en servicios turísticos ofertados.

Palabras Claves: Turismo, Oferta-Demanda, Desarrollo Social, Covid-19.



**“COMMUNITY MANAGEMENT PROCESS FOR THE POST-COVID-19
TOURIST REACTIVATION OF THE PALMAR COMMUNE, SANTA ELENA
PROVINCE.”**

Author:

Dario José Illescas Gonzabay

Tutor:

Ing. Jahaira Pamela Venegas Cedeño MSc.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic affected several productive sectors worldwide, causing them to pause their activities and look for new alternatives that guarantee their stability within the economic system. The tourist area is one of the hardest hit due to the number of restrictions that are largely carried out. It is notable that with the emergence of the pandemic, the tourist sector shows weaknesses, where several sites called tourist powers are the most threat

ened. In Ecuador, mainly in the Province of Santa Elena as a tourist destination seeking to consolidate itself within the market, there is the community of Palmar, which has presented several modifications in relation to supply and demand, to try to offer key tourist services and turn this situation around.

The present work seeks to analyze the strategies and community management for the reactivation of tourism and verify its importance through a study to determine the current state in the community of Palmar, which allows solving problems threatening economic and social development. The participation of the population is necessary to promote new alternatives that lead to a prosperous future through the implementation of planning and quality processes for tourist services. Consequently, establishing interviews with each of the residents who own tourist businesses is necessary to recognize their position through the results obtained.

In order to then relate it to the importance of the needs of tourist services of the demand that plans to visit the Palmar community after the Covid-19 pandemic, with the aim of ensuring the development of strategies that produce a growth in demand for tourist services offered.

Keywords: Tourism, Supply-Demand, Social Development, Covid-19.

INTRODUCCIÓN

En América Latina, los gobiernos de varios países que generan ingresos por medio del turismo uno de los sectores más azotados por la pandemia del Covid-19, se han visto obligados a la creación de estrategias que permitan neutralizar el impacto económico y a la vez contar con una adaptación pandémica.

En Ecuador, la pandemia causo muchos estragos especialmente a las instituciones, empresas y grupos financieros, sin olvidar el sinnúmero de comunidades que participan y buscan ingresos mediante la actividad turística.

Las pérdidas del turismo en el Ecuador fueron considerables de acuerdo a la información oficial según el Ministerio de Turismo, los ingresos del sector se redujeron en un 58,9%, un total de 2.822 millones en comparación al mismo periodo del año anterior. Las enormes pérdidas incluyen a todas las actividades de la cadena de valor de la industria, no solo a las de alojamiento, sino también a las empresas de alimentos, bebidas, transporte y de otros servicios relacionados. (Chejin, 2021: p.1)

La Comuna Palmar situada al norte de la provincia de Santa Elena, forma parte de las comunidades con mayor crecimiento turístico, cuenta con varios atractivos como su inmensa playa, dos cerros predominantes que transforman al sitio en un lugar encantador, paisajes hermosos, buen clima y deliciosa gastronomía motivo para convertirse en uno de los preferidos por los turistas que gozan de los servicios que la comunidad ofrece.

Actualmente, las comunidades buscan una buena organización y planificación que brinde la posibilidad de contar con un excelente manejo turístico para así obtener una reactivación post-pandemia que beneficie directamente al desarrollo económico y social.

La comuna Palmar, es un destino turístico que en estos últimos años sufrió cambios significativos a causa de la pandemia del covid-19 tratando de buscar soluciones para brindar un mejor servicio y ofrecer calidad turística a sus visitantes para lograr una reactivación, por su delimitación al oeste con el océano pacifico es denominado puerto pesquero convirtiendo este en el principal factor de ingreso económico para las familias del lugar, aunque esto ha rotado significativamente tras la reactivación turística post covid-19, donde los comuneros han visto al turismo como otra fuente de trabajo, incluyendo cada aspecto diferenciador organizando e implementando dentro las zonas

más atractivas del lugar espacios que promuevan y posicionen a la localidad.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo: analizar las estrategias para la reactivación turística de la comunidad de Palmar mediante el estudio de la oferta y demanda tras la pandemia del Covid-19, además modificar o crear nuevas estrategias que permitan el desarrollo económico de la zona.

El **Planteamiento del problema** se enfoca en detallar las causas y efectos que causa de la pandemia del covid-19 y cómo repercute en el crecimiento de diferentes áreas productivas.

Palmar es una de las comunidades con mayor crecimiento turístico en la provincia cuenta con varios atractivos turísticos como su inmensa playa, dos cerros predominantes que convierte del sitio en un lugar encantador, paisajes hermosos, buen clima y deliciosa gastronomía motivo para transformar en uno de los preferidos por los turistas que gozan de los servicios que la comunidad ofrece.

Las principales actividades económicas que predominan en la comunidad son la pesca, turismo y cultivo de ostras, con la llegada de la pandemia del covid-19, el turismo es uno de los sectores inmersos al mercado turístico mundial más golpeados, por esta razón se buscan alternativas y soluciones que permitan de a poco volver a la normalidad ofertando productos, además de servicios que se acoplen a la situación pandémica, al mismo tiempo es necesario recordar que dentro del turismo existen varias modalidades sobre todo que buscan progresar, para tener un buen funcionamiento turístico es necesario contar con aspectos muy importantes como la gestión, dirección y control de proyectos que ayuden a tener una reactivación tan necesaria después de la pandemia que garantice el desarrollo de la zona.

Las representaciones de los beneficios sociales se pueden observar dentro de las naciones, en este caso la comunidad de Palmar se encuentra en una lucha constante para obtener una reactivación, no obstante, durante la pandemia varios negocios y microempresas cerraron debido a la paralización turística es así, que las búsquedas de estrategias son muy importantes para encaminar aquellos problemas hacia posibles soluciones.

En la actualidad, el turismo ha tomado un protagonismo importante debido a las posibilidades que ofrece como la creación de plazas de trabajo y desarrollo comunitario, los turistas se sienten muy atraídos por conocer la cultura y vivencia de las personas,

inclusive tratan de involucrarse en las actividades que se realizan dentro de los sitios, otorgando así un plus muy importante, pero cabe destacar que aún se cuenta con un nivel medio en la prestación de servicio dentro de las zonas atractivas de la comunidad, ya que no está capacitada en diversas áreas para complacer al visitante pero esto es solo cuestión de tiempo para trabajar en esta problemática y se ofrezca un excelente trato.

La comunidad de Palmar ve con buenos ojos al turismo para lograr un cambio considerable con relación a los últimos años, pero al igual que otras comunidades cercanas que tratan de desarrollarse en lo turístico no se ha llevado una correcta planificación, además el trabajo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Colonche en conjunto con el cabildo de la Comunidad de Palmar ha sido desfavorable, entregando varios proyectos inconclusos y poco beneficiosos para el desarrollo comunitario, de esta manera mediante la creación de estrategias y tratando de ofertar nuevas modalidades de turismo se pretende llegar a la meta propuesta por la comunidad, principalmente sacando provecho a los recursos turísticos que pueden potenciarse y generar aspectos positivos.

El modelo que se está tomando dentro de la zona con la ayuda de varios emprendedores es apostar a la creación de nuevas estrategias post covid-19, la comunidad ha presentado un cambio importante en la infraestructura y oferta de servicios, al mismo tiempo existen otros que están trascendiendo en el mercado.

Palmar ha trascendido de manera significativa debido al trabajo comunitario que se realiza cada día en los puntos importantes y netamente turísticos, el mismo que se ha intensificado después de la pandemia, actualmente se trata que todo este proceso prevalezca y sea la raíz de futuros proyectos que beneficien al desarrollo económico y social de la comunidad de Palmar.

Durante la pandemia del covid-19 dentro de la comunidad eran muy limitados los sitios que ofrecían los servicios de hospedaje y restauración por temor a sufrir algún tipo de contagio o no llevar correctamente los protocolos de higiene. Actualmente cuenta con nueva infraestructura de establecimientos de hospedaje y restauración creadas por varios grupos de emprendedores que buscan el desarrollo y beneficios para la comunidad, la aplicación de esta estrategia es muy beneficiosa para el sitio que a partir de las actividades turísticas atraen a muchas personas

Por esta razón, mediante el presente estudio se busca analizar las estrategias turísticas post-pandemia que permiten el crecimiento de la comunidad que trabajan en el sector, para así reactivar la economía que por causa de la pandemia fue obligada a paralizarse, es momento también de destacar que los objetivos y metas que se verifican en este proyecto serán centrados en la comunidad, cabe recalcar el turismo de sol y playa es una de las modalidades más importante en el lugar pero así mismo se puede potencializar otras, sin lugar a duda causaría mucho interés a los turistas que en los últimos años también invirtieron en la creación de varios lugares turísticos de interés contando con la visión de los pobladores, para así convertir a la comuna Palmar en uno de los sitios más importantes en la provincia de Santa Elena.

Con respecto a la sistematización de la investigación se detalla: **¿Cuáles son las necesidades que tiene el visitante después de la pandemia del covid-19? ¿Cuál es la situación actual de la comunidad de Palmar después de la pandemia? ¿La prestación de servicios y la oferta de productos hacia los turistas es la adecuada?** De acuerdo con el planteamiento del problema se indica la siguiente incógnita dentro de la investigación. **¿De qué manera ayudará el análisis de estrategias a la reactivación turística post covid-19 de la comuna Palmar?**

A continuación, se detallan los objetivos de la investigación:

Objetivos

Objetivo general

Analizar las estrategias para la reactivación turística de la comunidad de Palmar post-pandemia

Objetivos específicos

- Describir la situación actual de la comunidad de Palmar
- Identificar la oferta y demanda de la comunidad de Palmar
- Determinar las necesidades de servicios turísticos de la comunidad de Palmar post-pandemia

El propósito de estudio dentro de la **justificación** es analizar el importante aporte que brindan las estrategias de reactivación turística para el desarrollo de sitios y lugares

después de la pandemia del covid-19 además de conocer si la demanda está dispuesta a visitar nuevamente a la comunidad.

Las comunidades rurales del Ecuador tienen como objetivo crear estrategias de reactivación turística que permitan tener estabilidad dentro de la sociedad, uno de los factores claves es la comunidad que siempre está en constante procesos de cambio y adaptación a las nuevas tendencias turísticas. Por ello es importante realizar una investigación a consecuencia que la pandemia del Covid-19 ha sorprendido en todos los negocios turísticos, arrastrando consigo un aumento de inactividad en los servicios hoteleros, restaurantes y de toda la actividad turística en general, reflejando el declive económico del sector.

La investigación correspondiente aportará al desarrollo local, pues el crecimiento económico es generado en gran parte por el turismo y pesca, estos factores benefician positivamente a la reactivación de la comunidad para así recibir un número considerable de turistas y diversificar la oferta.

La participación y gestión comunitaria indudablemente, se ha visto sumergida a diversos cambios recalando su importancia dentro del proceso turístico, la comunidad de Palmar cuenta con muchos atractivos naturales y culturales que atraen a diversos turistas nacionales.

La comunidad necesita de personas que administren, planeen diversos proyectos y logren crear estrategias en beneficio de las áreas turísticas y los indicados a realizar este tipo de trabajo es la población, que conoce de buena manera su entorno y mucho más en la actualidad donde el mercado turístico comunitario crece a pasos agigantados.

De este modo se planea estudiar la demanda turística de la comunidad de Palmar, para diagnosticar si las actividades turísticas que se desarrollan deben tener una innovación en sus productos y servicios para reactivar sus funciones y traer consigo una mejoría en la economía que garantice el desarrollo comunitario de los próximos años.

En el capítulo I se muestran los antecedentes, las variables con sus contenidos que detallan el tema de estudio, de la misma manera el marco legal donde se presentan las leyes que aportaran con los temas a desarrollar.

En el capítulo II se establece la metodología, técnicas e instrumentos utilizados en la investigación, además de llevar a cabo las encuestas y entrevistas que nos permitan determinar la problemática de estudio.

En el capítulo III se demuestran los resultados obtenidos mediante gráficos y tablas acompañados de su respectivo análisis, el mismo que nos permitirá obtener una conclusión del estudio elaborado.

CAPITULO I.

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 Revisión de la literatura

Para la consecución de este trabajo se llevó a cabo la investigación de otros proyectos y estudios que cuentan con semejanza al objetivo planteado dentro de otro contexto, pero con la finalidad de mejorar el resultado científico del tema establecido.

Internacional

Mediante la investigación realizada por Novoa, R (2021). **“ANÁLISIS DEL COVID-19 Y SUS CORRELACIONES A NIVEL INTERNACIONAL”** destaca como objetivo integrar y generar una base de datos con información por países dividida en dos categorías: datos asociados al COVID-19 y datos de fondo, para luego explorar la calidad de la base generada, buscando correlaciones entre ambas categorías. Finalmente, implementar una plataforma que permita visualizar las variables correlacionadas, se determinó un análisis cuantitativo que servirán para la recolección de datos mediante un Data base para responder las hipótesis planteadas y determinar los agentes participantes.

Dentro del trabajo investigativo efectuado por Llaja, M (2020) denominado **“PROYECTO PARA EL CRECIMIENTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA RESERVA NATURAL EL PILCO, CUTERVO”** incluye como objetivo la creación de proyectos para fomentar el desarrollo comunitario en la Reserva Natural “El Pilco”-Cutervo, el objeto de investigación efectuado es el descriptivo que a través de la investigación realizada a 6 familias dentro del muestreo nos ayuda a contemplar que la elaboración de propuestas es esencial para lograr un óptimo desarrollo turístico rural comunitario.

Martorell, F & Melgosa, F (2020) declaran dentro de su trabajo de titulación nombrado **“Turismo post Covid-19. El turismo luego del Covid-19: investigación, visión y caminos de recuperación”** que el objetivo general generar estrategias de oportunidad para repensar la industria turística y reconstruirla desde una nueva visión más alineada con los grandes desafíos de la humanidad: ambientales, sociales, tecnológicos, la investigación planteada es descriptivo que trajo consigo un muestre de 362 personas que lleva a la investigación a la finalidad de conocer que el turismo mundial sufrió varios

cambias a través de la pandemia pero es necesario la utilización de modelos y estrategias que permitan contar con una reactivación turística.

Nacional

En este caso Rodríguez, J (2019) en su trabajo de investigación titulado **“El Turismo Comunitario actor principal para el desarrollo económico y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comuna Palmar”** define como objetivo principal estudiar los motivos que causan la carencia de desarrollo del turismo en la comunidad de Palmar, considerando que el turismo ha aumentado su importancia de manera relevante, beneficiando al desarrollo económico y social de todo el mundo. Se realizó una metodología de carácter cualitativo descriptivo, con un muestreo de 73 turistas encuestados, dando como resultado que la implementación de turismo comunitario mejoraría la calidad de vida de los pobladores de la comunidad.

Según la investigación Rodríguez, M (2022) en su tema de titulación denominado **“Reactivación Turística COVID-19: Caso Distrito Metropolitano de Quito”** demuestra como objetivo principal elaborar una propuesta de reactivación turística integral, a través de la herramienta de planeación táctica para establecer diversas actividades de recuperación y mejoramiento en la ciudad, analizando la situación de la ciudad de Quito y como ha reaccionado a la pandemia del Covid-19, se llevó a cabo un análisis cualitativo y cuantitativo que determino un muestreo de a 410 634 turistas para así obtener los resultados que permitan analizar la situación del turismo desde varios puntos de vista.

En este contexto Mendoza, M & Reinoso, G (2020) dentro de su proyecto de titulación que se denomina **“Estudio de pérdidas y estrategia de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria de COVID-19 en el destino MANTA-ECUADOR”** recalca como objetivo general contribuir de forma practica con un modelo que permita encontrar las problemáticas que causas problemas al sector empresarial en un destino ecuatoriano que está en una crisis sanitaria mundial, la metodología que se utilizo fue posible mediante el uso de la tecnología y el apoyo interinstitucional la misma que determino un muestreo de 272 personas, los datos determinados establecieron que la implementación de estrategias es factible para generar una reactivación turística en el Ecuador.

1.2 Desarrollo teorías y conceptos

1.2.1 Definición de Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (2019). El turismo es una actividad que se caracteriza por el traslado de personas de un lugar a otro fuera de su lugar de origen por diferentes motivos. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo engloba las actividades que realizan, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (OMT, 2019)

1.2.2 Actividad Turística

Como afirma Morillo Moreno (2011). La actividad turística, con respecto a su planificación y desarrollo, puede beneficiar a los pueblos a vencer la pobreza y mejorar sus estilos de vida, tiene mucho potencial para fomentar el desarrollo económico, la inversión local, creación de oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. De esta forma dicha actividad incide en la generación del PIB, balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de muchos países.

El turismo es un sistema a nivel mundial que mueve muchas masas, provoca el traslado de muchas personas hacia lugares totalmente nuevos, ofreciéndoles la mejor de las experiencias además de vivir momentos únicos, dentro de esta actividad se abren muchas puertas para los países a nivel mundial, las cosas que puede ofrecer y los puntos a desarrollar son muy interesantes.

1.2.3 Pandemia

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), se denomina pandemia a la transmisión mundial de una nueva enfermedad:

Se puede mencionar la diferencia entre una epidemia de una pandemia es la magnitud de la propagación. La Organización mundial de la salud denomina a la epidemia como "la ocurrencia en una comunidad o región de casos de una enfermedad", mientras que el término pandemia establece propagación general, aunque en varios casos se ha empleado el término cuando una enfermedad se extiende en todo un país. (Medicina de Salud Publica , 2020)

1.2.4 Covid-19

Según Mantilla (2020) Los coronavirus son una familia de virus de cadena simple de ARN que pueden causar infecciones en el ser humano de gravedad variable. El coronavirus que causa la COVID-19 pertenece a la familia Coronaviridae y es una de las variantes de este tipo de virus.

En opinión del autor, el coronavirus es una enfermedad perjudicial para la población si no se cuenta con los cuidados necesarios y puede afectar a los sectores económicos mundiales.

1.2.5 Post Pandemia

En términos de salud, la expresión «pos-COVID-19» se utiliza para hacer referencia a la persistencia de síntomas y signos en personas que cursaron la fase aguda de la infección. Una vez superada esta, se estima que entre el 10 y el 20% de estas personas persistirán con un conjunto de síntomas tales como: fatiga, cefalea, ansiedad, «niebla mental», insomnio, tos, disnea, dolor torácico, artralgias, mialgias y diarrea (entre otros), todos ellos fluctuantes y heterogéneos en características e intensidad (Cairolí, 2021, pág. 614)

1.2.6 Estrategias

Según Westreicher (2020) “La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos”

En este caso las estrategias permiten la consecución de metas, como es el caso de la comunidad de Palmar que mediante el uso de esta herramienta cumplió con un proceso de reactivación turística post-pandemia.

1.2.7 Destinos Turísticos

Según la OMT en 1999, un destino turístico es un lugar, a diferentes escalas, en que los turistas realizan como mínimo una pernoctación. El destino incluye productos turísticos tales como 18 recursos y atracciones turísticas o servicios complementarios, su gestión queda sujeta especialmente a las fronteras administrativas y físicas que lo delimitan (las políticas turísticas encuentran en el destino la unidad base de gestión),

mientras que su competitividad depende de la imagen y percepción que es capaz de generar. (Reverté, 2012, pág. 9)

1.2.8 Estrategias Turísticas

De acuerdo con Mena (2021) “La ejecución de estrategias en el turismo es una evolución lineal muy importante de planificación estratégica y una representación adecuada de varias tareas asociadas con mecanismos de evaluación y monitoreo que garantice una ejecución efectiva y eficiente”.

En pocas palabras, las estrategias turísticas son importantes para logra la consecución de objetivos y mantener un buen desempeño en la población.

1.2.9 Turismo como fuente de desarrollo económico

El turismo cuenta con diferentes conexiones con otros sectores económicos como el artesanal, la industria textil, la manufacturera, así mismo con sectores que prestan servicios de promoción y publicidad. Por lo que este sector se anexa los demás sectores productivos antes durante y después del desarrollo de los servicios turísticos. Así también, por sus características integradoras influye en ámbitos urbanos y también rurales (Lamboggia Ortiz, 2014, pág. 3)

1.2.2.1 Servicios Turísticos

Un servicio turístico es la acción o el conjunto de actividades de una empresa turística destinadas a satisfacer las necesidades del turista a través de percepciones intangibles y personalizadas de acuerdo a su demanda con el objetivo de contribuir al disfrute de los bienes turísticos. Estas actividades tienen que estar perfectamente coordinadas para responder a las exigencias de los turistas antes, durante y después del viaje. (OTRA PIEL , 2021)

1.2.2.2 Oferta Turística

Como opina Naranjo (2022) “es una mezcla entre servicios y productos que se exponen para la venta hacia un cliente turístico que desea realizar un viaje” (pág. 406)

En consideración al punto de vista del autor, la oferta turística es el entorno de todo lo que necesita el turista para satisfacer sus necesidades con respecto a un viaje o visita de un sitio

1.2.2.3 Demanda Turística

La demanda turística, según Martínez Roget & Miguel Domínguez (2000). Puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas. (pág. 5)

Desde el punto de vista del autor, demanda turística refiere a el consumo que tienen los turistas en un sitio en específico.

1.2.2.4 Clasificación de la demanda turística

Citando a González & Conde (2011) manifiesta que la demanda turística tiene 3 clasificaciones los cuales son:

a. La demanda efectiva o actual: Número actual de personas que participan en la actividad turística como compradores de los servicios y que tienen los medios y voluntad para hacerlo. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales.

b. La demanda latente: Formada por las personas que no participan en la actividad turística (no viajan), por algún motivo relacionado con las variables que afectan a la demanda. Dentro de este grupo se encuentran: La demanda potencial: Que se refiere a las personas que no han viajado por un motivo determinado, pero podrían hacerlo en un futuro; y, la demanda diferida: Que comprende aquellas personas que no han podido viajar por algún problema relacionado con el entorno o causada por problemas de la oferta.

c. La no demanda: Caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes.

1.2.2.5 Gestión Comunitaria

De manera general la gestión comunitaria se relaciona con el desarrollo de un conjunto de estrategias en el que intervienen un conjunto de actores sociales con el propósito de alcanzar ciertos objetivos relacionados con el bienestar de sus integrantes, lo cual es una de las premisas principales del desarrollo comunitario. Estas estrategias se basan principalmente en dos dimensiones: la primera es el control del sistema en la toma de decisiones, lo que incluye el diseño de las técnicas a usar, el establecimiento de

políticas, entre otros aspectos que son necesarios para decidir; la segunda dimensión que es el mantenimiento del sistema ejercido por actores externos que trabajan bajo la autoridad y en beneficio de la comunidad. (Visscher, 2010)

1.2.2.6 Gobernanza comunitaria

El mundo actual ha comenzado a entender que el fin último de cualquier acción es definitivamente el ser humano. Conscientes que por muchos años se ha dado mayor importancia a organizaciones que priorizan los recursos más valiosos de la naturaleza y que mediante estos se han beneficiado unos pocos, aislándose del bien común que ha sido la base filosófica del desarrollo de una sociedad exitosa. (Ávila et al. 2019)

De aquí que un aspecto tan relevante para cualquier comunidad organizada, como lo es la gobernanza, retome sus bases fundamentales y se “renueve” en la gobernanza comunitaria que implementa la economía civil como eje fundamental de desarrollo, dejando atrás propuestas que involucran formas como el caudillismo, el corporativismo o incluso formas de gobierno como la populista y neo populista. (Ávila et al. 2019)

1.2.2.7 Reactivación Turística

Como manifiesta CEUPE(2022). La crisis sanitaria es una oportunidad para reactivar el turismo de futuro. El turismo se encuentra en una encrucijada y las medidas implementadas hoy darán forma al turismo del mañana.

Como opina el autor la reactivación turística es necesaria para contar con una normalidad en el sector además permitirá la generación de ingresos y muchas plazas de trabajo.

1.2.2.8 Reactivación Turística en el Ecuador

Desde el Ministerio de Turismo se encuentra estructurado en estrategias y cada una contiene acciones puntuales, La planta turística en el país está formada en un 90% por Mis pymes (medianas y pequeñas empresas). El 80% de estas se ven afectadas por la situación actual de la pandemia, desde los ámbitos laboral, productivo y económico. Los sectores más afectados son los de servicios de operación turística, guías turísticos, restaurantes, alojamiento y eventos. (MINTUR, 2020)

1.3 Fundamentos Legales

1.3.1 Ley de Turismo

Ecuador ha comenzado un proceso considerablemente interactivo que comprende a los actores estrechamente relacionados con el turismo de los sectores privado, comunitario y público, para de esta manera buscar estrategias que puedan fomentar el turismo en las diferentes ciudades del país, desde un punto de vista positivo, con el fin de no solo beneficiar al turista si no, también a los habitantes que viven de esta actividad.

La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

Líteral a.- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

Líteral b. - La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

Líteral c.- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

Líteral d.- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país

Líteral e.- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

Líteral a.- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

Literal b.- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

Literal c.- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

Literal d.- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

Literal e.- Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

Literal f.- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

Literal g.- Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO IV DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;

Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;

Planificar la actividad turística del país;

- 1.** Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
- 2.** Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
- 3.** Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
- 4.** Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con

organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;

5. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
6. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
7. Calificar los proyectos turísticos
8. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
9. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

1.3.2 Cámara de Turismo

En cada provincia se constituirá una cámara de Turismo cuyo domicilio será la capital provincial. Las cámaras de Turismo serán personas jurídicas de derecho privado, gozarán de autonomía, serán representadas por su presidente y se regirán por esta Ley, sus Estatutos y reglamentos internos.

En aquellos cantones que cuenten con vocación turística podrán constituirse capítulos Cantonales, los que formarán parte de la respectiva cámara provincial de Turismo, para lo cual se cumplirá con lo previsto en el artículo 6 de esta Ley. Cámara de Turismo, (2017)

Las cámaras de Turismo serán entidades sin fines de lucro y quedan prohibidas de realizar actividades políticas o religiosas.

La duración de las cámaras será por tiempo indefinido

1.3.3 OMT

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es, un organismo especializado de las Naciones Unidas y representa la principal institución internacional en el campo del turismo. Está formado por 154 Estados miembros, siete territorios (Antillas Holandesas,

Aruba, Comunidad Flamenca de Bélgica, Hong Kong, Macao, Madeira y Puerto Rico) y más de 400 Miembros Afiliados que representan al sector privado, entidades internacionales, instituciones de enseñanza, asociaciones y autoridades locales. España es Estado Miembro de la Organización, (OMT, 2019)

Codificación de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas

Artículo 1. Establecimiento y nominación de las comunas. Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare.

Artículo 2. Sujeción a la jurisdicción parroquial. La comuna estará sujeta a la jurisdicción de la parroquia urbana o rural dentro de cuya circunscripción territorial se encuentre. (Comisión de Legislación y codificación, 2004)

1.3.4 Reglamento de alojamiento turístico

Art. 4.- Ejercicio de la actividad. - Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley. (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016, pág. 5)

1.3.5 Ley orgánica de la salud

Art. 1.- La presente Ley tiene como finalidad regular las acciones que permitan efectivizar el derecho universal a la salud consagrado en la Constitución Política de la República y la ley. Se rige por los principios de equidad, integralidad, solidaridad, universalidad, irrenunciabilidad, indivisibilidad, participación, pluralidad, calidad y eficiencia; con enfoque de derechos, intercultural, de género, generacional y bioético. (Ley Orgánica de la Salud., 2015, pág. 2)

CAPITULO II.

Metodología

Para el desarrollo de la propuesta de investigación, se debe realizar el análisis cuantitativo y cualitativo que nos permitan verificar el estado actual de la comunidad además conocer el número de atractivos, negocios y emprendimientos turísticos que se han implementado después de la pandemia, del mismo modo interpretar el comportamiento de los turistas y su nivel de satisfacción.

El siguiente trabajo investigativo presenta un tipo exploratorio debido a que el tema de estudio previo es poco conocido y se desea investigar más a fondo sobre el sector turístico de la comunidad de Palmar que mediante la modalidad de turismo y gestión comunitaria busca reactivarse después de la pandemia de COVID-19

2.1 Diseño de investigación

El presente trabajo de investigación trae consigo un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). Cuantitativo en el sentido que se recolecta información numérica en este caso de la demanda local y turistas que son considerados dentro de la población en la investigación, estos últimos arrojarán detalles del proceso de muestra y tabulación de los datos recopilados. Así mismo Cualitativo debido a que se llevan a cabo encuestas a la demanda local y turistas, en las que se consigue información con respecto a las ideas y argumentos de directivos, comuneros y turistas con orientación al **Análisis de estrategias y reactivación turística para la comunidad de Palmar post covid-19**, y además por medio de esta, llegar hacia los resultados y dar soluciones a la problemática dada.

2.1.2 Investigación no experimental

La investigación no experimental se utiliza como método de estudio del tiempo, el investigador no puede controlar, manipular o alterar a los individuos en este caso la comunidad de Palmar, sino más bien que se basa en la interpretación o las observaciones que suceden en ese instante, para llegar a una conclusión. Se entiende que el método no debe basarse en analogías, encuestas o estudios de caso, porque no se puede demostrar una verdadera relación de causa y efecto.

2.1.3 Investigación Transeccional

En la investigación transeccional o también conocida como transversal, se cumple la observación y el registro de datos en un momento determinado en el tiempo. Este tipo

de investigación a su vez nos permite tener un diseño descriptivo o correlacional de los datos de estudio en la comunidad. En este caso el tiempo establecido para poder culminar con el proceso de recolección de datos en el sitio.

2.1.4 Investigación descriptiva

El Diseño de investigación descriptiva es un método científico que involucra el observar y además de describir el comportamiento de un individuo sin influir sobre él de ninguna manera. Es decir, aquí se encuentran involucradas las variables de la investigación, y la realidad del objeto de estudio mediante la respuesta de preguntas asignadas a la población de Palmar.

La investigación descriptiva es recurrente usada como un antecedente a los diseños de investigación cuantitativa, es decir, representa el escenario general de cómo se llevarán a cabo las variables y el asertividad que tienen las unas de las otras, que se verán valoradas de manera cuantitativa.

2.1.5 Investigación Bibliográfica

Se comprende como la exploración de información en documentaciones para establecer cuál es el conocimiento existente en un espacio particular, un factor significativo en este tipo de investigación se maneja la biblioteca, como aliado durante su proceso de investigación. Esta propuesta, se atribuyó con la sugerencia de libros y documentos referentes a estrategias de marketing e inclusive solicitar a la comuna de Palmar trabajos similares elaborados con anterioridad, también permite crear mejor las definiciones y poder manejar los instrumentos necesarios para su diseño

Un buen trabajo investigativo radica de una búsqueda bibliográfica profunda. Sin embargo, todo indagador debe comprobar la validez de las fuentes investigativas. Para la comprensión del trabajo, es recomendable recurrir a portales de interés de este.

2.1.6 Investigación estratégica

La investigación estratégica nos permite crear nuevos modelos para la gestión turística, además de cumplir con los objetivos planteados mediante la utilización de herramientas necesarias y así permitir que la comunidad de Palmar sea actor principal en el sector turístico.

2.1.7 Investigación de Campo

Este tipo de investigación se centra en el estudio del problema planteado, además de direccionarse a la búsqueda de otras fuentes que ayuden a el seguimiento del trabajo investigativo. En la investigación de campo se realizan una serie de actividades donde se utilizan las herramientas necesarias para la recopilación de datos, de esta manera en el presente trabajo se desarrollará esta función, debido que se necesita obtener información mediante la intervención de las personas inmersas en el entorno investigativo.

2.1.8 Enfoque Cuantitativo

Se aplicó el método cuantitativo para obtener datos importantes y mostrarlos mediante tablas y gráficos que representen la situación actual del turismo en la comunidad de Palmar además de las necesidades que se tiene con la demanda en la localidad

2.1.9 Enfoque Cualitativo

A través de este tipo de enfoque se evidencio la realidad del funcionamiento de los servicios turísticos dentro de la comunidad en base a los resultados obtenidos mediante la interpretación de preguntas efectuadas a la demanda local.

2.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.1.1 Método Inductivo-Deductivo

Para el desarrollo del trabajo el método deductivo nos ayudó a tener en claro la problemática del tema general establecido mediante las preguntas efectuadas a la demanda local y conocer las estrategias para la reactivación de la comunidad de Palmar.

El método inductivo permitió generar conclusiones, mediante el estudio de antecedentes que van desde lo particular a general, para así relacionarlo directamente con la problemática que se encuentra en la comunidad de Palmar y conocer la situación actual de la misma.

2.2.3 Población y muestra

Para lograr establecer las necesidades y servicios turísticos que se pueden ubicar dentro de la comunidad se escogió la técnica de la encuesta, además de considerar a la demanda local. El número de habitantes de la comuna Palmar según (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022) es de 14425, pero es aquí donde se escogerá un subconjunto de personas mediante el tamaño de la muestra que nos permitirá determinar las estrategias que se llevaron a cabo para obtener una reactivación turística.

La población seleccionada comprende a los dueños de establecimientos turísticos de la comunidad que constan dentro del catastro del ministerio del turismo del año 2024.

Tabla 1. Catastro de establecimientos turísticos según el ministerio de turismo

Establecimientos que ofertan servicios turísticos en la comunidad de palmar	Actividad / Modalidad	Clasificación	Dirección
Palmar Sun Coffee	Alimentos y Bebidas	Cafetería	Sector cruce Palmar/ gasolinera Chalen

Sala de eventos “Salome”	Organizadores de eventos, congresos y convenciones	Sala de recepciones y Banquetes	Palmar Barrio Pablo María vía a la cancha de césped
Puerto Palmar	Alojamiento	Hostal	Frente a la escuela Bernardo Ortega
Las Palmas	Alimentos y Bebidas	Discoteca	Comuna Palmar - a media cuadra de la Farmacia comunitaria – local color blanco con café
Carmita	Alojamiento	Casa de Huéspedes	Barrio 16 de julio y malecón 000 s/n

Fuente: Ministerio de turismo

Elaboración: Dario Illescas (2024)

La comunidad de Palmar también cuenta con otros establecimientos que no constan dentro del catastro, pero son de mucha importancia los cuales son:

Restaurant

- Cabaña D´Jeremías
- Cabaña Lumael
- Cabaña D´Alex
- Ocaso Restaurant
- Cabaña Camino a la Naturaleza
- TikiBar
- Cabaña Caída del sol
- Bar Caribe
- Rosvic
- Tijuana Restobar

Comida Rápida

- El chamo Fastfood
- El barril de Xavi
- La carretilla de Kelly
- Los taquitos del Barrio
- Comidas rápidas de pepa
- Casagrill

Alojamiento

- Monrisol
- Hotel Casa Blanca
- Rieras Palm
- Hostal Bazán
- Hostal de Víctor
- Hostal Pedrito

Tabla 2. Población

Población	Cantidad	Fuente
Población	14425	INEC
Dueños de establecimientos turísticos	27	MINTUR
Total	14452	

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022)

Elaborado por: Dario José Illescas Gonzabay (2024)

2.2.3.1 Muestra

La metodología a llevar a cabo dentro de la investigación es el muestreo no probabilístico por conveniencia, donde resalta que cualquier sujeto que se encuentre dentro de la población puede ser elegido, en el no probabilístico es una técnica de muestreo donde las estadísticas se recolectan a través de un procedimiento donde a los individuos no se les brinda la misma oportunidad de participación o de ser seleccionados. Luego los datos serán almacenados en la aplicación SPSS que ayudara a la obtención de resultados y tabulación.

2.2.3.1.2 Muestreo Estratificado

Según (Muguira, 2023) “El muestreo estratificado es una técnica de muestreo en la que el investigador divide a toda la población objetivo en diferentes subgrupos o estratos, y luego selecciona aleatoriamente a los sujetos finales de los diferentes estratos de forma proporcional”

Fórmula aplicada a la población investigada.

Elementos de la fórmula para el cálculo de la muestra de los turistas es:

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

Donde:

N= Tamaño de la población o universo

n= Tamaño de la muestra 14425

Z= Porcentaje de fiabilidad 95% o (1.96)

P = probabilidad de ocurrencia 50% (0,5)

q = probabilidad de no ocurrencia 50% (0,5)

e = error de muestreo 5% (0,05)

Aplicando la formula se tiene:

N:14425 Z:1,96 e: 0,05 p: 0,50 q: 0,50

$$n = \frac{14425 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 (14425-1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n=374$$

Tabla 3 Muestra

MUESTRA	# DE ENCUESTAS
Población	374
Dueños de establecimientos turísticos	27
Total	401

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022)

Elaborado por: Dario José Illescas Gonzabay (2024)

2.2.5 Recolección y Procesamiento de datos

Para llevar a cabo el análisis de los resultados obtenidos mediante los instrumentos efectuados a la población y dueños de los establecimientos turísticos de la comunidad que tienen como finalidad determinar el nivel de satisfacción de los habitantes y turistas que visitan de la comunidad de Palmar con respecto a las estrategias de reactivación turística post-pandemia empleadas, para esto se tomó como referencia el trabajo realizado por González (2022) quien efectúa un diseño de recolección de datos enfocadas al mejoramiento de los servicios turísticos que se presentan en la cabeceras cantonal de Catamayo.

2.2.6 Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación cuantitativa la cual se dirige a un grupo de personas a través de un cuestionario para recolectar sus opiniones y puntos de vista en general. La función de las encuestas es que, a través de la elaboración de entrevistas a un grupo reducido de personas, los resultados pueden inferir a la población que representan. (Fernández, 2024)

Para implementar el cuestionario, se tomaron los datos de la población seleccionada, gracias a las variables, y así mediante los objetivos obtener resultados positivos. Para la elaboración de la encuesta se planifica un cuestionario, con preguntas cerradas (Escala de Likert, Opción Múltiple y Dicotómicas), después, se realiza un ensayo piloto, es decir, es aplicada a las personas seleccionada que se encuentran en la comuna para la comprobación de la problemática planteada.

2.2.7 Entrevista

Nos permite establecer conversaciones y diálogos con los dueños de los establecimientos turísticos de la comunidad, que cuentan con un amplio conocimiento sobre el estado actual del turismo en la comunidad de Palmar.

2.2.8 Observación

La observación es un elemento primordial para el proceso de investigación; mediante esta ayuda al investigador para conseguir la mayor posibilidad de información o datos. Básicamente se estudian con gestiones y comportamientos con observaciones. Son empleadas por personas que, por medio de instrumentos, ya sean encuestas o entrevistas, herramientas que les permiten obtener un mejor resultado para sus investigaciones

CAPITULO III RESULTADOS

3.1 Procesamiento de la información

El estudio empleado en la investigación por medio de las encuestas de campo, se dirige los 374 habitantes de la comunidad de Palmar que participan dentro del proceso económico tomando como referencia el último censo realizado en el año 2022.

Para la recopilación de los datos obtenidos se utilizó el programa Excel que nos permite realizar varios métodos de cálculos para así almacenar información necesaria para nuestro trabajo de investigación.

3.2 Análisis de datos

3.2.1 encuesta

Diseñadas las encuestas a los 374 habitantes de la comunidad de Palmar con el objetivo de conseguir información importante para la elaboración de la investigación se obtienen los siguientes resultados:

Datos Generales

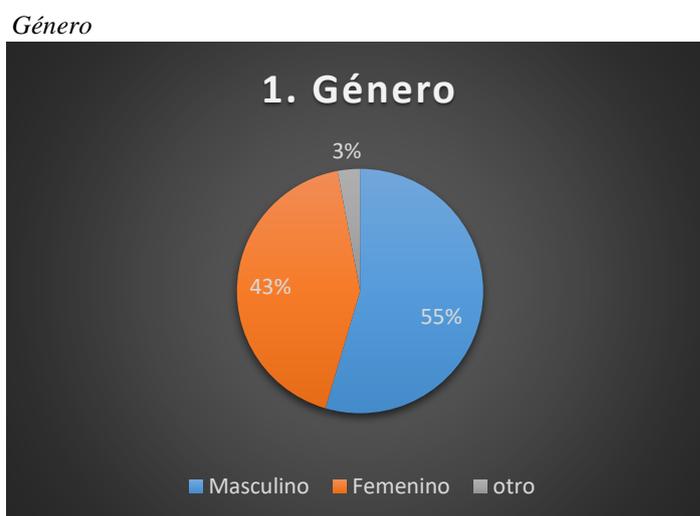
1. Género

Tabla 4.

<i>Género</i>		
Respuestas	Frecuencia	%
Masculino	204	55%
Femenino	159	43%
Otro	11	2%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 1.



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 55% indica ser hombre, el 43% mujer y finalmente el 3% a otro tipo de géneros.

2. Población activamente económica

Tabla 5.

Población activamente económica

Respuestas	frecuencia	%
De 18 a 30 años	106	28%
De 30 a 40 años	119	32%
De 40 a 60 años	92	25%
De 60 en adelante	57	15%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 2.

Población activamente económica



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 32% indica su edad de 30 a 40 años, el 28% de 18 a 30 años, el 25% de 40 a 60 años y el 15% de 60 en adelante.

3. Estado civil

Tabla 6.

Estado civil

Respuestas	frecuencia	%
Soltero	107	29%
Casado	123	33%
Divorciado	23	6%
Unión libre	112	30%
Viudo	9	2%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 3.

Estado civil



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 33% indican estar casados, el 30% posee unión libre, el 29% están solteros, el 6% divorciados y el 2% indican estar viudos.

4. Nivel de estudios

Tabla 7.

<i>Nivel de estudios</i>		
Respuestas	frecuencia	%
primaria	121	32%
secundaria	132	35%
tercer nivel	81	22%
cuarto nivel	40	11%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 4.

Nivel de estudios



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 35% indican que cuentan con estudio de secundaria, el 32% con estudio de primaria, el 22% con un tercer nivel de estudios y tan solo el 11% con estudios de cuarto nivel.

5. Ocupación

Tabla 8.

Ocupación	Respuestas	frecuencia	%
	Pescador	101	27%
	Comerciante	63	17%
	Albañil	40	11%
	Estudiante	67	18%
	Funcionario	47	13%
	emprendedor turístico	56	14%
	Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 5.



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 27% señalan que son pescadores artesanales, el 18% son estudiantes, el 17% trabajan como comerciantes, el 14% se dedican al turismo, el 13% se desenvuelven como funcionarios y por último el 11% son albañiles.

6. ¿Piensa usted que el turismo es muy importante dentro de la comunidad de Palmar?

Tabla 9.

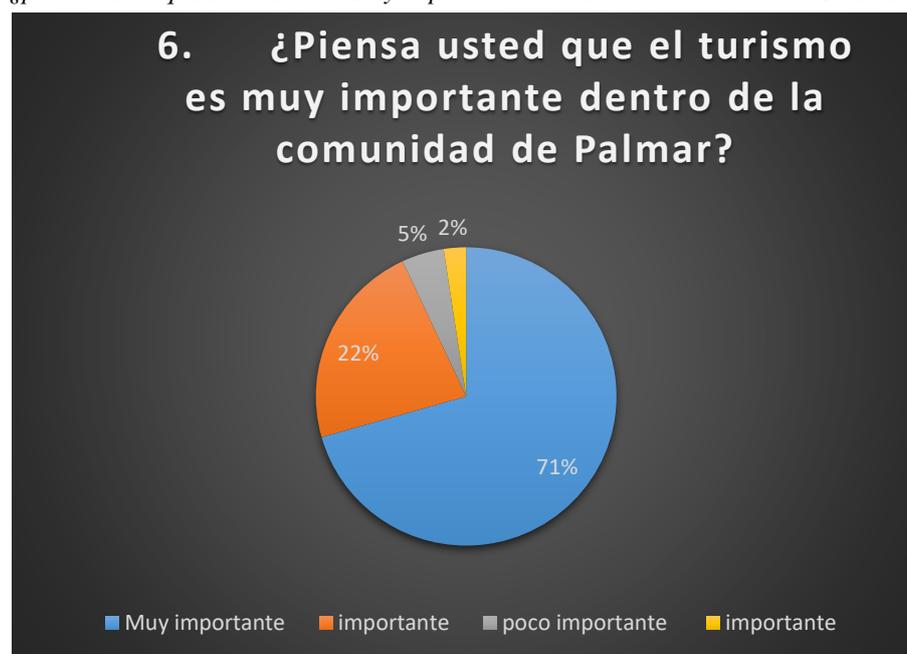
¿Piensa usted que el turismo es muy importante dentro de la comunidad de Palmar?

Respuestas	frecuencia	%
Muy importante	264	71%
Importante	84	22%
poco importante	17	5%
Importante	9	2%
total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 6.

¿piensa usted que el turismo es muy importante dentro de la comunidad de Palmar?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 71% piensa que el turismo es “muy importante” dentro de la comunidad, el 22% “importante”, el 5% opina que es “poco importante”.

7. ¿Usted cuenta con algún negocio turístico dentro de la comunidad de Palmar?

Tabla 10.

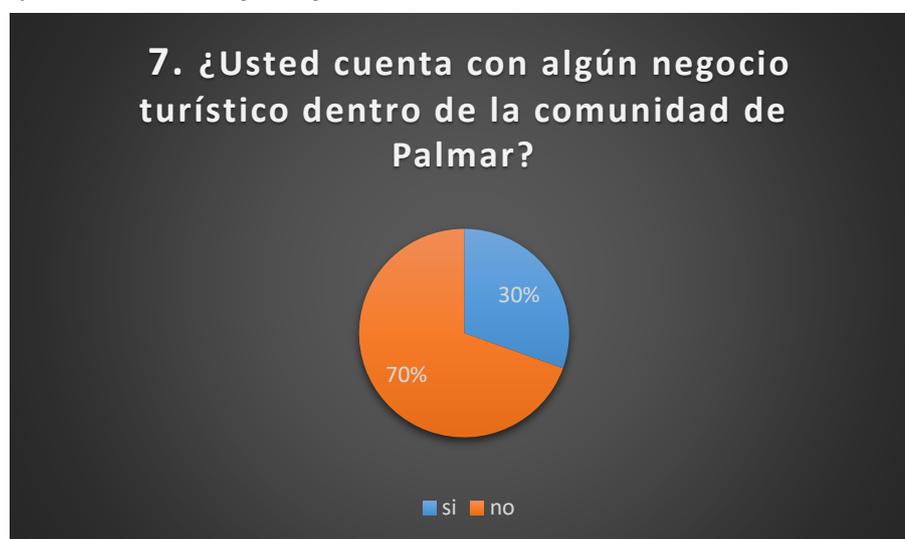
¿Usted cuenta con algún negocio turístico dentro de la comunidad de Palmar?

Respuestas	frecuencia	%
Si	114	30%
No	260	70%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 7.

¿usted cuenta con algún negocio turístico dentro de la comunidad de Palmar?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 70% no posee ningún tipo de negocio turístico, mientras tanto solo el 30% cuenta con algún tipo de negocio turístico.

8. ¿Después de la pandemia del Covid-19 ha visualizado cambios relevantes en el turismo de la comunidad de Palmar?

Tabla 11.

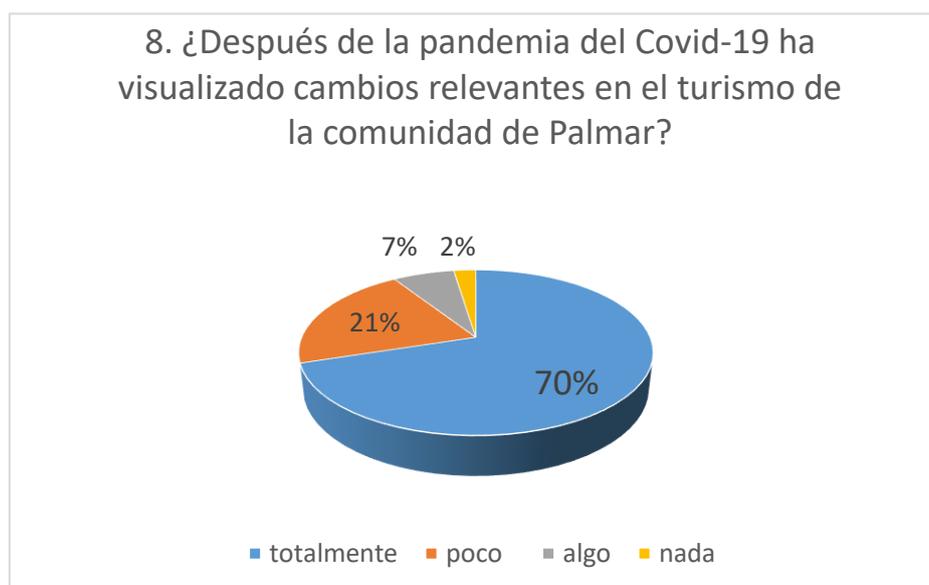
¿Después de la pandemia del Covid-19 ha visualizado cambios relevantes en el turismo de la comunidad de Palmar?

Respuestas	frecuencia	%
Totalmente	262	70%
poco	78	21%
Algo	25	7%
Nada	9	2%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 8.

¿Después de la pandemia del Covid-19 ha visualizado cambios relevantes en el turismo de la comunidad de Palmar



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 70% indica que “totalmente” ha visualizado cambios relevantes, el 21% “poco”, el 7% “algo” y por último el 2% ha visualizado “nada” de cambios relevantes en el turismo en la comunidad de Palmar.

9. ¿Aún utiliza medidas de protección contra el Covid-19?

Tabla 12.

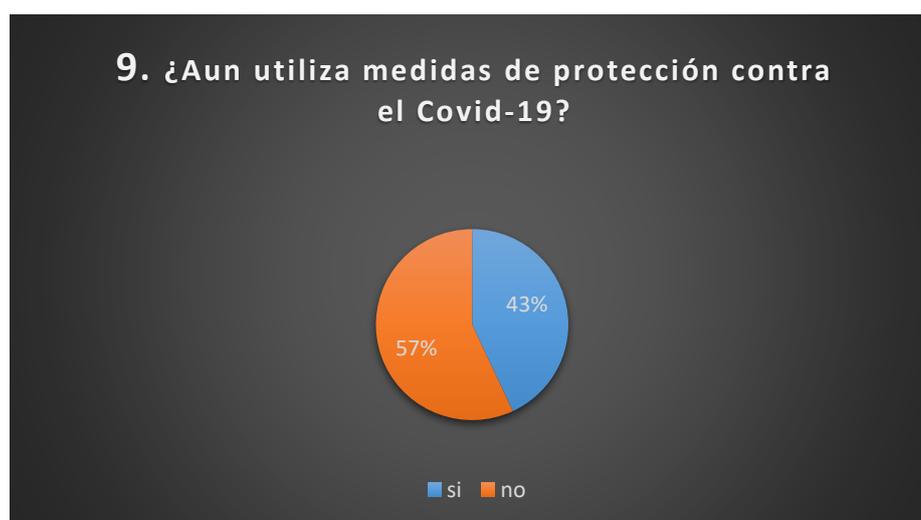
¿Aún utiliza medidas de protección contra el Covid-19?

Respuestas	frecuencia	%
Si	161	43%
No	213	57%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 9.

¿Aun utiliza medidas de protección contra el Covid-19?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 57% de las personas ya no utilizan medidas de protección contra el Covid-19 mientras tanto el 43% aún utilizan medidas de bioseguridad.

10. ¿Es importante que los negocios turísticos que existen dentro de la comunidad de Palmar cuenten con protocolos de bioseguridad?

Tabla 13.

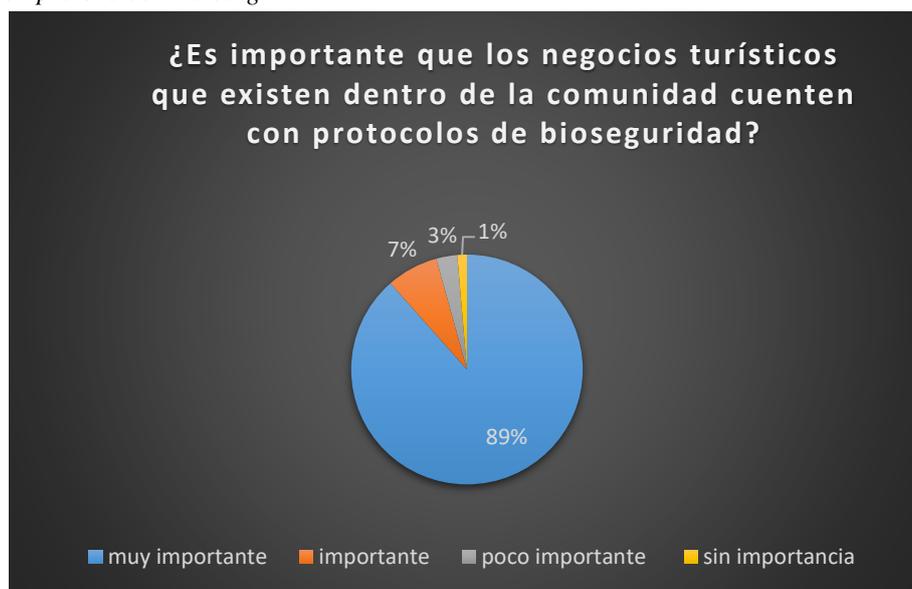
¿Es importante que los negocios turísticos que existen dentro de la comunidad de Palmar cuenten con protocolos de bioseguridad?

Respuestas	frecuencia	%
muy importante	331	89%
Importante	27	7%
poco importante	11	3%
sin importancia	5	1%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 10.

¿Es importante que los negocios turísticos que existen dentro de la comunidad de Palmar cuenten con protocolos de bioseguridad?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 89% opina que es “muy importante”, el 7% menciona que es “importante”, el 3% opina que es “poco importante” y por alguna razón el 1% menciona “sin importancia” contar con protocolos de bioseguridad en los negocios turísticos de la comunidad de Palmar.

11. ¿Qué tipo de atractivo turístico prefieren visitar los turistas dentro de la comunidad de Palmar?

Tabla 14.

¿Qué tipo de atractivo turístico prefieren visitar los turistas dentro de la comunidad de Palmar?

Respuestas	frecuencia	%
Naturales	178	48%
Culturales	83	22%
Gastronómicos	113	30%
Total	374	100%

Fuente: Dario Illescas (2024)

Figura 11.

¿Qué tipo de atractivo turístico prefieren visitar los turistas dentro de la comunidad de Palmar?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, tenemos como información que el 48% de turistas prefieren visitar atractivos naturales, el 30% atractivos gastronómicos y por último el 22% prefieren visitar los atractivos culturales que posee el sitio.

12. ¿Qué aspectos considera que debe mejorar la comunidad?

Tabla 15.

¿Qué aspectos considera que debe mejorar la comunidad?

Respuestas	frecuencia	%
Acceso vial	127	34%
servicios básicos	48	13%
Señaléticas	27	7%
infraestructura	105	28%
promoción y publicidad	54	14%
Otros	13	4%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 12.

¿Qué aspectos considera que debe mejorar la comunidad?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 34% opina que se debe mejorar en el acceso vial a la comunidad, el 28% en infraestructura, el 14% en realizar promoción y publicidad, el 13% en el mejoramiento de servicios básicos, el 3% de encuestados en la colocación de señaléticas y por último el 4% en otros tipos de aspectos.

13. ¿Para usted la comunidad brinda la ayuda necesaria para facilitar la estadía de turistas en el sitio?

Tabla 16.

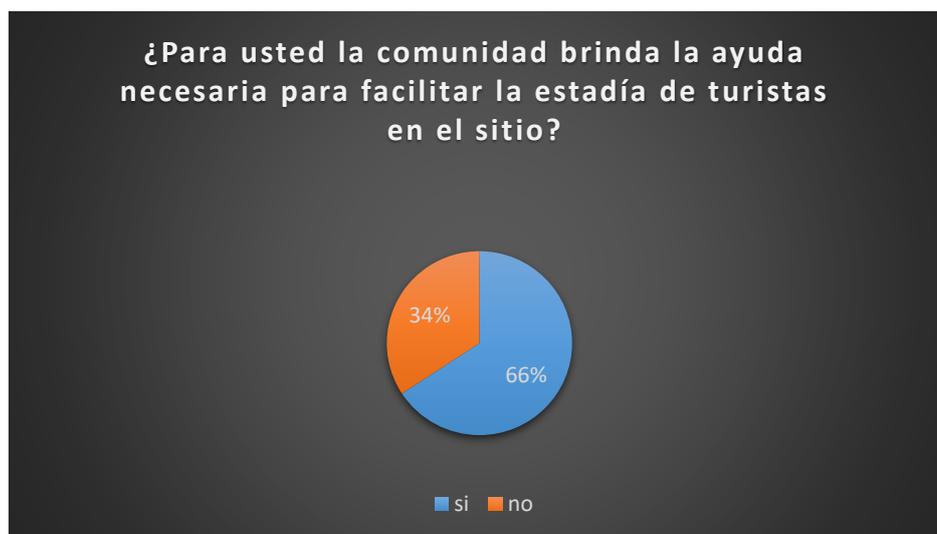
¿Para usted la comunidad brinda la ayuda necesaria para facilitar la estadía de turistas en el sitio?

Respuestas	Frecuencia	%
Si	246	66%
No	128	34%
total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 13.

¿Para usted la comunidad brinda la ayuda necesaria para facilitar la estadía de turistas en el sitio?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 66% opina que “Si” se brinda la ayuda necesaria para facilitar el proceso de estadía turística en el lugar a los turistas y en cambio el 34% opina que “No” se cumple con ayuda para los turistas en su visita.

14. ¿Cree usted que las personas que trabajan en los establecimientos turísticos de la comunidad de Palmar deberían ser capacitados para mejorar la seguridad y brindar un buen servicio a los visitantes?

Tabla 17.

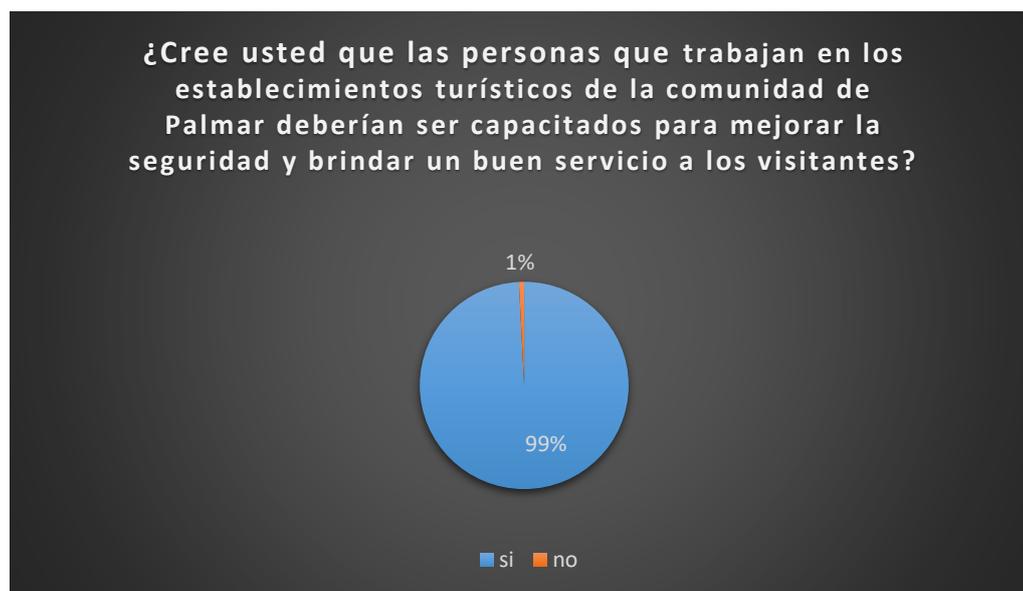
¿Cree usted que las personas que trabajan en los establecimientos turísticos de la comunidad de Palmar deberían ser capacitados para mejorar la seguridad y brindar un buen servicio a los visitantes?

Respuestas	frecuencia	%
Si	371	99%
No	3	1%
Total	374	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 14.

¿Cree usted que las personas que trabajan en los establecimientos turísticos de la comunidad de Palmar deberían ser capacitados para mejorar la seguridad y brindar un buen servicio a los visitantes?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Contando con un total de 374 encuestados en la comunidad de Palmar, el 99% menciona que “si” deberían ser capacitadas las personas que laboran en los diferentes establecimientos turísticos de la comunidad de palmar y tan solo el 1% opina un “no” se debería capacitar al personal.

3.2.2 Entrevista

Las entrevistas efectuadas a los 27 dueños de los establecimientos turísticos de la comuna Palmar, resulto muy importante para tener en claro cuál fue el impacto de estrategias utilizadas por cada uno de ellos y si las mismas beneficiaron a la reactivación post-pandemia de sus negocios y la comunidad.

Datos generales

1. Sexo

Tabla 18.

Sexo

Respuestas	frecuencia	%
Hombre	15	56%
Mujer	12	44%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 15.

Sexo



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 56% indican ser hombres y el 44% restante mujeres.

2. Edad

Tabla 19.

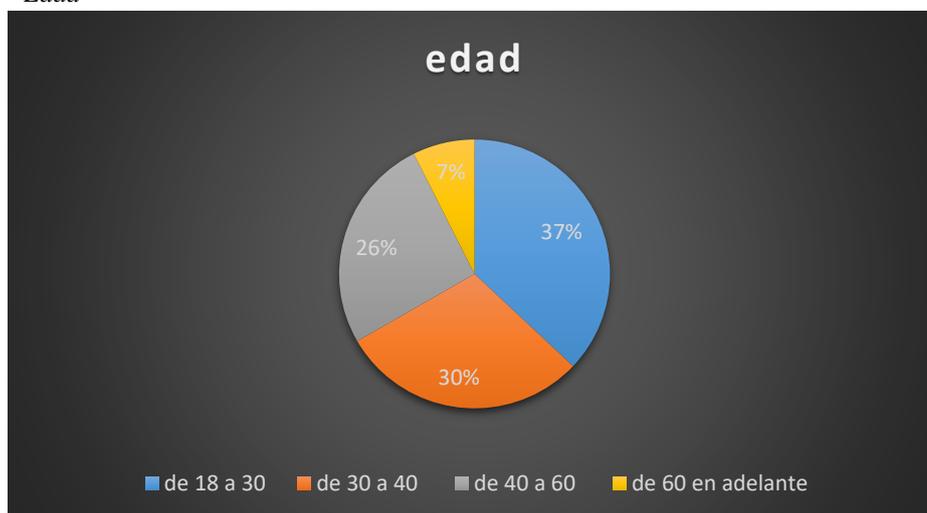
Edad

Respuestas	frecuencia	%
de 18 a 30	10	37%
de 30 a 40	8	30%
de 40 a 60	7	26%
de 60 en adelante	2	7%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 16.

Edad



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 37% detalla que tiene una edad de 18 a 30 años, el 30% de 30 a 40 años, el 26% de 40 a 60 y por último el 7% con una edad de 60 años en adelante.

3. ¿Ha resultado difícil el proceso de reactivación turística del establecimiento?

Tabla 20.

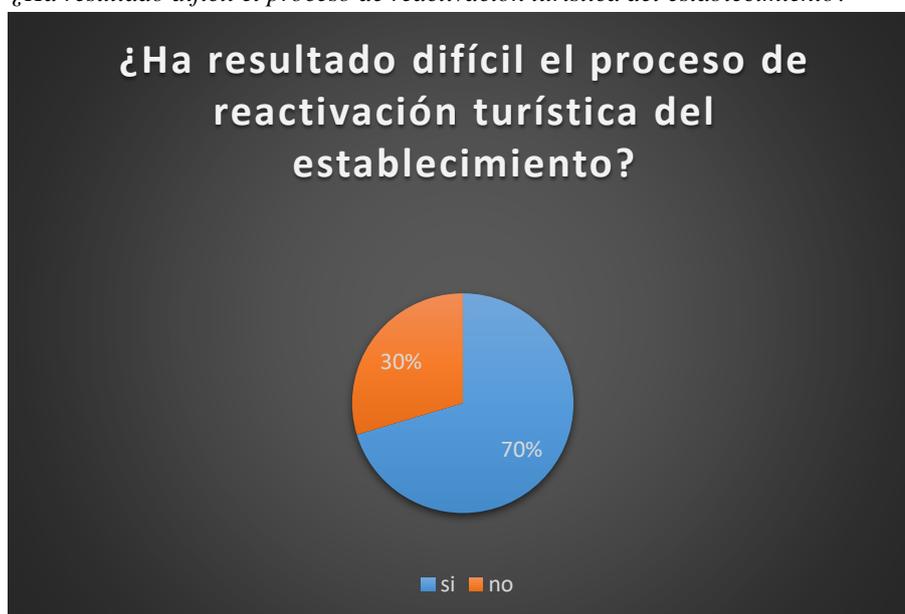
¿Ha resultado difícil el proceso de reactivación turística del establecimiento?

Respuestas	Frecuencia	%
Si	19	70%
No	8	30%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 17.

¿Ha resultado difícil el proceso de reactivación turística del establecimiento?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 70% indica que ha resultado difícil el proceso de reactivación turística después de la pandemia del Covid-19, mientras tanto el 30 % restante indican que no pasaron por inconvenientes para tener una reactivación del establecimiento.

4. ¿Ha recibido ayuda financiera para mantener el establecimiento?

Tabla 21.

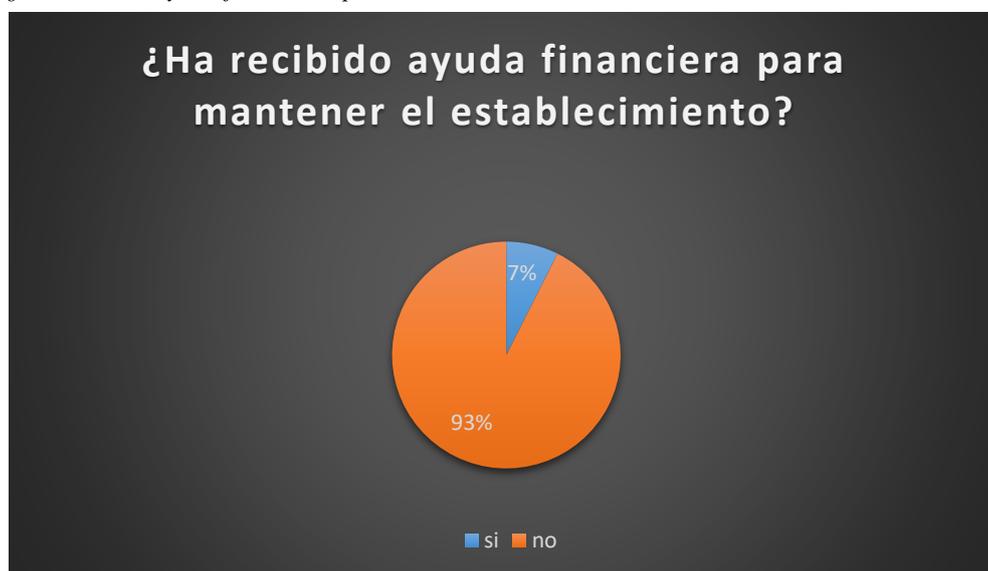
¿Ha recibido ayuda financiera para mantener el establecimiento?

respuestas	frecuencia	%
si	2	7%
no	25	93%
total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 18.

¿Ha recibido ayuda financiera para mantener el establecimiento?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 93% señalan que no reciben algún tipo de ayuda económica por parte de instituciones para mantener sus establecimientos, tan solo el 7% ha recibido algún beneficio económico que pueda ayudar a sus emprendimientos.

5. ¿Qué medios utilizo para promocionar su negocio?

Tabla 22.

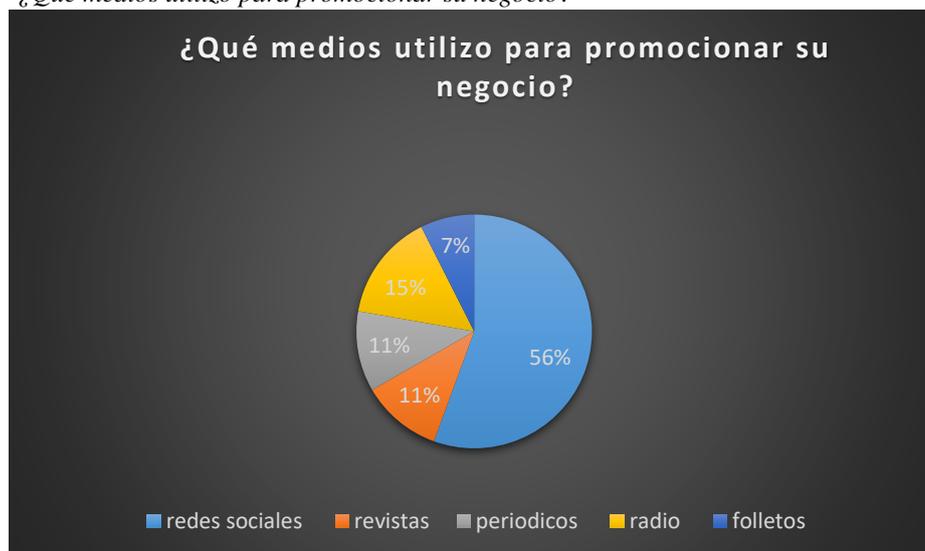
¿Qué medios utilizo para promocionar su negocio?

Respuestas	frecuencia	%
Redes sociales	15	56%
Revistas	3	11%
Periódicos	3	11%
Radio	4	15%
Folletos	2	7%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 19.

¿Qué medios utilizo para promocionar su negocio?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 56% de administradores indican que utilizaron las redes sociales para promocionar su negocio, el 15% recurrieron a la radio, el 11% lo hicieron por revistas, otro 11% por periódicos y por último el 7% mediante folletos.

6. ¿El personal de su negocio ha recibido capacitaciones para brindar un excelente servicio a los consumidores?

Tabla 23.

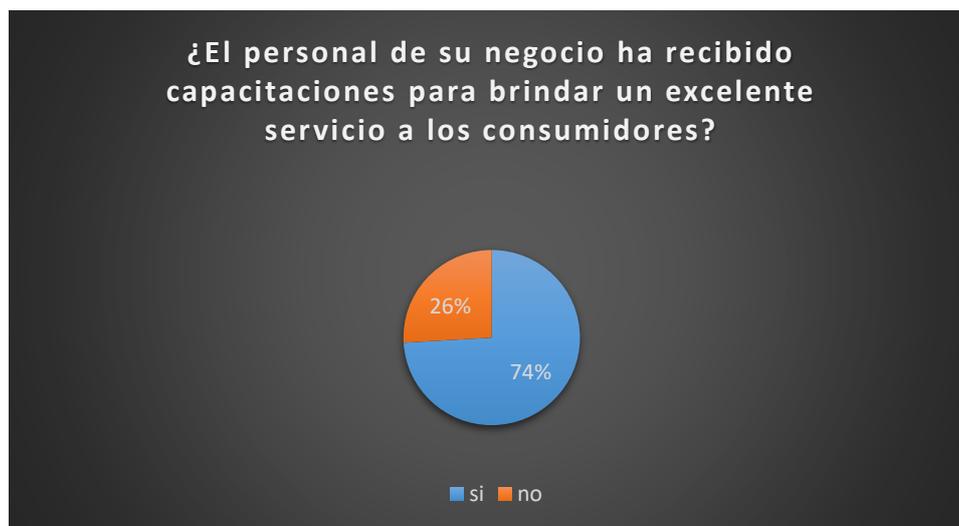
¿El personal de su negocio ha recibido capacitaciones para brindar un excelente servicio a los consumidores

respuestas	frecuencia	%
Si	20	74%
No	7	26%
total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 20.

¿El personal de su negocio ha recibido capacitaciones para brindar un excelente servicio a los consumidores



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 74% detalla que el personal si ha recibido capacitaciones que permitan brindar un excelente servicio a las personas que visiten sus negocios y el otro 26% indica que sus trabajadores nunca han recibido capacitaciones.

7. ¿Su establecimiento cuenta con protocolos y medidas de seguridad post-pandemia?

Tabla 24.

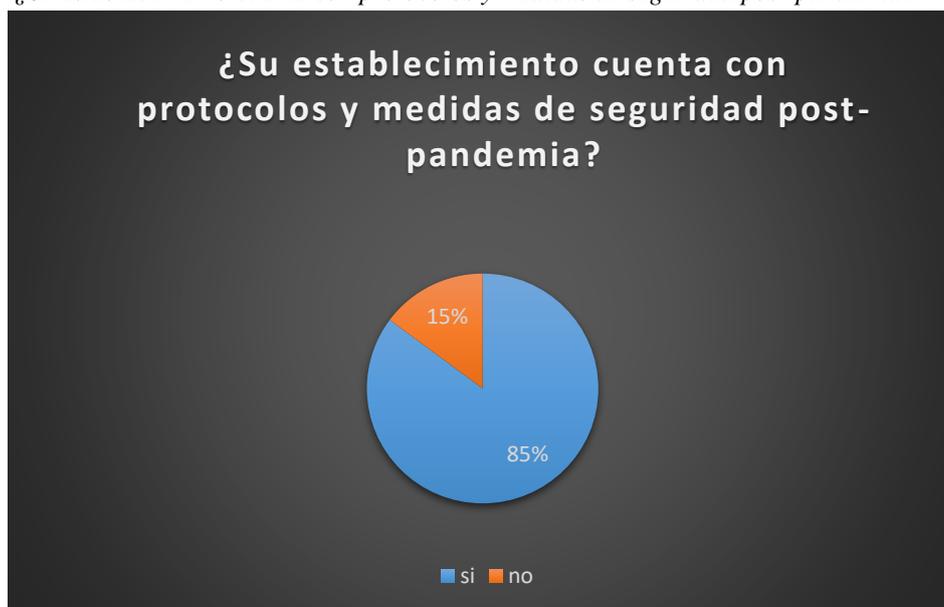
¿Su establecimiento cuenta con protocolos y medidas de seguridad post-pandemia?

Respuestas	frecuencia	%
Si	23	85%
No	4	15%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 21.

¿Su establecimiento cuenta con protocolos y medidas de seguridad post-pandemia?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 85% indica que dentro de sus establecimientos cuentan con medidas y protocolos de bioseguridad post-pandemia para garantizar una buena estadía de los visitantes, mientras que el 15% piensas que ya no son necesarias estas medidas dentro de sus negocios.

8. ¿Sigue ofreciendo los mismos servicios con los que contaba antes de la pandemia?

Tabla 25.

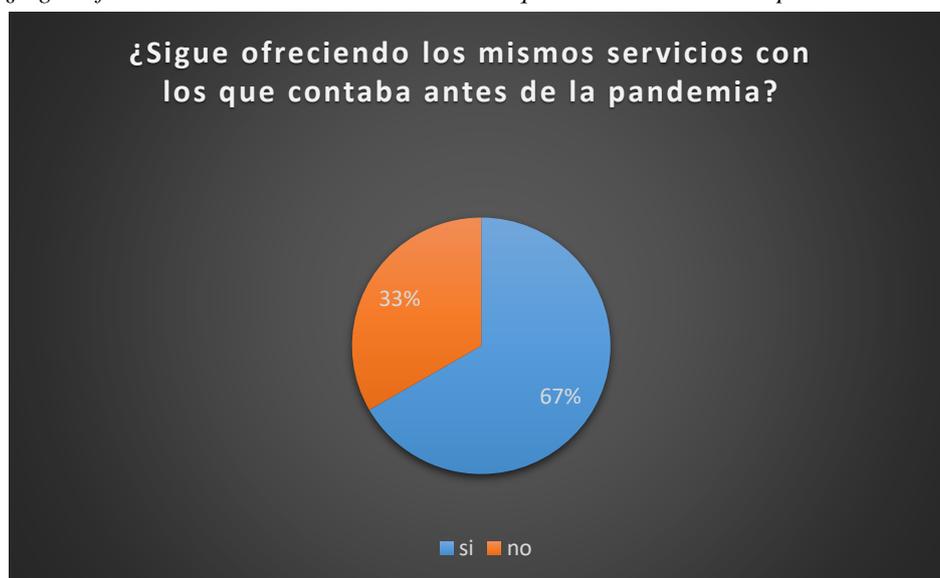
¿Sigue ofreciendo los mismos servicios con los que contaba antes de la pandemia?

Respuestas	frecuencia	%
Si	18	67%
No	9	33%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 22.

¿Sigue ofreciendo los mismos servicios con los que contaba antes de la pandemia?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 67% de administradores sigue ofertando los mismos servicios que tenía antes de la llegada de la pandemia del covid-19, en cambio el otro 33% ha decidido modificar aquellos servicios y ofrecer algo nuevo a sus clientes.

9. ¿Los precios de sus productos y servicios se modificaron después de la pandemia?

Tabla 26.

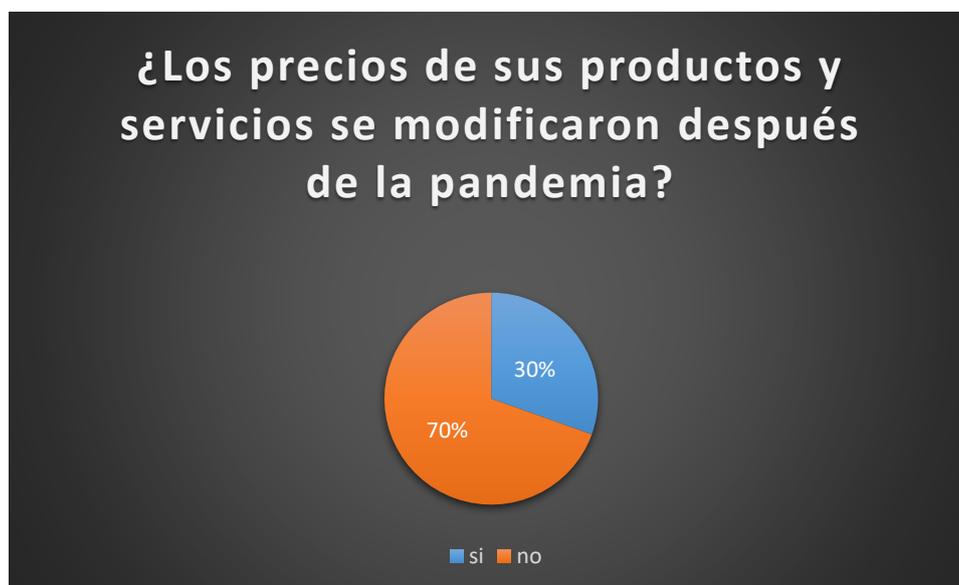
¿Los precios de sus productos y servicios se modificaron después de la pandemia?

Respuestas	frecuencia	%
Si	17	63%
No	10	37%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 23.

¿Los precios de sus productos y servicios se modificaron después de la pandemia?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 63% indica que los precios de sus productos y servicios si se modificaron después de la pandemia mientras que el 37% no modificaron sus precios.

10. ¿Los gastos de su negocio siguen siendo los mismos de la pandemia del Covid-19?

Tabla 27.

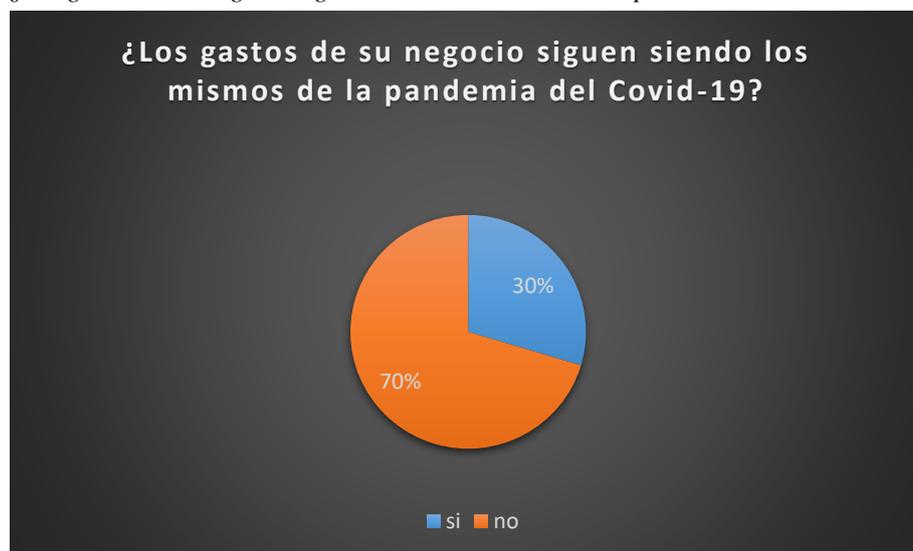
¿Los gastos de su negocio siguen siendo los mismos de la pandemia del Covid-19?

Respuestas	frecuencia	%
Si	8	30%
No	19	70%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 24.

¿Los gastos de su negocio siguen siendo los mismos de la pandemia del Covid-19?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 30% detalla que los gastos de su negocio siguen siendo iguales a los que tenían antes de la pandemia y el 70% indica que cuentan con gastos diferentes en comparación a los que tenían antes de la llegada del Covid-19.

11. ¿Ha implementado nuevas estrategias de reactivación dentro del establecimiento?

Tabla 28.

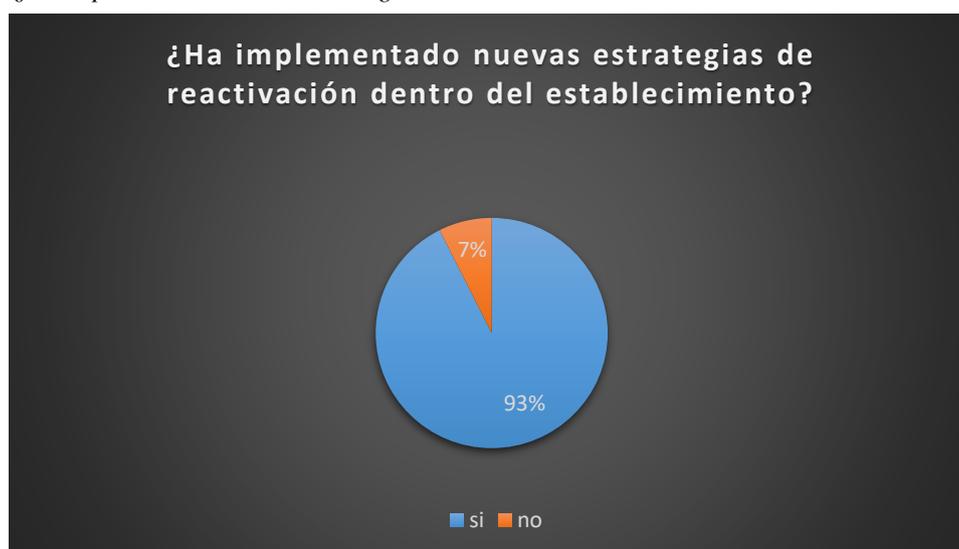
¿Ha implementado nuevas estrategias de reactivación dentro del establecimiento?

Respuestas	frecuencia	%
Si	25	93%
No	2	7%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 25.

¿Ha implementado nuevas estrategias de reactivación dentro del establecimiento?



Nota: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 93% de los administradores indican que implementaron nuevas estrategias de reactivación turística en sus establecimientos por otro lado, una minoría del 7% nunca implemento alguna estrategia de reactivación turística.

12. ¿Cómo considera la afluencia de turistas en su establecimiento turístico?

Tabla 29.

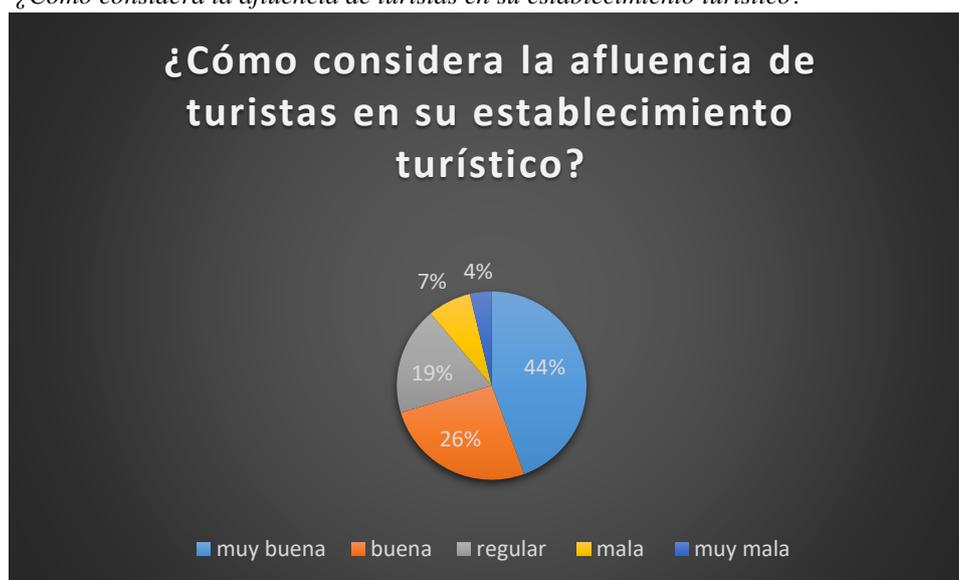
¿Cómo considera la afluencia de turistas en su establecimiento turístico?

Respuestas	frecuencia	%
Muy buena	12	44%
Buena	7	26%
Regular	5	19%
Mala	2	7%
Muy mala	1	4%
Total	27	100%

Nota: Dario Illescas (2024)

Figura 26.

¿Cómo considera la afluencia de turistas en su establecimiento turístico?



Notas: Dario Illescas (2024)

Análisis:

Con un total de 27 dueños de establecimientos turísticos entrevistados en la comunidad de Palmar, el 44% indica que la afluencia de turistas en sus establecimientos es muy buena, el 26% indica que es buena, el 19% regular, el 7% mala y en minoría el 4% detalla que es muy mala.

3.3. Discusión de resultados

Los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas a los habitantes de la comunidad de Palmar, nos permitió conocer sobre la situación actual de la misma, como las estrategias empleadas por cada una de las personas que forman parte del sitio impactaron al desarrollo económico y social.

Se manejaron temas importantes dentro de las encuestas como las consecuencias que ha dejado el covid-19 en la cotidianidad, además se trató de verificar las falencias que tiene la comunidad en el aspecto de prestación de productos y servicios a los visitantes, estos puntos muy esenciales para el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Uno de los datos importantes que se logró verificar dentro de las preguntas 7 y 8 realizadas en las encuestas es que los comuneros están apostando por el turismo, manifiestan que es una fuente de dinero y que después de la pandemia del covid-19 se visualizan grandes cambios en el sector turístico

Otro punto a favor que en cualquier rincón puedes encontrar personas súper amables y dispuestas a contribuir con sus opiniones para el levantamiento de la información, además porque sienten que la comunidad a través de estos trabajos de investigación que se realizan puede potenciarse y desarrollarse económicamente.

La principal fuente de ingresos en la comunidad es la pesca, a través de las encuestas verificamos que existe una alta tasa de trabajadores en este sector, pues mes a mes salen a faena y con el dinero recaudado también tratan de invertir en el turismo durante los distintos feriados ya que ingresan muchos turistas a la comunidad.

Por otro lado, se detallan las entrevistas realizadas en el proyecto dirigido a los dueños de establecimientos turísticos de la comuna Palmar, cabe destacar que tan solo 5 de los administradores realizaron gestiones con el MINTUR para constar dentro del catastro pues además sienten que esto facilitaría el proceso de prestación de servicios.

Los restantes cuentan con negocios de apenas años de funcionalidad, pero tratan de realizar un excelente trabajo que permita garantizar que sus negocios sean trascendentes y cumplan con las expectativas de los visitantes

Los administradores manifestaban que emplearon varias estrategias después de la pandemia para lograr una reactivación no solo de sus negocios sino también del entorno turístico, tratan de llevar una competencia sana que beneficie a varias familias de la comunidad.

Como principales estrategias detallaron la difusión, la promoción y publicidad de sus negocios a causa que antes de la llegada del Covid-19 no empleaban estas herramientas y en consecuencia no recibían a muchos turistas en sus negocios.

Ahora mismo indican que actualmente se nota un cambio considerable en los establecimientos, tratan de brindar la mejor atención y servicios para fidelizar a los visitantes.

Para terminar, es importante señalar que los administradores de los establecimientos se manejan con sus propios medios e ideas, ellos son los principales artífices del desarrollo turístico que ha tenido la comunidad de Palmar después de la pandemia, no cuentan con algún tipo de ayuda por parte de las autoridades, pero piensan que esta situación puede cambiar con el paso de los años y convertir a la comunidad en un potencial turístico de la provincia de Santa Elena.

Conclusiones

Una vez culminado el proyecto de tesis ¿Qué métodos se llevaron a cabo para conocer el cambio drástico en turismo que sufrió la comunidad de Palmar con respecto a la última pandemia del Covid-19? Se realizó un profundo análisis mediante las herramientas de recolección de datos donde se dedujo que las estrategias de reactivación turística implementadas en la comunidad de Palmar después de la pandemia del covid-19 son efectivas, benefician a los habitantes que trabajan dentro del turismo, permiten la creación de nuevas plazas de empleo y ayudan a obtener un desarrollo económico.

Los dueños de establecimientos turísticos mencionan el aumento considerable de visitantes a la comunidad y obviamente a sus negocios después de la pandemia del covid-19, antes de este virus mundial no se visualizaba tal cantidad lo que provocaba que los establecimientos cerraran sus instalaciones y no vuelvan a funcionar.

A través los instrumentos utilizados en el proyecto de investigación, se puede analizar que varios establecimientos turísticos de la comunidad de Palmar no cumplen con una buena organización en relación a la pandemia del covid-19, debido a la ausencia de capacitaciones, personal calificado e implementación de herramientas de bioseguridad.

Para concluir, la investigación de campo nos permitió conocer que dentro de la comunidad de Palmar existe un número considerable de establecimientos turísticos inclusive día a día se están implementando muchos más, pero no todos constan dentro del catastro del Mintur, prácticamente solo se pueden verificar alrededor de 5 negocios en funcionamiento activo.

Recomendaciones

Se debe tomar en consideración que las estrategias de reactivación turística (mejora de infraestructura turística, promoción turística de la localidad, oferta de servicios, formación a los dueños de establecimientos turísticos, sostenibilidad, etc.) necesitan cumplir con un constante fortalecimiento para garantizar que las mismas tengan durabilidad y sigan beneficiando al desarrollo de la comunidad de Palmar.

Para cumplir con un mejor control y planificación turística es necesaria una actualización de datos por parte del Mintur que beneficie al visitante a verificar los lugares que prestan servicios dentro de la comunidad

Los dueños de los establecimientos que se encuentran en la comunidad de Palmar indican que es necesario implementar e innovar estrategias de promoción y prestación de servicios turísticos para fidelizar a los clientes, en vista de aquello garantizar su regreso y recibir a cantidades más grandes turistas.

Para terminar, Se tendrá que trabajar de manera óptima en el cumplimiento de los protocolos y medidas de bioseguridad contra el covid-19 por parte de los establecimientos turísticos para así proteger a los visitantes y contribuir a la mitigación de este virus. Beneficiará de manera directa al desarrollo turístico de la comuna Palmar y mejorará los niveles de satisfacción en los turistas.

Bibliografía

- Estrella Durán, M. (2007). *La incidencia jurídica en el turismo*. Quito: Abya-Yala. .
- Aleksandra, B., & Sanaa, N. (21 de Febrero de 2021). *El turismo en el mundo tras la pandemia*. Obtenido de <https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world>
- Ávila, M., Martínez, A., & Ramírez, H. (2019). *ANÁLISIS DE LA GOBERNANZA COMUNITARIA, UNA MIRADA AL PRESUPUESTO*. RIONEGRO-ANTIOQUIA: UNIVERSIDAD EAFIT.
- Ballesteros , E., & Solis, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- Bauzá Martorell, F., & Melgosa Arcos, F. (2020). *TURISMO POST COVID-19 EL TURISMO DESPUÉS DE LA PANDEMIA GLOBAL ANÁLISIS, PERSPECTIVAS Y VÍAS DE RECUPERACIÓN*. España: Ediciones Universidad de Salamanca y AECIT.
- Cairolí, E. (2021). ¿De qué hablamos cuando hablamos de pos-COVID-19? *Revista Clínica Española*, 614-616.
- Cañada Mullor, E. (2011). *"Turismo comunitario, un espacio en disputa"*. Distrito Federal, México: La Jornada del campo. Suplemento informativo de la jornada.
- CEUPE. (12 de Diciembre de 2022). *Como se construye la reactivación turística*. Obtenido de <https://www.ceupe.do/blog/como-se-construye-la-reactivacion-turistica.html>
- Chejin, S. (07 de Marzo de 2021: p.1). *GK*. Obtenido de <https://gk.city/2021/03/07/pandemiaturismo-ecuador/>
- Comisión de Legislación y codificación. (2004). *Codificación de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas*. Quito: Congreso Nacional .

- Félix Mendoza, Á. G., & García Reinoso, N. (Enero de 2020). *Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador*. Obtenido de Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7483989>
- Fernández, I. (16 de Noviembre de 2024). *We are testers*. Obtenido de ¿Qué es una encuesta?: <https://www.wearetesters.com/investigacion-de-mercados/que-es-una-encuesta/>
- García Palacios, C. (2016). *TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR: ¿QUO VADIS?* Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios.
- García, C. (2016). *TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR: ¿QUO VADIS?* Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios.
- Giménez J. (Mayo de 2021). *UNHCR - ACNUR*. Obtenido de La Agencia de la ONU para los refugiados : <https://www.acnur.org/ecuador.html>
- González Guachizaca, K. S. (2022). *Estrategias para la reactivación del Turismo post-covid en el cantón Catamayo*. Loja-Ecuador: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA .
- González, E. A., & Conde, E. M. (Diciembre de 2011). *Procedimiento para medir la demanda turística en un destino*. Obtenido de TURyDES, 4(11):. <https://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Resultados del censo 2022 de población y vivienda en el Ecuador*. Obtenido de INEC: https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Info_Santa_Elena.pdf
- Lamboggia Ortiz, J. C. (Agosto de 2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: el caso del Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/7460>
- Ley Orgánica de la Salud. (18 de Diciembre de 2015). *Ley Orgánica de la Salud*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%C3%81NICA-DE-SALUD4.pdf>

- Mantilla, D. (27 de Marzo de 2020). *Dr. DANILO MANTILLA* . Obtenido de COVID-19 | Revisión general | 2020: <https://www.danilomantilla.org/post/coronavirus>
- Martinez Roget, f., & Miguel Dominguez, J. (2000). *La demanda turística en Galicia*. Obtenido de El Problema de la Concentración [en línea].: http://www.usc.es/econo/RGE/Vol.9_2/Castel%Eln/La%20Demanda%20Tur%EDstica%20en%20Gali
- Medicina de Salud Publica . (11 de Marzo de 2020). *¿Qué es una pandemia?* Obtenido de <https://medicinaysaludpublica.com/noticias/covid-19/que-es-una-pandemia/5913>
- Mena Claros , M. A. (2021). *EMPRESARIAL Y LABORAL*. Obtenido de Implementación de Estrategias para el Sector Turístico: <https://revistaempresarial.com/industria/implementacion-de-estrategias-para-el-sector-turistico/>
- MINTUR. (2007). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador: “PLANDETUR 2020”*. Obtenido de Ministerio del Turismo : <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
- MINTUR. (2020). *PLAN DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA 2020*. QUITO: Ministerio del Turismo.
- Mora Forero, J. A., & Motato Ramírez, J. W. (2019). *TURISMO COMUNITARIO EN COLOMBIA Desarrollo social y sostenible* . Obtenido de TURISMO COMUNITARIO EN COLOMBIA Desarrollo social y sostenible : https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/10965/3/Portada_Turismo%20comunitario%20en%20Colombia%2C%20sostenibilidad%20y%20desarrollo%20social.pdf
- Morillo Moreno, M. C. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Mérida, Venezuela: Universidad de los Andes.
- Muguira, A. (2023). *Question Pro*. Obtenido de Tipos de muestreo: Cuáles son y en qué consisten: <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-muestreo-para-investigaciones-sociales/>

- Naranjo, M. (2022). LA OFERTA TURÍSTICA: PRECISIONES TEÓRICAS PARA SU ANÁLISIS. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 406-422.
- Novoa Rodríguez , T. P. (2021). *Análisis del Covid-19 y sus correlaciones a nivel internacional*. Santiago de Chile: DSpace.
- OMT . (2010). *Manual on Tourism and Poverty Alleviation. Practical Steps for Destinations*. UNWTO.
- OMT. (2019). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organizacion Mundial del Turismo. (20 de Abril de 2019). *UNWTO*. Obtenido de GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OTRA PIEL . (9 de Septiembre de 2021). *OTRA PIEL* . Obtenido de Servicio turístico: <https://www.otrapieldesign.com/post/servicio-tur%C3%ADstico>
- Reglamento de Alojamiento Turístico*. (18 de Febrero de 2016). Obtenido de <https://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>
- Reverté, F. (2012). *FUOC*. Obtenido de Destinos turísticos. conceptos y estructura: <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/111546/7/Destinos%20tur%C3%A0Dsticos.Concepto%20y%20estructura.pdf>
- Rodríguez Burgos, J. A. (Septiembre de 2019). "*El turismo comunitario como alternativa de desarrollo económico*". Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46272/1/T-RODRIGUEZ%20BURGOS%20JORGE.pdf>
- Rodríguez Moreno, J. A. (2022). *Reactivación Turística COVID-19: Caso Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Ronda, G. (11 de Marzo de 2021). *Gestiopolis*. Obtenido de Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos: <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>

- Salazar Belloso, I. (18 de Agosto de 2016). *Algunos aspectos sobre el turismo comunitario en América Latina*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/algunos-aspectos-sobre-el-turismo-comunitario-en-america-latina/#:~:text=El%20Turismo%20Comunitario%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20es%20una%20actividad%20que,para%20el%20control%20de%20los>
- Terán Encalada, P. G. (2021). *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra*. Quito: Creative Commons.
- Visscher. (2010). *La gestión comunitaria*. Obtenido de http://www.construmatica.com/construpedia/La_Gesti%C3%B3n_Comunitaria_como_Conce
- Westreicher, G. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Anexos

Anexo 1. Matriz de operación del trabajo de investigación

Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Formulación del problema	General	Análisis de estrategias	Definiciones conceptos estrategias importancia	Análisis Análisis estrategias Desarrollo económico y social Crecimiento comunitario	Enfoque: Mixto (cualitativo-cuantitativo) Alcance: exploratorio Métodos: inductivo-deductivo Instrumentos: encuesta, entrevista, población y muestra.
¿De qué manera ayudará el análisis de las estrategias turísticas post pandemia en la comunidad de Palmar?	Analizar las estrategias para la reactivación turística de la comunidad de Palmar post-pandemia				
Sistematización del problema	Específicos	Variable 2 (de ser el caso)	Dimensiones de la variable 2.	Indicadores de la variable 2.	
¿Cuáles son las necesidades que tiene el visitante después de la pandemia del Covid-19? ¿Cuál es la situación actual de la comunidad de Palmar después de la pandemia? ¿La prestación de servicios y la oferta de productos hacia los turistas es la adecuada?	Describir la situación actual de la comunidad Identificar la oferta y demanda de la comunidad de Palmar Determinar las necesidades de servicios turísticos de la comunidad de Palmar post-pandemia	Reactivación turística post pandemia	Desarrollo social Crecimiento económico Pandemia	Calidad de vida Participación de la comunidad Accesibilidad Tasa de empleo Capacidad de servicio turístico Inversión-ganancia Protección de cliente contra el covid-19 Adaptación de establecimientos a las nuevas tendencias tras la pandemia Creación de planes de medidas sanitarias	

Anexo 2. Encuestas dirigidas a la población de la comunidad de palmar



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

Tema: “ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS PARA LA REACTIVACIÓN
TURÍSTICA POST COVID-19 DE LA COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE
SANTA ELENA.”

Objetivo: Analizar las estrategias para la reactivación turística de la comunidad
de Palmar post-pandemia

ENCUESTAS DIRIGIDAS LA COMUNIDAD DE PALMAR

1. Datos personales del visitante

- Masculino
- Femenino
- Otro

2. Edad

- De 18 a 30 años
- De 30 a 40 años
- De 40 a 60 años
- De 60 en adelante

3. Estado Civil

- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Unión libre
- Viudo

4. Nivel de estudios

- Primaria
- Secundaria
- Tercer nivel

- Cuarto nivel

5. Ocupación

- Pescador artesanal
- Comerciante
- Albañil
- Comerciante
- Funcionario
- Otro

6. ¿Piensa usted que el turismo es muy importante dentro de la comunidad de Palmar?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

7. ¿Usted cuenta negocio turístico dentro de la comunidad?

- Si
- No

8. ¿Después de la pandemia del Covid-19 ha visualizado cambios relevantes en el turismo de la comunidad de Palmar?

- Totalmente
- poco
- algo
- Nada

9. ¿Aun utiliza medidas de protección contra el Covid-19?

- Si
- No

10. ¿Es importante que los negocios turísticos que existen dentro de la comunidad cuenten con protocolos de bioseguridad?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Sin importancia

11. ¿Qué tipo de atractivo turístico prefieren visitar los turistas dentro de la comunidad de Palmar?

- Naturales
- Culturales
- Gastronómicos
- Arqueológicos

12. ¿Qué aspectos considera que debe mejorar la comunidad?

- Acceso vial
- Servicios básicos
- Señaléticas
- infraestructura
- Promoción y publicidad
- Otros

13. ¿Para usted la comunidad brinda la ayuda necesaria para facilitar la estadía de turistas en el sitio?

- Si
- No

14. ¿cree usted que el personal de los establecimientos turísticos de la comunidad de Palmar debería ser capacitado para mejorar la seguridad y brindar un buen servicio a los visitantes?

- Si
- No

Gracias por su cordialidad y tiempo!!!!

Anexo 3. Entrevista dirigida a los dueños de establecimientos turísticos de la comunidad de Palmar



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

Tema: “ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA POST COVID-19 DE LA COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA.”

Objetivo: Analizar las estrategias para la reactivación turística de la comunidad de Palmar post-pandemia

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA COMUNA PALMAR

Datos personales

Nombre del entrevistado: _____ N de entrevista _____

Nombre de establecimiento: _____

Fecha de entrevista: _____

1. ¿Qué edad tiene?

- De 18 a 30
- De 30 a 40
- De 40 a 60
- 60 en adelante

2. ¿Ha resultado difícil el proceso de reactivación turística del establecimiento?

- Si

- No
- 3. ¿Ha recibido ayuda financiera para mantener el establecimiento?**
- Si
 - No
- 4. ¿Qué medios utilizo para promocionar su negocio?**
- Redes sociales
 - Revistas
 - Periódicos
 - Folletos
- 5. ¿El personal de su negocio ha recibido capacitaciones para brindar un excelente servicio a los consumidores?**
- Si
 - No
- 6. ¿Su establecimiento cuenta con protocolos y medidas de seguridad post-pandemia?**
- Si
 - No
- 7. ¿Sigue ofreciendo los mismos servicios con los que contaba antes de la pandemia?**
- Si
 - No
- 8. ¿Los precios de sus productos y servicios se modificaron después de la pandemia?**
- Si
 - No
- 9. ¿Los gastos de su negocio siguen siendo los mismos de la pandemia del Covid-19?**
- Si
 - No

10. ¿Ha implementado nuevas estrategias de reactivación dentro del establecimiento?

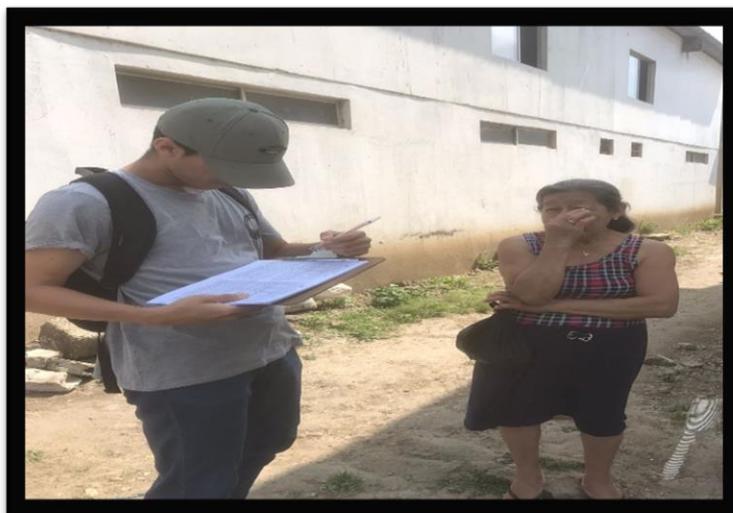
- Si
- No

11. ¿Cómo considera la afluencia de turistas en su establecimiento turístico?

- Si
- No

Anexo 4. Fotografías de la aplicación de encuestas y entrevistas en la comunidad de Palmar

Ilustración 1. Encuestas realizadas en la comunidad de Palmar



Fuente: Encuesta

Elaboración: Dario Illescas (2024)

Ilustración 2. Encuestas realizadas en la comunidad de Palmar



Fuente: Encuesta

Elaboración: Dario Illescas (2024)

Ilustración 3. Entrevistas los dueños de establecimientos turísticos de la comuna Palmar, agrupación caída del sol.



Fuente: Encuesta
Elaboración: Dario Illescas (2024)

Ilustración 4. Entrevistas los dueños de establecimientos turísticos de la comuna Palmar, agrupación caída del sol.



Fuente: Encuesta
Elaboración: Dario Illescas (2024)