



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO
PARA LA COMUNA SINCHAL, PARROQUIA MANGLARALTO,
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA,
AÑO 2013.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: LUIS RAFAEL REYES TOMALÁ

TUTOR: ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO
PARA LA COMUNA SINCHAL, PARROQUIA MANGLARALTO,
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA,
AÑO 2013.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: LUIS RAFAEL REYES TOMALÁ

TUTOR: ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Octubre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la tesis de grado: “DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA SINCHAL, PARROQUÍA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA”, elaborado por el Sr. Luis Rafael Reyes Tomalá, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Ing. Jhony Yumisaca Tuquina, MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

Con mucho esfuerzo y responsabilidad dedico este trabajo primeramente a Dios que permitió continuar con mis estudios superiores y superarme con el pasar de los años. A mi familia, a mi esposa Juana Reyes, y a mis hijos Náthaly Nicole y Juan Rafael Reyes Reyes por ser el impulso y motor principal que me han motivado a alcanzar mis metas planteadas.

Luis Rafael Reyes Tomalá

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mis sinceros agradecimientos a los Directivos de la UPSE Campus Manglaralto, a los Directivos y Decanos de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Matriz por el apoyo oportuno en la documentación respectiva y cumplir de esta manera con todos los requisitos requeridos. A mis amigos y maestros por el apoyo y motivación brindada en cada jornada de clase.

Luis Rafael Reyes Tomalá

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO**

Ing. Jhonny Yumisaca Tuquinga, MSc.
PROFESOR TUTOR

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO
PARA LA COMUNA SINCHAL, PARROQUIA MANGLARALTO
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA**

AÑO 2013

Autor: Luis Rafael Reyes Tomalá

Tutor: Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.

RESUMEN

El presente trabajo de graduación se realizó a través del diseño de un Plan Estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal, donde se detectó el problema de la falta de promoción, desconocimiento de esta comunidad y de los diferentes atractivos turísticos que se desarrollan. Este Plan estratégico permitirá el desarrollo turístico de la comuna Sinchal y aprovechar su diversidad de atractivos turísticos, la agricultura que se ha desarrollado con la enseñanza de nuestros ancestros y los artesanos que a pesar de elaborar sus materiales son ofrecidos al mercado sin saber su sitio de elaboración y su forma de realizarse. El objetivo principal es lograr el desarrollo turístico, con la finalidad de elevar el nivel de vida de la comunidad de una forma concreta, competitiva, sustentable, económica, social y ambiental. Se utilizó la investigación documental, donde se emplearon diferentes libros, folletos para confrontar las teorías, también se utilizó la herramienta de internet, de la misma manera se aplicó la investigación descriptiva, explicativa y de campo que permitió recopilar información de criterio y acontecimientos de la localidad de Sinchal. Con la integración de la comunidad, artesanos y agricultores en un proceso participativo, y la necesidad de mejorar el turismo se necesita contar con cabañas comunitarias para hospedar a los visitantes, cabañas de alimentos y bebidas, mejoramiento del sendero turístico, preparación de guías nativos y que la comunidad entre en conocimiento de las diferentes actividades que se puede generar en el campo turístico en la comuna, dándose a conocer sus diferentes actividades por medio de promoción y publicidad. El desarrollo de este Plan Estratégico dirigido a la comuna Sinchal sin duda alguna será de vital importancia para alcanzar el desarrollo sustentable, social y económico en busca de mejores días para la humanidad de esta localidad rural.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO.....	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE ESQUEMAS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL.....	3
Tema	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
Planteamiento del problema.....	3
Sistematización (Problemas derivados)	4
Evaluación.....	5
JUSTIFICACIÓN	5
OBJETIVOS	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos.....	7
HIPÓTESIS.....	7
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	8
Variable Independiente	8
Variable Dependiente.....	9
CAPÍTULO I	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.1 ANTECEDENTES DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	10

1.2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	11
1.2.1 Importancia de la Planeación Estratégica	13
1.2.2. Características de la Planeación Estratégica.	14
1.2.3. Principios Básicos de la Planeación Estratégica.	15
1.2.4. Enfoque de la Planeación Estratégica	16
1.2.5. Definición de Plan Estratégico.....	17
1.2.6. Aspectos de importancia del Plan Estratégico.	17
1.2.7. Propósito del Plan Estratégico.	18
1.2.8. Modelos de Planificación Estratégica	19
1.3 DESARROLLO TURÍSTICO	21
1.3.1 Turismo	21
1.3.2 Recursos, Productos y Oferta Turística.....	21
1.3.3 Tipos de Turismo	23
1.3.4 Turismo Sustentable.....	25
1.4 MARCO LEGAL.....	26
1.4.1 LA CONSTITUCIÓN.....	26
1.4.2 PLANDETUR 2020.....	26
1.4.3 Plan Nacional del Buen Vivir	27
1.4.4 Ley de Turismo	28
1.4.5 Gobiernos Autónomo Descentralizado	29
CAPÍTULO II.....	30
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.2.1 Investigación documental	31
2.2.2 Investigación Bibliográfica.....	31
2.3 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.	31
2.3.1 Investigación Exploratoria	32
2.3.2 Investigación Descriptiva.....	32
2.3.3 Investigación Explicativa.....	33
2.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN	33

2.4.1 Estudio Exploratorio	34
2.4.2 Estudio Descriptivo.....	34
2.4.3 Estudios Correlacionales.....	34
2.4.4 Estudio Explicativo.....	34
2.5 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	35
2.7 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	36
2.7.1 Observación	36
2.7.2 Entrevista	36
2.7.3 Encuesta	37
2.8 POBLACIÓN Y MUESTA	37
2.8.1 Población.....	38
2.8.2 Muestra	38
2.8 Procedimientos de la Investigación.....	40
CAPÍTULO III.....	42
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	42
3.1 ENCUESTA REALIZADAS A LOS TURISTAS QUE VISITARON LA ZONA NORTE EN EL AÑO 2013.	42
3.2 ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD DE SINCHAL.	53
3.3 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS MIEMBROS DEL CABILDO Y DIRIGENTES DE LA COMUNA SINCHAL.....	64
3.4. ANÁLISIS GENERAL DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A POBLADORES, TURISTAS Y LA ENTREVISTA A CABILDO COMUNAL.....	70
CAPÍTULO IV.....	71
DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA SINCHAL, 2013.	71
4.1. PRESENTACIÓN.....	71
4.2 JUSTIFICACIÓN	71
4.3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA COMUNA SINCHAL.....	73
4.3.1 LA OFERTA TURÍSTICA.....	73
4.3.2. Descripción de los parámetros de evaluación.....	73
4.3.3 Atractivos de la comuna Sinchal.....	75

4.3.4 Demanda Turística	90
4.3.5. Condicionantes del Entorno (PETS)	91
4.3.6 Metodología del análisis FODA	97
4.3.7. Definición Estratégica.....	101
4.4 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO DE TURISMO EN LA COMUNA SINCHAL	102
4.4.1. Definición del modelo de desarrollo turístico.....	102
4.4.2 Visión del destino	103
4.4.3. Definición de la misión	103
4.4.4. Objetivos de desarrollo	104
4.4.5. Políticas rectoras	104
4.5. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO Y ACTIVIDADES	105
4.5.1.- Actuaciones previstas	105
4.5.2. Cronograma del plan de actuación en turismo para la comuna Sinchal.....	116
4.5.3 Ejecución Estratégica.....	118
4.5.4 Control Estratégico	123
CONCLUSIONES.	124
RECOMENDACIONES.....	125
BIBLIOGRAFÍA	126
ANEXOS	128

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Variable Independiente.....	8
CUADRO N° 2 Variable Dependiente	9
CUADRO N° 3 Métodos de Investigación	35
CUADRO N° 4 Población	39
CUADRO N° 5 Muestra	40
CUADRO N° 6 Cronograma de tutorías.....	40
CUADRO N° 7 De evaluación de atractivos.....	74
CUADRO N° 8 De mercado posición competitiva	95
CUADRO N° 9 Posición competitiva.....	95
CUADRO N° 10 Posicionamiento en el mercado.	96
CUADRO N° 11 Posicionamiento en el mercado.	96
CUADRO N° 12 Resumen FODA	99
CUADRO N° 13 Estrategia de análisis FODA.....	100
CUADRO N° 14 Resumen programas y proyectos a ejecutarse	116
CUADRO N° 15 Mejoras de las infraestructuras	118
CUADRO N° 16 Mejoras de los recursos turísticos	119
CUADRO N° 17 Formación de recursos humanos	120
CUADRO N° 18 Calidad ambiental de la Comuna Sinchal	121
CUADRO N° 19 Marketing para la comuna Sinchal	122
CUADRO N° 20 Presupuesto del Proyecto.....	123

ÍNDICE DE ESQUEMAS

ESQUEMA N° 1 Modelo Gerencial Estratégica de (Quizhpe, 2006)	19
ESQUEMA N° 2 Modelo de (Kotler, 2005).....	20
ESQUEMA N° 3 Modelo de desarrollo turístico para la comuna Sinchal	101

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Sexo.....	43
TABLA N° 2 Edad.....	44
TABLA N° 3 Procedencia	45
TABLA N° 4 Profesión	46
TABLA N° 5 Motivos de viajar.....	47
TABLA N° 6 Acompañante de viaje	48
TABLA N° 7 Tiempo de permanencia	49
TABLA N° 8 Desenvolvimiento de los involucrados	50
TABLA N° 9 Falta de aplicaciones de planes en las comunidades	51
TABLA N° 10 El plan potenciará el turismo.....	52
TABLA N° 11 Sexo.....	54
TABLA N° 12 Edad.....	55
TABLA N° 13 Actividades económicas.....	56
TABLA N° 14 Atractivos turísticos	57
TABLA N° 15 ¿Están de acorde los atractivos?.....	58
TABLA N° 16 Sinchal es un lugar turístico	59
TABLA N° 17 Aplicación de diagnóstico a la comuna	60
TABLA N° 18 Sinchal cuenta con un Plan.....	61
TABLA N° 19 Desea que exista un Plan de desarrollo	62
TABLA N° 20 Plan Estratégico fortalecerá el turismo.....	63
TABLA N° 21 Sinchal es un destino turístico	64
TABLA N° 22 Estrategia para mejorar el turismo	65
TABLA N° 23 La promoción y publicidad son medios necesario para dar a conocer la comunidad.....	66
TABLA N° 24 La planificación mejorará el turismo.....	67
TABLA N° 25 Es necesario un Plan estratégico	68
TABLA N° 26 participará para diseñar un plan	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Sexo.....	43
GRÁFICO N° 2 Edad	44
GRÁFICO N° 3 Procedencia	45
GRÁFICO N° 4 profesión	46
GRÁFICO N° 5 Motivos de viajar	47
GRÁFICO N° 6 Acompañante de viaje.....	48
GRÁFICO N° 7 Tiempo de permanencia.....	49
GRÁFICO N° 8 Desenvolvimiento de los involucrados	50
GRÁFICO N° 9 Falta de aplicaciones de planes en las comunidades	51
GRÁFICO N° 10 El plan potenciará el turismo	52
GRÁFICO N° 11 Sexo.....	54
GRÁFICO N° 12 Edad	55
GRÁFICO N° 13 Actividades económicas.....	56
GRÁFICO N° 14 Atractivos Turísticos.....	57
GRÁFICO N° 15 ¿Están de acorde los atractivos?.....	58
GRÁFICO N° 16 Sinchal es un lugar turística	59
GRÁFICO N° 17 Aplicación de diagnóstico a la comuna.....	60
GRÁFICO N° 18 Sinchal cuenta con un Plan	61
GRÁFICO N° 19 Desea que exista un Plan de desarrollo	62
GRÁFICO N° 20 Plan Estratégico fortalecerá el turismo	63
GRÁFICO N° 21 Sinchal es un destino turístico.....	64
GRÁFICO N° 22 Estrategia para mejorar el turismo	65
GRÁFICO N° 23 La promoción y publicidad son medios necesarios para dar a conocer la comunidad.....	66
GRÁFICO N° 24 La planificación mejorará el turismo	67
GRÁFICO N° 25 Es necesario un Plan Estratégico	68
GRÁFICO N° 26 Participará para diseñar un plan	69

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Mapa territorial de la comuna Sinchal.....	129
ANEXO N° 2 Límites de la comuna Sinchal.....	130
ANEXO N° 3 Certificado del Gramatólogo	131
ANEXO N° 4 Carta aval de la Comuna Sinchal.....	132
ANEXO N° 5 Encuesta a la comunidad	133
ANEXO N° 6 Encuesta a los turistas.....	135
ANEXO N° 7 Entrevista a los Dirigentes.....	137
ANEXO N° 8 Fotografías de encuesta realizadas	139
ANEXO N° 9 Fotografías de las encuestas realizadas.....	140
ANEXO N° 10 Socialización sobre el tema del turismo y Plan Estratégico	141
ANEXO N° 11 Lugares Públicos y Privados de la Comuna Sinchal	142
ANEXO N° 12 Resultados de Taller Participativo	149
ANEXO N° 13 Variedad de Artesanías.....	152
ANEXO N° 14 Registro de datos de los atractivos turísticos.....	158

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es uno de los países donde se desarrolla un gran potencial turístico, la misma que tiene una gran biodiversidad, en el que habitan diferentes culturas, y variedad de productos artesanales, agrícolas e incluso la existencia de ciudades que se dedican al comercio por sus bellos paisajes, su flora y fauna; lugares que hacen de nuestro país un sitio acogedor e incluso son denominadas como patrimonio cultural de la humanidad.

La actividad turística en nuestro país, ha sido una de las fuentes primordiales para el desarrollo de las comunidades, constituyéndose en una excelente alternativa para la generación de ingresos y por ende mejorar su calidad de vida de las personas que se dedican en esta actividad.

En la provincia de Santa Elena, se ha desarrollado el turismo de sol y playa, pero no solo existen estos lugares de distracción familiar, además se ofrece otras variedades como turismo de montaña, apreciación de su flora y fauna, incluso la elaboración de diversas artesanías y una infinidad de atractivos turísticos, los mismos que se han difundido a nivel nacional e internacional buscando brindar las condiciones más adecuadas para el mayor disfrute del entorno.

El Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal, pretende que mediante la formulación de programas o proyectos articulados con los lineamientos del PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Ecuador) y el Plan de desarrollo del cantón Santa Elena se logre consolidar a la comuna Sinchal como un destino turístico nacional e internacional, fomentando con ello el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, culturales, artesanales y generar nuevas fuentes de trabajo para la obtención de ingresos económicos.

La elaboración de un plan estratégico para el desarrollo turístico de la comuna Sinchal, implica un proceso participativo con los sectores públicos, privados y comunitario, organizaciones, barrios y entres otros actores. El proceso requiere el desarrollo de varias etapas, la primera etapa consiste en el diagnóstico de la comuna Sinchal, en el cual se analizarán las condiciones físicas, espaciales, ambientales, económicas, productivas, sociales y culturales, permitiendo de esta manera tener una visión completa de esta comunidad; la segunda etapa se requiere el desarrollo de un estudio de mercado para tener un análisis de la oferta, demanda y competencia turística; la tercera etapa plantea la visión filosófica del plan y el análisis de la problemática que incide en el desarrollo turístico en los diferentes niveles que conforman el sistema para finalmente formular el plan estratégico de desarrollo turístico.

MARCO CONTEXTUAL

Tema

INFLUENCIA ESTRATÉGICA EN LA OFERTA Y PROMOCIÓN DE LA COMUNA SINCHAL COMO DESTINO TURÍSTICO, MEDIANTE PROYECTOS QUE INVOLUCREN A TODOS SUS ACTORES. DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA SINCHAL AÑO 2013.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

La Comuna Sinchal, pertenece a la Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena y provincia de Santa Elena, cuenta con 3.396 personas (867 familias, con miembros de familia entre 5 y 6) y posee una extensión territorial de 5.837,50 ha. Según estudio realizado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP). Se encuentra localizada a 43 Km de la Capital Provincial de Santa Elena, limita al Norte con Comuna Atravesado, al Sur con la Comuna Palmar y Comuna Manantial de Colonche, al Este con la comuna Loma Alta y al Oeste con la Comuna Valdivia y San Pedro (fuente Sr. Eloy Borbor Ex presidente de la Comuna)

Sinchal aún no se ha desarrollado turísticamente, esto se debe a la deficiente oferta y promoción. Contamos con un Centro de interpretación, que fue dado a la comunidad para que sea la puerta al desarrollo de la actividad turística, permitiendo que este sector se vaya introduciendo paulatinamente en el desarrollo turístico, a pesar de tener atractivos turísticos los habitantes de esta

comunidad no toman conciencia de la importancia que tienen para el desarrollo económico social. Por tal razón las autoridades comunales han visto la posibilidad de buscar ayuda en los entes seccionales de la provincia, para de esta forma dar solución a este inconveniente que tiene esta comuna.

Por los antecedentes expuestos la presente propuesta de investigación de tesis de grado, se proyecta en función de diseñar de PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO para la comuna Sinchal, que permita convertir a este importante sector en un lugar turístico bien posesionado a nivel local, nacional e internacional.

Formulación del problema científico

Por lo tanto partiremos de la formulación de la siguiente interrogante de investigación:

¿De qué manera influye la deficiente estrategia de la oferta y el desconocimiento de los atractivos turísticos en la comuna Sinchal como destino turístico?

Sistematización (Problemas derivados)

¿Existe algún Plan Estratégico de desarrollo turístico dentro de la Comuna Sinchal?

¿Cree usted que es importante la existencia de un Plan Estratégico de desarrollo turístico dentro de la Comuna Sinchal?

¿Cuáles son los principales problemas de la Comuna Sinchal?

¿Qué beneficios brindará el Plan Estratégico de desarrollo turístico de la Comuna Sinchal?

¿Por qué los comuneros no se motivan al desarrollo turístico?

¿Quiénes son los principales responsables en la ejecución del Plan Estratégico de desarrollo turístico para la Comuna Sinchal?

Evaluación

El Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal, pretende que mediante la formulación de proyectos articulados con los lineamientos del PLANDETUR 2020 (Plan Estrategico de Desarrollo Turistico del Ecuador), Plan de desarrollo del cantón Santa Elena y Plan del Buen Vivir, con los que se aspira se logre consolidar a la comuna Sinchal como un destino turístico nacional e internacional, fomentando con ello el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, culturales, artesanales y generar nuevas fuentes para la obtención de ingresos económicos. Además los miembros de la comuna Sinchal, nos facilitarán todo lo necesario para desarrollar el estudio de investigación.

JUSTIFICACIÓN

Con la base de un estudio situacional y la identificación de las principales actividades turísticas, artesanales, agropecuarias de la comuna Sinchal, las mismas que serán las bases para elaborar un Plan estratégico de desarrollo Turístico, para que en un futuro este sector sea reconocido nacional e internacional por las diferentes actividades que se desarrolla en este sector norte de la provincia de Santa Elena y no obedezca a la idea de una actividad económica cuyo principal objetivo es la generación de ganancia, la expropiación y explotación de los recursos de la comunidades para beneficio de los grandes capitales, sino que constituya una nueva concepción de la actividad turística que se puede implementar e incluso los artesanos en el desarrollo de sus actividades.

El presente tema de estudio validará la aplicación de técnicas, métodos y estrategias de desarrollo de destino turístico para que Sinchal sea considerada como zona turística dentro de la provincia de Santa Elena, convirtiéndose en una

nueva alternativa dentro de la Ruta del Spondylus, donde los turistas se sientan a gusto de la amabilidad de la gente y aportando con ello al mejoramiento de la calidad de vida de los comuneros.

Los resultados de la investigación beneficiará directamente al sector turístico de la provincia y de la región, especialmente a la comunidad Sinchal, con sus artesanos y todos los que se relacionan directa e indirectamente con esta actividad turística; la misma que generara nuevas fuentes de empleo en el sector.

El tema de esta propuesta de tesis es de suma importancia por cuanto este lugar podrá desarrollarse como un sitio turístico reconocido no solo en el país sino también a nivel nacional e internacional. Al mismo tiempo nos uniremos a las actividades realizadas en los sectores de Loma Alta y Dos Mangas que son lugares ya reconocidos por su flora y fauna, con sus respectivos senderos.

Por lo tanto, la propuesta planteada tiene mucha importancia por lo que permitirá dar a conocer los atractivos que tiene esta comuna, así como explotar aquellos que aún no se conocen, para que sean visitados por propios y extraños, lo que permita ser un sitio turístico acogedor en nuestra provincia, este lugar que no ha sido totalmente conocido por los turistas y que en futuras generaciones se desarrolle como un sitio turístico más de la provincia, con sus artesanías y agricultura se pueda desarrollar a la comuna Sinchal como un destino de interés y con gran potencial que ofrecer.

Con la elaboración de un Plan estratégico de desarrollo Turístico para la comuna Sinchal, promoción del destino y posicionamiento en el ámbito turístico bien estructurado y sustentado será sin lugar a dudas un valioso aporte para el desarrollo del sector y de la provincia.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la influencia estratégica de la oferta y promoción de la comuna como destino turístico, mediante proyectos que involucre a todos sus actores, para el diseño de un Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal año 2013.

Objetivos Específicos

- Determinar los componentes estratégicos en la realización como destino turístico a la comuna Sinchal.
- Identificar las estrategias turísticas que pueden ser aplicadas a la realidad de Sinchal.
- Determinar cómo incide el nivel de planificación estratégica en la gestión de Sinchal como destino turístico.
- Determinar los componentes de la oferta y promoción turística mediante consultas bibliográficas.
- Determinar mediante revisión bibliográfica las estrategias para lograr oferta y promoción en un destino turístico.
- Diseñar un plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal.

HIPÓTESIS

La influencia estratégica de la Oferta y promoción dará una mejor imagen a la Comuna Sinchal como destino turístico en la ruta del Spondylus.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO N° 1 Variable Independiente

Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas
<p>La planificación es un proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo, a su vez se convierte en herramienta para la toma de decisiones y consiste en la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de estrategias y planes operativos con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas.</p>	Procesos	Participación de actores	¿Cuál es el proceso para plantear objetivos y determinar acciones turísticas?	Encuestas y entrevistas a los dirigentes y comuneros
	Análisis interno, análisis externo	Diagnostico situacional	¿Bajo qué fundamento o elementos se toma decisiones para el área turísticas?	Entrevista a los dirigentes de la comuna
	Proceso de planeación	Modelo, Visión, Misión, políticas, objetivos	¿La comunidad a efectuado un diagnóstico situacional para determinar su estado actual?	Encuestas a los comuneros
	Estrategias	Identificación y numero de estrategias	¿Cuenta la comuna con visión y misión estructurada?	Análisis documental
	Plan operativo	Resumen ejecutivo	¿Conoce que estrategias ayudarían a la competitividad turística del destino?	Fundamentación teórica
	Programas		¿Conoce cuál es la utilidad que brinda el plan operativo?	
	Proyectos		¿En que se fundamenta la estructuración de los programas?	
			¿Se ha realizado estudios o diseñado proyectos turísticos en la comuna?	

Fuente: Variable Independiente.- Planificación Estratégica, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CUADRO N° 2 Variable Dependiente

Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas
<p>Es la capacidad que tiene un destino para ofertar y promocionar un producto con valor agregado que permita sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado, para que las personas que lo visiten se sientan satisfechos de la buena atención recibida.</p>	Turismo	Fortalezas, debilidades, estrategias	¿La comunidad dispone de estudios con base turística para emprendimientos y proyectos?	Encuestas y entrevistas a los dirigentes y comuneros
	Recursos, productos y oferta.	Restaurantes	¿existe lugares para brindar alimentación y bebida?	Entrevista con los dirigentes de la comuna
	Tipos de turismo	Cabañas comunitarias	¿Existen espacios donde los visitantes puedan hospedarse?	
	Turismos sustentable	Inventarios	¿Conoce los recursos y el potencial turístico de la comuna?	Encuestas a los comuneros
		Paquetes, itinerarios ,	¿Cuenta la comunidad con productos turísticos reconocidos?	Análisis documental
		Señalética, publicidad	¿Los servicios ofertados en la comuna satisface la necesidad de los visitantes?	
			¿Cuáles son los elementos de publicidad y señalética que dispone la comunidad?	

Fuente: Variable Dependiente.- Desarrollo Turístico, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

El desarrollo de una Planificación Estratégica para la comuna Sinchal ayudará a asegurar su sostenibilidad, la misma que estará enmarcada en uno de los objetivos esenciales para el desarrollo del turismo en esta comunidad. La Planificación Estratégica, tuvo sus inicios en los campos de batalla, especialmente de carácter militar ya que estas instituciones con necesidad de cumplir con el deber y responsabilidad fueron los primeros en utilizarlo, teniendo así los grados de autoridad y responsabilidad, de igual forma era necesario la delegación de funciones en los niveles jerárquicos más bajos haciendo énfasis en la necesidad de planificar, para así desarrollar sus tomas de decisiones. Esta importante estrategia que utilizaron los ejércitos en primera instancia fue positiva en el desarrollo de cada una de sus operaciones, de esto podemos deducir lo importante que es el momento de la toma de decisiones dentro de una comunidad y los cambios de impulsos de la sociedad en general.

La planificación se ha venido desarrollando en las diferentes organizaciones sin importar su naturaleza o tamaño, en las instituciones de carácter educativos e incluso se han elaborados en algunas universidades planes estratégicos, desde la década de los 80, todo esto se da a la necesidad de buscar resultados de óptima calidad, permitiéndole ser competitivos y no ser desplazado por la competencia, por tal razón existen en la actualidad organizaciones sean estas públicas, privadas o mixtas con sin fines de lucro han evolucionado de manera positiva, satisfaciendo las necesidades de su mercado y de tal manera fortalecen su imagen corporativa que le permitan ser identificados.

Esta herramienta de diagnóstico, también emergió a mediados del siglo XX, con el fin de que los grupos de personas organizadas se adapten o alcancen una mayor efectividad, competitividad, desarrollo y permanencia en el lugar donde se desenvuelven; por esta razón, es considerada como el eje fundamental de todo proceso evolutivo de las grandes organizaciones. De ahí que menciona, (Membrano, 2007); fundamente que:

“El énfasis dado a la planeación estratégica por parte de las empresas más avanzadas y competitivas, refleja el hecho de que son mayores los beneficios de realizar una planeación estratégica explícita que implícita, ya que asegura, al menos que las políticas de los departamentos funcionales estén coordinadas y dirigidas hacia el mismo objetivo”

1.2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Según (Rodríguez, 2001) define a la Planeación Estratégica como:

“El esfuerzo sistemático y formal de una organización para establecer sus objetivos, políticas y estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias, y así lograr los objetivos organizacionales”.

La planeación Estratégica se considera como un proceso sistemático administrativo, donde se debe tomar sus propias decisiones para lograr así un trabajo en equipo con sus diferentes acciones y estrategias, dando una mejor gestión en las diferentes actividades que se pretenden desarrollar en un periodo determinado y así alcanzar los objetivos planificados para el bien de la comunidad e incluso los beneficios que se pueden generar del mismo.

Es importante manifestar que la planificación Estratégica se ha convertido en la actualidad en un eje primordial para las diferentes actividades de ámbito social, donde su responsabilidad es velar de una mejor manera posible los recursos disponibles que posee una comunidad con el fin de mejorar el turismo que

satisfaciendo las necesidades y demás actividades y además permite prepararse con otras actividades para hacer frente o contrarrestar a las constantes cambios que se dan día a día en busca de un mejor porvenir

Se puede deducir que la Planificación, es la forma de realizar con mayor precisión los cambios que se desea desarrollar en los diferentes campos y que la actitud de las personas de dicha comunidad sea la adecuada al momento de tomar sus propias decisiones.

La planeación Estratégica, se la considera como un sistema que permite a las pequeñas, medianas y grandes comunidades, hacer uso de esta técnica, alternativas de cambios necesarios y específico que faciliten el logro de sus metas a corto, mediano o largo plazo. Por lo tanto, se considera que la elaboración de los objetivos como misión y visión, son muy elementales para determinar hacia dónde va a dirigirse la comunidad en un futuro.

Por ello, (Aranda , 2007). Fundamenta que la planeación estratégica:

“es un proceso de gestión que permite visualizar, de manera integrada el futuro de la institución, que se deriva de su filosofía, de su misión, de sus orientaciones, de sus metas, de sus programas así como de sus estrategias a utilizar para asegurar el logro”

De esta forma, se puede realizar cambios esperados dentro de una comunidad que busca alcanzar sus metas u objetivos, con el fin de tener alternativas que aseguren el desarrollo de la comunidad en un tiempo determinado. Desde este punto de vista, es como la estructuración de los objetivos estratégicos y un análisis situacional, permitirán conocer mejor la potencialidad y vulnerabilidad en la que se encuentra la comunidad; esto les ayudará a enfrentar los riesgos, la incertidumbre y mejorar la situación actual; además será la guía para hacerle frente a los rápidos cambios que se presentan en el ambiente competitivo.

1.2.1 Importancia de la Planeación Estratégica

La Planeación Estratégica es muy importante tanto para los individuos y la comunidad ya que les permite planificar sus actividades tomando en cuenta los recursos disponibles y de la misma manera permite desarrollar estrategias innovadoras que faciliten el desarrollo de sus gestiones con la finalidad de ser competitivos y también ayuda a predecir con anticipación algún percance que pueda afectar las actividades cotidianas.

Considerada como un agente de cambio que permite buscar mejoras continuas analizando la situación actual con el análisis interno y externo para diseñar directrices que ayuden al desarrollo eficaz y eficiente en el desarrollo de actividades de una comunidad en general donde los involucrados deben respetar y trabajar en equipo para alcanzar el éxito, por esta razón la planeación estratégica se ha vuelto indispensable aplicarlas en los diferentes campos para que éstas alcancen el desarrollo de la comunidad, creando así un ambiente competitivo, tomando como base su misión y visión; las mismas que generarán un futuro exitoso y duradero en su entorno.

El elemento primordial para toda comunidad dependerá del sentido de pertenencia que posean sus integrantes para que los objetivos y metas sean alcanzados dentro de la Planificación Estratégica. Por lo tanto, para que este tipo de planeación, genere buenos resultados, se debe involucrar a personas que tengan el carácter estratégico y visionario, que sean capaz de cumplir con las expectativas que persigue o desea alcanzar la comunidad en un tiempo determinado; estos fundamentos, es lo que ha llevado a las diferentes comunidades a aplicar este tipo de sistema, con el fin de buscar mejores resultados en sus actividades y así alcanzar un mejor lugar en el mercado.

De acuerdo a esto (Fernández, 2006); establece que la planeación estratégica es importante porque: “Es el modo sistemático de gestionar el cambio en la empresa

con el propósito de competir ventajosamente en el mercado, adaptarse al entorno, definir los productos y maximizar los beneficios”

Dentro de este proceso, las personas dedicadas a esta actividad podrán establecer los mecanismos necesarios para neutralizar los problemas que impiden su desarrollo; por ello, es que la planeación faculta en responder a situaciones inesperadas que pueden afectar a su actividad en un futuro; de ahí que la participación de las personas se considere fundamental en la toma de decisiones, porque permiten conocer y aprovechar los recursos disponibles, mediante un análisis situacional, el mismo que nos proporciona información y nos indica cual será el futuro de la actividad, en un mediano o largo plazo. (Membrano, 2007); considera que: “el proceso de planificación estratégica, permite la definición de la estrategia, incluye como elemento fundamental un análisis tanto interno como externo”

1.2.2. Características de la Planeación Estratégica.

Para que la planeación estratégica, se de buenos resultados a futuro y las personas puedan adaptarse a las nuevas tendencias que se crean en el ambiente actual; deben de tener bien claro sus principios estratégicos, y de acuerdo a esto volverse más competitivas y obtener un mayor grado de efectividad en el lugar donde se desenvuelven. Es así, como en la actualidad las comunidades han evolucionado estratégicamente y se han fortalecido generando cambios que hasta ahora les han beneficiados en su desarrollo personal u organizacional; por ello, es necesario planificar, para tener en cuenta que futuro se va a establecer y como se va a llegar a él. (Aranda , 2007), considera los siguientes principios:

- Democracia.
- Integral.
- Flexible.
- Operativa.

- Crítica y Autocrítica.
- Sistémica.
- Prospectiva.
- Evaluativa.
- Liderada.

1.2.3. Principios Básicos de la Planeación Estratégica.

Los principios básicos de la Planeación Estratégica son conocidos como la parte principal o medular los cuales son indispensables en el desarrollo de las actividades dentro de una comunidad exitosa y son los siguientes:

a. Contribución de los objetivos

Este principio es básico dentro de la Planeación Estratégica ya que permite planificar las actividades en forma detallada a través de los objetivos trazados ya sean estos a corto, mediano o a largo plazo, de tal manera que puedan alcanzar los resultados deseados que se proponen desde el inicio de un determinado proyecto que se desee ejecutar en busca de mejorar las acciones que se han desarrollado en otras actividades de los otros sectores.

b. Principio de Planeación Estratégica

Se considera este punto también como un principio de la Planeación Estratégica debido a la importancia que ha tomado en las diferentes actividades sin importar su tamaño o naturaleza por lo que se ha convertido en un elemento fundamental, para desarrollar actividades en el campo turístico.

c. Extensión de la Planeación Estratégica

La extensión es otro de los principios más relevante de la Planeación Estratégica ya que posee un alcance determinado que generalmente es de cinco años en donde

la comunidad buscan ser competentes en el mercado que desarrollan sus actividades satisfaciendo las necesidades de sus consumidores para de esta manera no ser desplazados por otras organizaciones que pueden ofrecer un producto o servicio similar.

d. Eficiencia de los Planes Estratégicos

La eficiencia y eficacia forman parte elemental dentro de la Planeación Estratégica ya que sus partes se realizan dentro del mismo, es posible cumplir un plan eficiente que señale los lineamientos o directrices que marquen las acciones y propósitos que se desea alcanzar en un tiempo determinado.

1.2.4. Enfoque de la Planeación Estratégica

Según (Goldefer, 2000) manifiesta este enfoque:

a) Enfoque participativo

La postura participativa exige un nivel de conciencia social que solo la educación formal y no formal pueden conseguir trabajando en conjunto. Se preconiza la participación con un sentido de responsabilidad, dando a los procesos su ubicación de tiempo y lugar, lo que es vital para la congruencia del enfoque.

Este enfoque considera de gran importancia la participación de cada uno de sus integrantes que conforman parte de la comunidad, además se está estudiando con el fin de obtener datos reales. También podemos considerar que estudios realizados sostienen la participación de las personas en las tomas de decisiones desarrolla la autoestima, la responsabilidad, así como el sentido de pertenencia de los actores involucrados. El enfoque participativo, da a conocer que a base de estudios realizados sean estos formales o no formales se puede conseguir el trabajo en conjunto con el sentido de responsabilidad al momento de dar los procesos.

1.2.5. Definición de Plan Estratégico

Es importante detallar que el Plan Estratégico proviene de la planificación estratégica, por tal motivo es importante la recopilación de datos que permitan la obtención de información para el desarrollo adecuado del mismo.

(Martínez , 2007); consideran que:

“El plan estratégico es, por lo tanto un documento cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y del deseado”

El plan estratégico es un documento formal que permitirá orientar las cosas que se deben hacer e incluso se detallan directrices internas para beneficio de la comunidad, en donde los involucrados deben respetarlas para el cumplimiento eficaz y eficiente de las actividades empleando el compromiso y responsabilidad en cada una de las acciones.

1.2.6. Aspectos de importancia del Plan Estratégico.

Entre los aspectos más importantes de un Plan Estratégico son los siguientes:

a. Afirmer la organización.

Radica en fomentar la vinculación entre los altos Directivos y los distintos grupos de personas que existen en una comunidad, ya que buscan el compromiso y responsabilidad social de todos los integrantes a trabajar en equipo para el logro de los objetivos y metas personales, en donde el beneficio y la satisfacción personal es el éxito que cada individuo desea alcanzar en un momento de la vida. Es decir estar seguro al momento de tomar la mejor decisión, para el bien del emprendimiento en el camp turístico.

b. Identificar Problemas y Oportunidades.

La identificación de los Problemas y Oportunidades se realiza mediante la participación de los involucrados en la valoración de las actividades mediante un diagnóstico organizacional con el fin de emplear estrategias para solucionar dichos aspectos negativos que afectan la productividad de los trabajadores y a la vez aprovechar las oportunidades que se presentan en el entorno para explotarlos al máximo en beneficio colectivo.

c. Aclarar ideas futuras

Consiste en realizar una autoevaluación de cada uno de los procesos que se realizan dentro del campo de acción con la finalidad de alcanzar el éxito de la comunidad mediante el eficiente trabajo aprovechando de la mejor manera los recursos disponibles.

1.2.7. Propósito del Plan Estratégico.

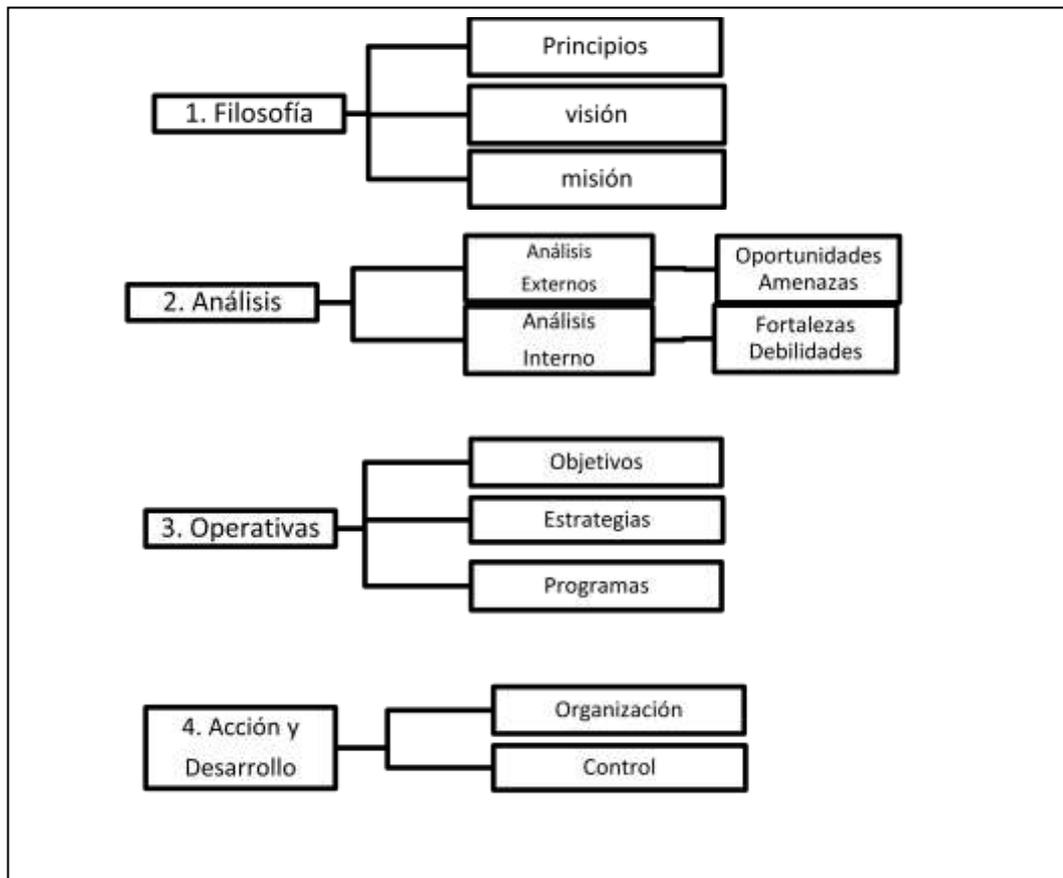
El propósito fundamental de un Plan Estratégico consiste en identificar hacia dónde se quiere ir y lo más importante cómo se llegará ya que se desea mejorar la actividad turística de una determinada comunidad que no ha tenido los avances esperados, e incluso las personas no han asumidos sus roles protagónico para el cumplimiento de las metas y lograr el desarrollo del proyecto.

El Plan Estratégico es una herramienta creada por los involucrados que a medida que se va implementando necesita de ciertos ajustes por lo que debe someter a revisiones constantes, fundamentalmente de manos del grupo que lo creó para buscar mejoras en los aspectos negativos que han impedido alcanzar la meta propuesta a beneficio de una determinada comunidad. El propósito de un plan estratégico es identificar lo que se quiere y como llegar a la ejecución de todas estas actividades e incluso se deben ser asumida, para poder alcanzar los objetivos.

1.2.8. Modelos de Planificación Estratégica

Tomando un modelo de estrategias.

ESQUEMA N° 1 Modelo Gerencial Estratégica de (Quizhpe, 2006)

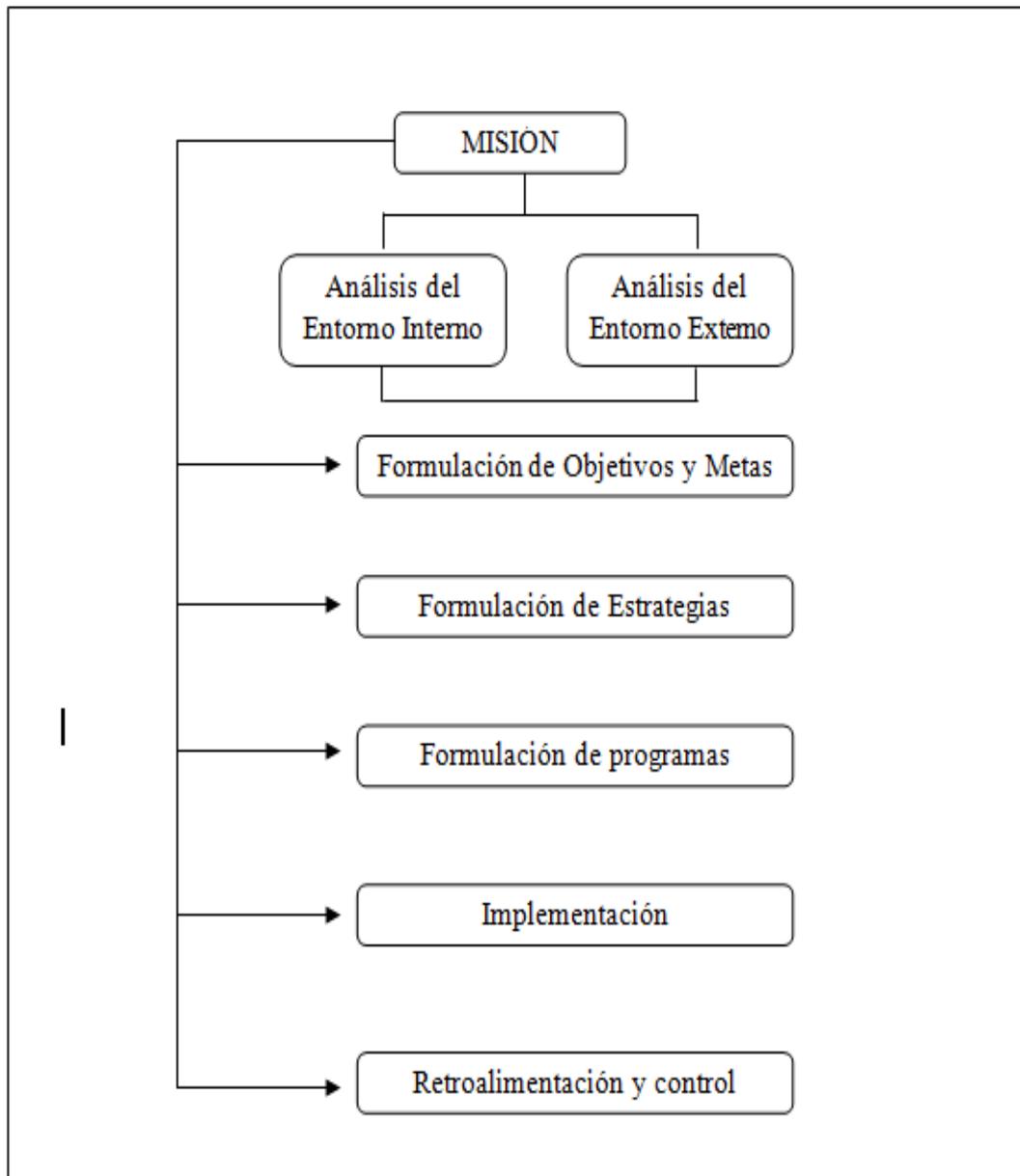


Fuente: Modelo Gerencial de Planificación Estratégica, 2006
Elaborado por: (Quizhpe, 2006)

Según (Quizhpe, 2006):

Este Modelo Gerencial Estratégica centra su total atención a los conceptos de cada una de las partes de los elementos, ya que su desarrollo o ejecución de los mismos giran alrededor de su propio entorno. Este modelo hace énfasis en los tres tipos de planes ya sea en los niveles Estratégicos, Tácticos y Operativos.

ESQUEMA N° 2 Modelo de (Kotler, 2005)



Fuente: Modelo Gerencial de Planificación Estratégica (2005)
Elaborado por: Kotler Philip. (2005)

(Kotler, 2005): Este modelo tiene como propósitos fijar objetivos y estrategias realistas y factibles en base al análisis del entorno empleado. También podemos detallar que este modelo se enfatiza en realizar cada etapa de manera secuencial tomando como punto de partida la misión de una organización ya que es la razón de ser, actividad que ejerce dentro de un campo de acción en el que desarrolla sus acciones organizacionales.

1.3 DESARROLLO TURÍSTICO

1.3.1 Turismo

Según la OMT define al turismo “comprende la actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos”. En sí la actividad del turismo es la acción que realizan las personas, cuando se pretende visitar un lugar común o que desea disfrutar con familias, amigos o trabajo.

1.3.2 Promoción Turística

La promoción turística, se puede definir como el conjunto de acciones para el incremento de personas a un determinado sitio de visita, como manifiestan (Tapia & Tigre, 2010).

La promoción cumple la función e facilitar todos los medios posibles para dar a conocer a nacionales y extranjeros, las atractivos turísticos de los más diversos lugares, la cultura y el espíritu de hospitalidad de los que en ellos habitan: y no solo eso, sino informar sobre la seguridad imperante en los sitios a donde se va a viajar, lo que tiene que ver con la estabilidad económica, política, y social y hasta con la naturaleza misma.

Se debe cumplir algunos parámetros al momento de querer promocionar un nuevo lugar de destino turístico, en su diferentes campos económico, político social e incluso de su flora y fauna que se permite disfrutar cuando el visitante, tome como punto de referencia al momento de visitar estos lugares, e incluso la forma y hospitalidad de los habitantes al tener contacto con estas personas.

1.3.2 Recursos, Productos y Oferta Turística.

El uso de las actividades turística es una realidad que existe como resultado de un proceso de gestión turística. La misma que se desarrolla con un proceso, de forma

sistemática que se expresa a continuación, permitiendo establecer una clasificación que facilitará la comprensión del análisis de la oferta turística en la elaboración del plan. El punto de partida del proceso son los recursos. Se entiende por recurso turístico aquel patrimonio, natural y cultural, de un determinado lugar, susceptible de ser estructurado para su uso.

Cuando estos recursos se estructuran para su uso y disfrute, se convierten en producto turístico. El producto turístico es aquel recurso en el que se puede realizar una actividad (visitar, asistir, participar, pasear, comprar...) porque está formulada una propuesta de accesibilidad al mismo por parte de un público.

Cuando el producto se promociona “puertas afuera” se convierte en una oferta turística, que es un producto turístico promocionado mediante un programa de actuaciones de comunicación, generales o específicas, y de venta, dirigidas a un público (publicidad, folletos, libros, webs, catálogos...). Y, cuando se realizan sólo acciones de promoción “in situ”, se considera como producto turístico y no como oferta turística. El público, atraído por el producto y la oferta, realiza el uso turístico, y se entiende como uso turístico la realización por parte del público de la actividad propuesta en el producto turístico.

Por otra parte el Ministerio de Turismo define al producto turístico como una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones. Por lo tanto, hoy se concibe el producto turístico como la realidad integrada que capta o percibe la demanda turística, y que no se compone de un solo elemento, sino que comprende un conjunto de bienes, servicios y entornos, que percibe o utiliza el visitante durante su viaje y estancia en los destinos a los que acude para satisfacer sus motivaciones de ocio y de vacaciones.

Siguiendo la idea de (Cabarcos, 2006), donde manifiesta: “La oferta turística es el conjunto de bienes y servicio turísticos que los productores del sector están

dispuesto a ofrecer a determinados precios”. La oferta turística, por lo tanto debería reflejar el capital necesario que se ofrece al visitante, hotel, comunicación, transporte, etc.

Existen dos tipos de oferta turísticas:

La oferta turística básica: es aquella que está compuesta por aquellos bienes o servicios de carácter exclusivamente turísticos:

- Agencias de viajes
- Alojamiento
- Transporte, etc.

La oferta turística complementaria: está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final:

- Restauración
- Deporte
- Ocio
- Comercio, etc.

1.3.3 Tipos de Turismo

El turismo puede ser clasificado según el tema en el cual éste se enfoca, a breves rasgos se han identificado los tipos de turismo factibles de realizar en la comuna Sinchal. Según (Sancho, 2006) la definición de cada uno de ellos fue tomada del documento de la OMT, denominado Introducción al Turismo.

- Agroturismo: Se denomina agroturismo a aquella actividad en que el motivo principal del cliente es conocer, participar o disfrutar de las actividades vinculadas con la producción agropecuaria.

- **Ecoturismo:** Es la actividad que realiza el turista, relacionada con el medio natural, la flora y/o la fauna del lugar pudiendo, en muchos casos, reconocer y ver especies únicas. Las personas que se dedican a disfrutar de las actividades que se relaciona con la flora y fauna.

- **Turismo Cultural:** Existen numerosos establecimientos y comunidades que poseen un rico patrimonio histórico y que a partir de la actividad turística se pueden conservar en manos de las familias a quienes pertenece manteniendo así parte de su historia en el lugar. Algunos establecimientos supieron poner en valor turístico museos temáticos o de sitio.

- **Turismo de Aventura:** Gran parte de la oferta de turismo de aventura se desarrolla en los parques nacionales o en el medio rural. Muchos deportes de aventura se practican en establecimientos que abrieron sus puertas al turismo rural, dependiendo de la ubicación del predio y de las capacidades de los establecimientos para la puesta en valor turístico se practican desde actividades de aire (vuelos en parapente) o de tierra (montañismo, cabalgadas, ciclismo, etc.)

- **Turismo técnico-científico:** En este caso, el motivo de viaje del turista está relacionado con las tecnologías y conocimientos aplicados a la producción. Profesionales y estudiantes viajan con el interés de incorporar conocimientos sobre los sistemas productivos o de realizar estudios y prácticas en ciencias sociales o naturales.

- **Turismo educativo:** Cada vez es más frecuente que docentes de jóvenes y de niños incluyan, en sus actividades, la visita a granjas educativas donde se pueden ver distintas especies de animales e instruir sobre los sistemas productivos de estos establecimientos preparados para educar a partir de su actividad productiva.

- Turismo de eventos: Existe un potencial a explotar por los establecimientos cercanos a las ciudades y con capacidad para organizar eventos. Es importante la infraestructura y el equipamiento, siendo muy variadas las opciones desde eventos sociales hasta reuniones institucional.
- Turismo gastronómico: La vinculación entre el sector turístico y el gastronómico es muy importante y, en el caso del medio rural, cobra especial interés por la posibilidad de tomar contacto con el producto antes de llegar a la mesa. La mayoría de los establecimientos dedicados al turismo rural utilizan gran parte de sus producciones en su oferta gastronómica. Para el turista representa una experiencia superior, que sabe apreciar, cuando un plato está compuesto por productos del lugar.

1.3.4 Turismo Sustentable

(Sancho, 2006) La OMT, en la Agenda 21 para los Viajes y el Turismo, define el turismo sustentable como aquel que:

“satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro. Se concibe como una forma de gestión de todos los recursos de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida”

Lo escrito anteriormente se compone de tres dimensiones:

- Dimensión económica: implica que el turismo ha de ser ante todo una actividad generadora de rentas económicas para la sociedad y creadora de empleo digno y, a ser posible, cualificado.

- Dimensión social: supone que el turismo ha de generar un reparto tanto de costes como de beneficios. Y sobre todo implica el respeto a los derechos humanos y la equidad entre diferentes grupos sociales.

- Dimensión ambiental: implica la conservación y el respeto de los recursos y valores naturales que son la base de la propia actividad turística, y cuya existencia ha de ser garantizada en el futuro para el propio sostenimiento de la actividad y para asegurar el disfrute del medio por parte de las generaciones venideras.

1.4 MARCO LEGAL

1.4.1 LA CONSTITUCIÓN

(Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008) Art. 3 son deberes primordiales del estado:

Numeral 5: Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza para acceder al buen vivir. En este numeral podemos notar la importancia que tiene que ver el estado en el desarrollo de las diferentes actividades, especialmente en el turismo, orientado en las personas para que desarrollen otras actividades que le gusta realizar y de esta manera erradicar la pobreza, y mejorar el status de vida de cada familia, especialmente en la comuna Sinchal.

1.4.2 PLANDETUR 2020

Tiene como principal objetivo orientar el proceso de desarrollo de turismo sostenible a las comunidades para mejorar la calidad de vida de sus habitantes,

erradicando la pobreza mediante planes de acción que benefician al sector. Dentro de ella se establecen políticas que acondicionan un eje dinamizador de la economía y la satisfacción de la demanda turística actual y ser responsables con el medio ambiente aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país. Se cristaliza en los siguientes ejes:

En el eje número 2, se manifiesta la gestión del turismo en Ecuador, en el proceso de buscar un mejor funcionamiento coordinado entre los diferentes actores se han estos del sector público, privado y comunitario, con el aval del Ministerio de Turismo que apoyará fortaleciendo y gestionando actividades descentralizada y desconcentrada eficiente.

En el eje número 4, también en este eje se manifiesta la forma de defender y proteger a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas, es decir el apoyo a los sectores que quieren hacer frente a actividades extractivas y de alto impacto.

1.4.3 Plan Nacional del Buen Vivir

Se manifiesta en el objetivo 3, sobre la calidad de vida de la población, cada comunidad, por más pequeña, mediana o grande, debe ser fuente de mejorar para los que viven dentro de ella, especialmente si se trata de Promover práctica de vida saludable en la población.

Pero, estos actos no deben apartarse de condiciones de seguridad humana y confianza mutua entre las personas en los diversos entornos, como nos manifiesta en el 3.7 de este mismo objetivo.

En cambio en el objetivo 11, se establece un sistema económico social, solidario y sostenible, para poder Fortalecer y ampliar la cobertura de infraestructura básica y

de servicios públicos para extender las capacidades y oportunidades económicas. Lo que manifiesta en el literal 11.5, y el 11.7 que manifiesta el promover condiciones adecuadas para realizar el comercio interno e internacional, considerando especialmente sus interrelaciones con la producción y con las condiciones de vida.

1.4.4 Ley de Turismo

Art. 3 Son principios de la actividad turística, lo siguiente:

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

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

- 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;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

1.4.5 Gobiernos Autónomo Descentralizado

Art. 54 Funciones de los Gobiernos Autónomo Descentralizado Municipal:

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

Art. 67.- Atribuciones de la Junta Parroquial Rural.-

e) Autorizar la contratación de empréstitos destinados a financiar la ejecución de programas y proyectos previstos en el plan parroquial de desarrollo y de ordenamiento territorial, observando las disposiciones prevista en la constitución y la ley.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene un diseño no experimental (Observacionales), el mismo que permitió la observación de los fenómenos tal y como ocurre naturalmente, sin intervenir en su desarrollo. La investigación no experimental es también conocida como investigación Ex Post Facto, término que proviene del latín y significa después de ocurridos los hechos. Como señala (Kerlinger, 1979) “La investigación no experimental o expost-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. Esta investigación es la que nos ayudó a situarnos en el lugar donde se va a desarrollar el trabajo, sin construir una realidad.

Se puede manifestar que en el estudio no experimental, no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, el investigador no puede inventarse situaciones. Además nos manifiestas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2008) “En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos”.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se apoyó básicamente en las modalidades que se utilizan para levantar información de la comunidad, el estudio que se desea realizar, por lo consiguiente se puede mencionar los siguientes:

2.2.1 Investigación documental

Esta investigación se la realizó en fuentes de carácter documental.

2.2.2 Investigación Bibliográfica

Es esta etapa de investigación científica donde se exploró las investigaciones o escritos sobre un determinado tema o problema. Es una amplia búsqueda, recopilación, organización, valoración de información o una indagación documental que permite apoyar a la investigación que se desea realizar y evitar emprender investigaciones ya realizadas.

2.3 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

En la presente investigación de campo se recopiló la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador.

Para este trabajo se utilizó técnicas de recolección de datos tales como la encuesta y la entrevista, que permitió afianzar la información para la elaboración de esta propuesta, que mediante el análisis de un diagnóstico situacional conocimos de cerca los problemas para cuantificarlos y cualificarlos. Todo lo anterior podrá determinar los diferentes aspectos específicos que se enfoca al direccionamiento y desarrollo organizacional de la comunidad. Además esta investigación permite realizar un estudio sistemático del problema en el lugar de los acontecimientos. Por ello (Paredes, 2009). Considera que la investigación de campo: “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetos del proyecto”

2.3.1 Investigación Exploratoria

Es la que se realizó con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para la elaboración de una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica el abrir líneas de investigación y proceder a su comprobación.

Se pudo efectuar normalmente, el objetivo fue examinado de acuerdo al tema o problema de investigación que no se ha sido estudiado o que no se ha investigado antes. La investigación exploratoria, familiarizará los diferentes atractivos turísticos que se desarrollan en la comunidad o aquellos que todavía no se han dado a conocer.

Según (Hernández R. , 2001)

“Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener la información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables. Se caracterizan por ser más flexibles en su metodología en comparación con los estudios descriptivos o explicativos, y son más amplios y dispersos que estos otros dos tipos”.

2.3.2 Investigación Descriptiva

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

Establecer las características demográficas de unidades investigadas, necesitamos establecer el número de habitantes, en especial las personas que se dedican a realizar alguna actividad turística propia; la distribución de edades comprendidas joven y adulto, incluido los adulto mayores; es necesario dar la oportunidad a los dos sexo como masculino y femenino, conocer sus diferentes actividades que realiza los turistas y las actividades que desarrollan con sus habilidades aprendidas.

En el estudio descriptivo se puede identificar las características del universo a investigar de acuerdo al objetivo planteado, en el que señalamos el tipo de descripción que se realizó. Además acudimos a la recolección de información, como la observación directa, las entrevistas y los cuestionarios.

Se revisó los informes y documentos elaborados por otros investigadores en el campo turísticos especialmente en planificación turística en otros sectores de la provincia de Santa Elena. Según (Paredes, 2009); considera: “que tiene el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar, y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre la cuestión determinada, basándose en documentos, libros o publicaciones”

2.3.3 Investigación Explicativa

Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético en conjugación con el deductivo y el inductivo se trata de responder o dar cuenta de los porqués del objeto que se investiga, es decir nos facilitó dar una mejor explicación de actividades realizadas.

2.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este puede dividirse en dos tipos principales de Campo o de Laboratorio. Que a su vez puede clasificarse en cuatro tipos principales:

2.4.1 Estudio Exploratorio

También conocido como estudio piloto, son aquellos que se investigan por primera vez o son estudios muy pocos investigados. También se emplean para identificar una problemática. Se utilizó este tipo de investigación para conocer de un modo generalizado las diferentes actividades que se desarrollan en la comunidad de Sinchal, especialmente las que no han sido conocidas o explotadas.

2.4.2 Estudio Descriptivo

Describen los hechos como son observados. Se describe los diferentes atractivos que se encuentra en la comunidad para dar a conocer e incluso con este estudio se puede mejorar la situación que se encuentran, para que los visitantes se informen de una mejor forma de donde viene la materia prima con que se elaboran, si es el caso de las artesanías o quien fue la persona que hizo posible que se innovara tal obra, Iglesia, miradores, u otro atractivos.

2.4.3 Estudios Correlacionales.

Estudian las relaciones entre variables dependientes e independientes, es decir el estudio entre dos variables. Que la relación de la investigación realizada tenga correlación con la actividad a realizar, la que nos orienta a que las acciones a seguir son en bien del desarrollo de la comunidad.

2.4.4 Estudio Explicativo

Este tipo de estudio busca el porqué de los hechos, estableciendo relaciones de causa- efecto. Es decir que este estudio nos orienta a dar una mejor indicación o explicación del porqué de la situación, dando una respuesta clara para que el lector pueda analizar e interpretar los resultados de dicho estudio

2.5 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se utilizó la siguiente metodología para la presente tesis haciendo que en la acción a seguir se tome en cuenta los lineamientos lógicos, normas, técnicas y procedimientos que en un trabajo de investigación se desee. Por esta razón tomando como muestra el siguiente cuadro de los métodos de investigación por (Celi, 2001)

CUADRO N° 3 Métodos de Investigación

	MÉTODO	DEFINICIÓN	CUANDO USAR	VENTAJAS	DESVENTAJAS
1	Histórico – Comparado	Método particular de investigación que estudia hechos del pasado en forma imparcial y crítica.	Cuando se estudia un problema del pasado y se lo delimita según nuestras posibilidades de investigación.	Estudia el pasado confrontándolo con el presente.	Las bibliotecas y archivos del país no tienen suficiente información recogida.
2	Descriptivo	Método particular que detalla los hechos del presente.	Cuando quiero estudiar hechos de actualidad	La información es más factible de conseguir por ser actual.	Puede ser superficial
3	Experimental	Método particular estudia hechos o fenómenos bajo condiciones especiales	Cuando el investigador buscar comprobar algún hecho o fenómeno que investiga	Investigador maneja a su criterio diversos variables.	Requiere de mayor inversión en tiempo y dinero
4	Inductivo	Método general que expone generalidades a partir de una conducta particular	Adecuado cuando lo voy a utilizar es muy amplio y extenso por lo que tomo muestras representativas y sus resultados se aplica a la generalidad	La inducción se fundamenta en la ley de la causalidad y la uniformidad de la naturaleza.	Es incompleta cuando se escogen al azar las investigaciones realizadas a un grupo
5	Deductivo	Método general que va de lo general a lo particular	De una premisa general llega por inferencia a una conclusión aplicable al caso individual.	Cuando no tengo suficiente información específica de lo que sucede en un lugar	Aplicar diagnósticos diferentes de realidades parecidas
6	Sintético	Realiza las conclusiones y recomendaciones hasta llegar a un informe final.	Al final de la tesis	Llega a un informe final	Se demora en hacer porque se debe terminar primero la tesis.

Fuente: Mitología de la investigación científica, (2001)

Elaborado por: (Celi, 2001)

2.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

El éxito de la investigación del presente estudio depende mucho de la calidad de información que se adquiera tanto de las fuentes primarias como de las secundarias, que se utilizó por su confiabilidad y validez en el proceso de estudio.

Así mismo con la aplicación de esta técnica se buscó la forma de obtener una información clara y específica que fue fundamentada por los artesanos y pobladores de la comuna Sinchal, de esta forma se pudo viabilizar la propuesta de elaborar el diseño de un plan estratégico .

2.7 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.7.1 Observación

La Observación permitió visualizar de forma directa la problemática que existe en el objeto de estudio. Por ello para (Bernal, 2010), considera que “la observación, es un proceso riguroso que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada”. De esta forma conocimos de cerca la realidad de la comunidad de Sinchal, obteniendo así, datos pertinentes que tengan relación directa con el problema de investigación, para definir que se quiere observar y cuáles serían los posibles resultados.

2.7.2 Entrevista

Es un texto expositivo para recabar información en forma verbal la que se recoge del dialogo mantenido por dos personajes (entrevistado y entrevistador) del que se quiere dar a conocer su forma de pensar o de actuar especialmente del entrevistado para obtener la opinión o el punto de vista acerca de hechos diversos.

Las entrevistas fue planteadas al cabildo y a los presidentes de cada barrio con la finalidad de dialogar sobre varios aspectos vinculados al avance de la comunidad, dentro del planteamiento de preguntas consultamos sobre el desarrollo de proyectos en estos últimos años, la necesidad de contar con un plan estratégico, como se encuentra organizado turísticamente esta comunidad, que se necesita para

mejorar que si estaría dispuesto a asistir a reuniones en bien del desarrollo turístico. Sus autoridades coincidieron en que la comuna ha logrado un avance significativo en estos últimos dos años gracias a la gestión del presidente y más miembros. El interés de instituciones privadas de ayudar a los más necesitados es otro de los factores que ha logrado impulsar a todo el sector.

2.7.3 Encuesta

Luego de la respectiva elaboración, las encuestas se aplicaron a los habitantes de la comunidad de Sinchal entre jóvenes, adultos, hombres y mujeres y personas de la tercera edad; e incluso a los turistas locales y extranjeros que visitan a los balnearios cerca a esta población, sobre todo el balneario de la comunidad de Ayangue y el acuario Valdivia. Cabe recalcar que muchas personas no se encontraban disponibles para contestar dichas preguntas.

(Paredes, 2009), considera: “Una técnica que a través de preguntas sirve para recabar información acerca de las variables; medir opiniones, conocimientos y actitudes de las personas”. En base a esto, se podrá conocer las opiniones de las personas en relación al tema propuesto. En la investigación se realizarán dos encuestas, una para los turistas y otra para los habitantes o artesanos de la comunidad de Sinchal, de esta forma se obtendrá mejores resultados para el proyecto. En la manifestación de Paredes es aquella técnica que hace posible integrar información por medio de opiniones o de su diario vivir en su residencia.

2.8 POBLACIÓN Y MUESTRA

Con el apoyo de la comuna de Sinchal, los dirigentes de los diferentes Barrio, se realizó el respectivo levantamiento de información.

2.8.1 Población

La población se define como el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas, que se deben de considerar para que el objeto de estudio brinde los resultados esperados; (Bernal, 2010); considera que la “población debe realizarse a partir de los siguientes términos: elementos, unidades de muestreo, alcance y tiempo”

2.8.2 Muestra

La muestra se toma en base a la información tomada, para los visitantes o turistas se le tomó de acuerdo a las personas que visitaron la provincia de Santa Elena, y para los pobladores se tomó del número de personas que viven en la comuna Sinchal.

Para definir el Universo de estudio se toma en cuenta la comunidad de Sinchal, a través del Censo Poblacional realizado por la Comuna Sinchal, con el apoyo del consejo de jóvenes y la Coordinación de la Secretaria Nacional de Gestión de Riesgo, e incluso se tomó como campo de análisis a los turistas que visitaron la zona norte de la provincia de Santa Elena, en especial del Balneario de Ayangue y el Acuario Valdivia por encontrarse cerca de la comunidad de Sinchal y por consiguiente a las diferentes autoridades de la comunidad y ONG de la Provincia de Santa Elena.

El tamaño de la muestra es una parte representativa de la población o universo que está constituida de propiedades particulares de la población. Por lo tanto para este estudio se determinó con la siguiente, fórmula.

CUADRO N° 4 Población

SEGMENTACIÓN	CANTIDAD
Turistas	2.030
Población	867
Autoridades de turismo y Gongs	15
TOTAL	2.912

Fuente: Población a diagnosticar (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Para extraer el tamaño de la muestra utilizamos la fórmula (Canavos , 1988):

$$n = \frac{(N) (P.Q)}{(N-1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + P.Q}$$

Dónde:

n= muestra

N= universo o población

P.Q= Constante de varianza 0,5 x 0.5

e= margen de error 0.05

z= Constante de corrección de error 1.96

TURISTAS

$$n = \frac{(2.030) (0,25)}{(2.030 - 1) \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0,25)}$$

N=323,163321 = 323

POBLACIÓN

$$n = \frac{(867) (0.25)}{(867-1) \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.25)}$$

N=266,419274 = 266

Que equivale a que la muestra para el presente estudio quede estructurado de la siguiente forma.

CUADRO N° 5 Muestra

SEGMENTACIÓN	CANTIDAD	INSTRUMENTOS
Turistas	323	Encuestas
Población	216	Encuestas
Autoridades de turismo y Gongs	15	Entrevista
TOTALES	554	

Fuente: Resultados de formula (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

2.8 Procedimientos de la Investigación

Para la realización del tema de tesis y el proceso de la investigación se siguió con el siguiente cronograma de actividades. Se estableció las tutorías en sesenta horas distribuida de la siguiente manera, en dos semanas se estructuró el anteproyecto, en la que verificó los problemas o situación de la comuna Sinchal

CUADRO N° 6 Cronograma de tutorías

	AÑO 2013																								TOTAL
	AGOSTO		SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE		ENERO		FEBRERO						
	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30										
Horas dedicadas																									60
Actividades																									
Estructura del anteproyecto																									8
Cap. 1 marco teórico																									8
Cap. 2 metodología de la investigación																									16
Cap. 3 análisis e interpretación de resultados																									8
Cap. 4 propuesta																									12
Revisión Final y sustentación																									8
																									60

Fuente: Cronograma de tutoría, UPSE (2013)
Elaborado por: Universidad Estatal Península de Santa Elena

Para así plantean el tema plan estratégico de desarrollo turística para la comunidad de Sinchal año 2013; en el segundo momento se realizó la investigación del marco teórico, de las dos variable que se consideró en la propuesta, la variable independiente PLAN ESTRATÉGICO, y su variable independiente DESARROLLO TURÍSTICO, que se empleó terminó que es el turismo, clases de turismos, recursos, productos, ofertas turísticas y el PLANDETUR 2020; en el tercer momento se realizó la metodología de la investigación, en la que se manifiesta las diversas metodología que se utilizó en el desarrollo del tema de tesis; en el cuarto momento se realizó el análisis e interpretación de los resultados realizados por medio de las encuestas y entrevistas realizados en a los turistas y a los moradores de la comunidad de Sinchal; en el siguiente momento se dio la propuesta sobre el diseño de un plan de desarrollo turístico para la comuna Sinchal, y al final se dio la revisión final y sustentación de la tesis propuesta.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 ENCUESTA REALIZADAS A LOS TURISTAS QUE VISITARON LA ZONA NORTE EN EL AÑO 2013.

Objetivo General.

Conocer el nivel de aceptación de los turistas a cerca de los atractivos y servicios turísticos que posee la provincia de Santa Elena, con la finalidad de establecer por una parte la necesidad que presentan los turistas al visitar nuestro sector y el nivel de satisfacción que estos generan.

Objetivos específicos.

- ✓ Identificar a frecuencia de los turistas la zona y su nivel de aceptación de las bondades turísticas que presenta la provincia.
- ✓ Identificar los atractivos y servicios más visitados por los turistas y su tiempo promedio de estadía
- ✓ Identificar las necesidades de los turistas hacia los atractivos naturales, artesanales, agrícolas y culturales que son desconocidos por falta de promoción.

Diseño de la encuesta

La encuesta contiene preguntas de dos tipos:

- ✓ Preguntas cerradas, en este caso el encuestado podrá responder SI o NO
- ✓ Preguntas de selección múltiple. En este caso el encuestado puede elegir su respuesta entre varias alternativas.

1.- Sexo de los visitantes

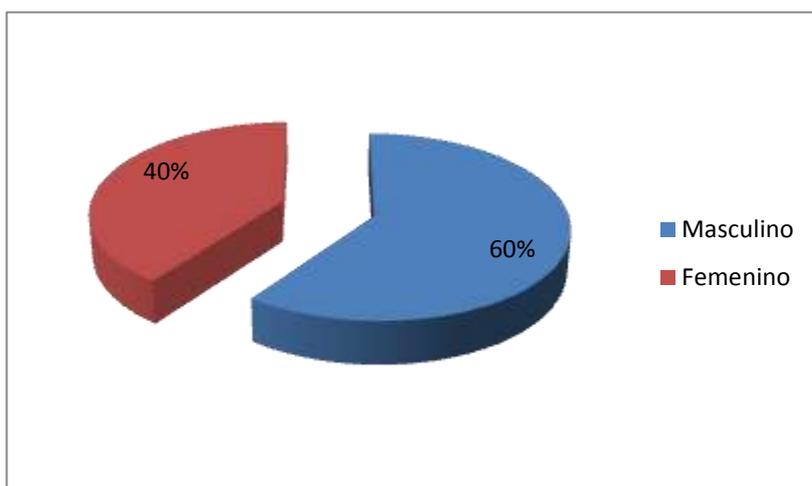
TABLA N° 1 Sexo

ALTERNATIVAS	F	%
Masculino	194	60
Femenino	129	40
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 1 Sexo



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

En el trabajo de investigación realizado a los turistas, que visitaron la zona norte de la península de Santa Elena durante el año 2013, se evidenció que existe un porcentaje en mayor número del género masculino que visitaron nuestro balneario: un 60% corresponde al género masculino y la diferencia al género femenino. Se puede considerar que la presencia de género masculino, que a pesar de venir a disfrutar la maravillas de nuestros sectores, se observó que existe el interés de conocer otras actividades que se desarrollan en las comunidades como el conocer la forma de la elaboración de sus diferentes productos. En el diálogo con estas personas manifestaron lo hermosos paisajes que posee nuestra provincia, que se sienten atraído por su amabilidad de sus personas y de la atención brindada.

2.- Edad de los visitantes

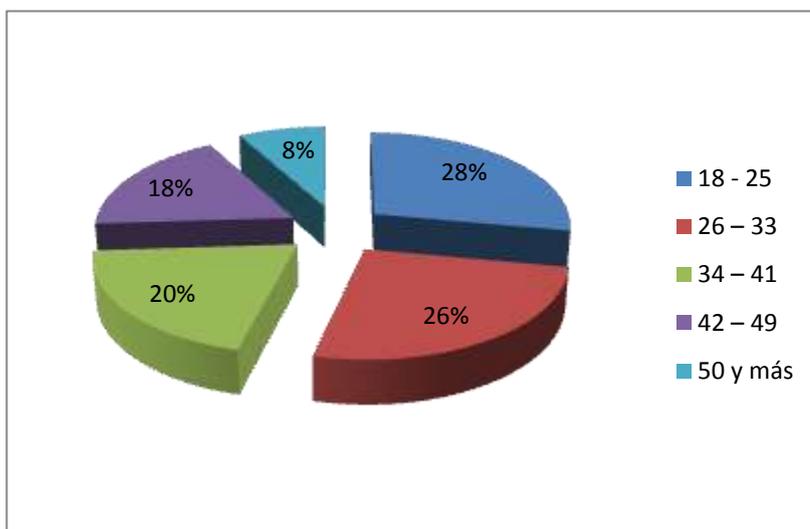
TABLA N° 2 Edad

ALTERNATIVAS	F	%
18 – 25	90	28
26 – 33	84	26
34 – 41	65	20
42 – 49	58	18
50 y más	26	8
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 2 Edad



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Según los datos recopilados en el trabajo campo se determinó que la edad promedio de los visitantes en estos destinos oscila entre los 18 a 33 años, es decir un público joven que corresponde a un 54%, mientras que un 20% de los visitantes posee edades entre los 34 a 41 años y un 18% le correspondió a edades superiores a los 42 a 49 años, mientras que un 8% restante ocupan las edades de 50 años en adelante, que son las personas jubiladas. Estos resultados muestran que la oferta de mercado de visitantes a los balnearios es el segmento joven - adulto, con gustos y tendencias de consumo propias de su edad.

3.- Procedencia de los visitantes

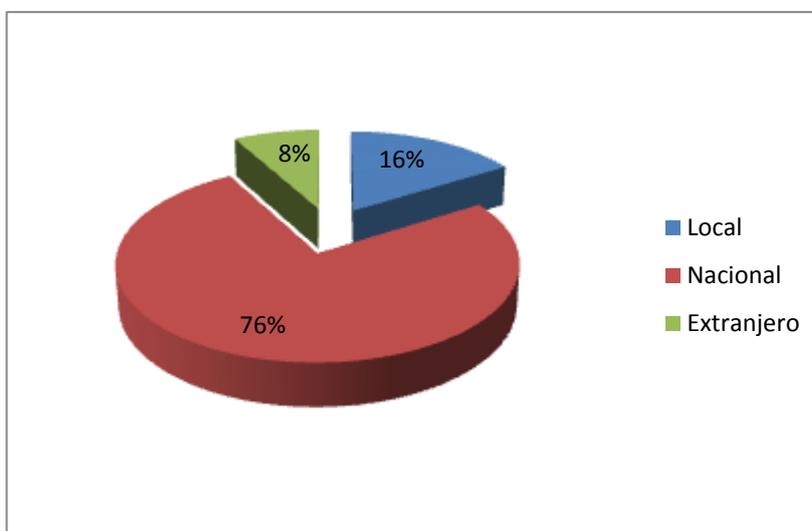
TABLA N° 3 Procedencia

ALTERNATIVAS	F	%
Local	52	16
Nacional	245	76
Extranjero	26	8
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 3 Procedencia



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

De acuerdo a la muestra tomada a los visitantes sobre su lugar de procedencia se obtuvieron los siguientes resultados: el 76 % de los turistas corresponde al nacional, seguida por los visitantes de origen local con un porcentaje de 16% respectivamente y 8%, corresponden a los turistas internacionales. La gran mayoría de los turistas provenían de ciudades como: Guayas, Los Ríos, Quito, Ambato, Cuenca entre otras especialmente de la ciudad de Guayaquil. Se puede analizar la importancia que tienen las personas que visitan la provincia de Santa Elena, a disfrutar de los atractivos que se oferta, especialmente en la zona norte. Los turistas que visitaron fueron de las provincias vecinas, que por estar en feriado aprovechan disfrutar con sus familias.

4.- Profesión de los visitantes

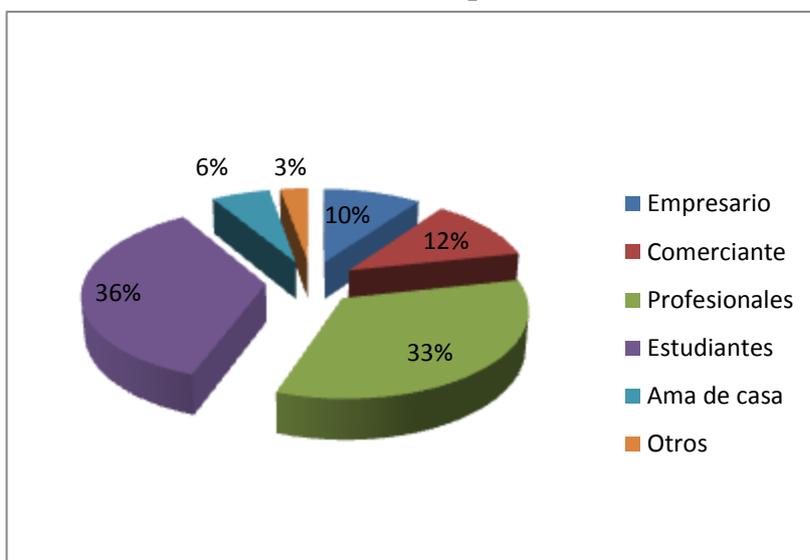
TABLA N° 4 Profesión

ALTERNATIVAS	F	%
Empresario	32	10
Comerciante	38	12
Profesionales	109	34
Estudiantes	116	36
Ama de casa	19	6
Otros	9	3
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 4 profesión



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

De acuerdo al estudio realizado se obtuvieron las siguientes respuestas en cuanto a la ocupación: un 36% son estudiantes; el 12% son comerciantes; el 10% de ellos son profesionales; un 6% son amas de casa y un 3% restante perciben sus ingresos en bases otras actividades que no están definidas (jubilados). Si se analiza las respuestas de los encuestados se obtiene que las personas buscan un destino para vacacionar, son personas con ingresos económicos medios y siempre están inclinada a gastar en función de lo que pagan por el servicio que reciben.

5.- ¿Qué le motivó a realizar el viaje a este balneario?

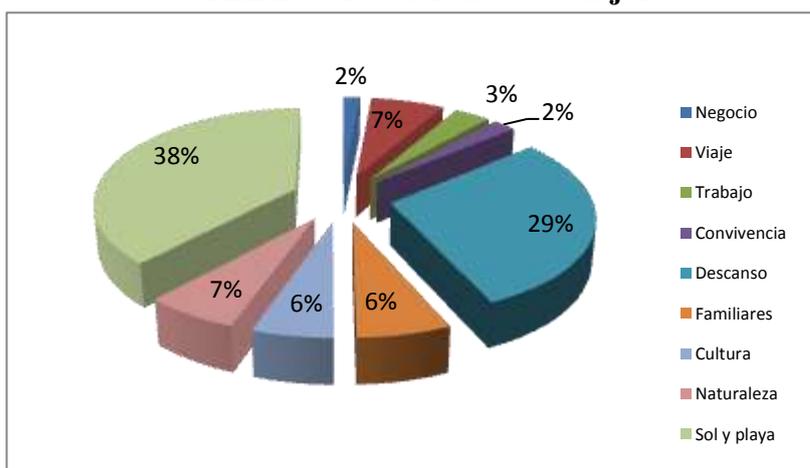
TABLA N° 5 Motivos de viajar

ALTERNATIVAS	F	%
Negocio	5	2
Viaje	22	7
Trabajo	11	3
Convivencia	7	2
Descanso	95	29
Familiares	21	6
Cultura	18	6
Naturaleza	21	7
Sol y playa	123	38
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 5 Motivos de viajar



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Durante la consulta que se realizó a los visitantes sobre el motivo del viaje de los encuestados se determinó que el 38% de ellos se movilizó en la visita a la provincia de Santa Elena fue de sol y playa; el 29% su visita fue por descanso, mientras que el 33% de ellos se movilizó por múltiples razones entre ellos negocios, trabajo, visita a familiares, entre otros. Esto refleja la tendencia de la demanda por utilizar estos espacios de tiempo para disfrutar de un turismo familiar y amigos. El motivo de visitar la provincia de Santa Elena, a pesar de que la mayoría de las personas vinieron por descanso, pero se lo pasaron divertidos.

6.- ¿Con quién visita usted esta comunidad?

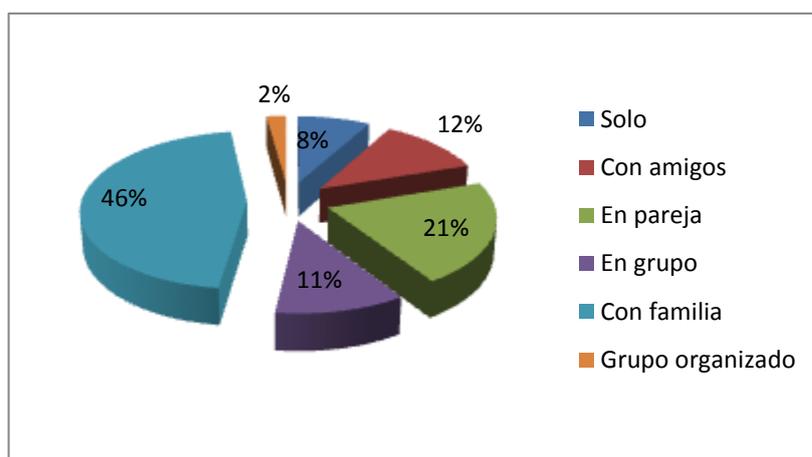
TABLA N° 6 Acompañante de viaje

ALTERNATIVAS	F	%
Solo	26	8
Con amigos	38	12
En pareja	68	21
En grupo	36	11
Con familia	148	46
Grupo organizado	7	2
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 6 Acompañante de viaje



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Dentro del trabajo de campo realizado y de acuerdo a la interrogante de qué manera viaja los encuestados respondió que un 46 % de los visitantes lo hace en familia; 21% viaja en pareja; 12 % con amigos y un porcentaje restante lo hace de manera individual, organizado. El segmento que reciben los destinos turísticos estudiados lo componen en su mayoría grupos de familias con niños, aunque también hay grupos de parejas y matrimonios, por lo que son los que más destacan la posibilidad de viajar en familia, niños incluidos, valorando también mucho la compañía de los amigos.

7.- ¿Cuánto tiempo de permanencia estará en la provincia de Santa Elena?

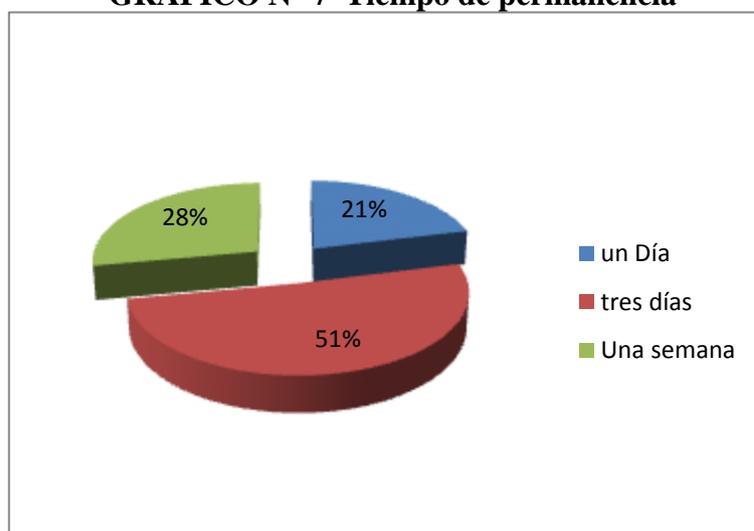
TABLA N° 7 Tiempo de permanencia

ALTERNATIVAS	F	%
un Día	68	21
tres días	164	51
Una semana	90	28
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 7 Tiempo de permanencia



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Durante el trabajo investigativo ejecutado a los visitantes, los consultados sobre sus gustos y preferencias al momento. Cuando se le preguntó a los visitantes acerca del tiempo que permanecerían durante su permanencia en la provincia mientras dura su estadía, ellos respondieron de la siguiente manera: en un 51% que se quedarían más de tres días, en un 28% que se quedarían una semana; y un 21% que sólo un día. Esto refleja el impacto generado a consecuencia del feriado en la disponibilidad y uso del tiempo libre hacia otros destinos habituales.

8.- ¿En la parte turística, observa usted un buen desenvolvimiento de los involucrados?

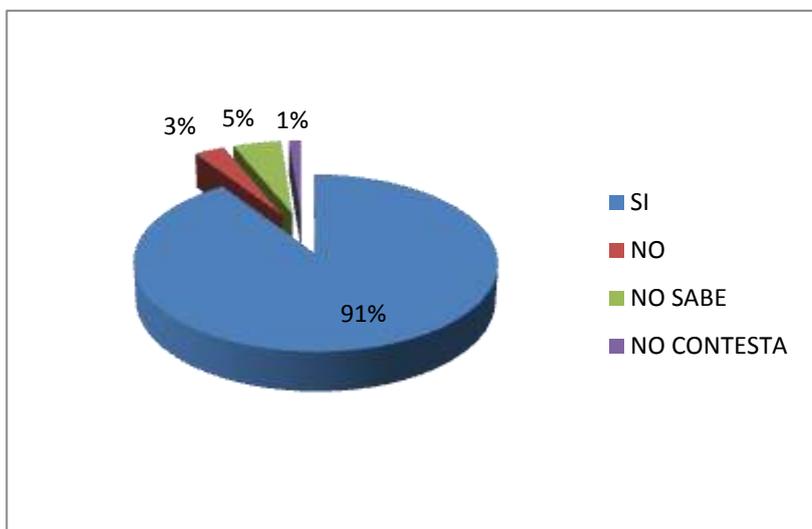
TABLA N° 8 Desenvolvimiento de los involucrados

ALTERNATIVAS	F	%
SI	293	91
NO	10	3
NO SABE	16	5
NO CONTESTA	4	1
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 8 Desenvolvimiento de los involucrados



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

De acuerdo a la muestra tomada en el trabajo de campo los encuestados respondieron que un 91 % de los visitantes manifestaron que las personas que brindan sus servicios son personas que aman lo que hacen; un 5% no sabe a esta pregunta; el 3% manifestó que no por la falta de conocimientos en algunas actividades y el 1% no contestó. Se considera que las personas que visitan las comunidades de la provincia se sienten a gusto por la atención recibida.

9.- ¿Cree usted que en las comunidades le hace falta las aplicaciones de planes estratégicos?

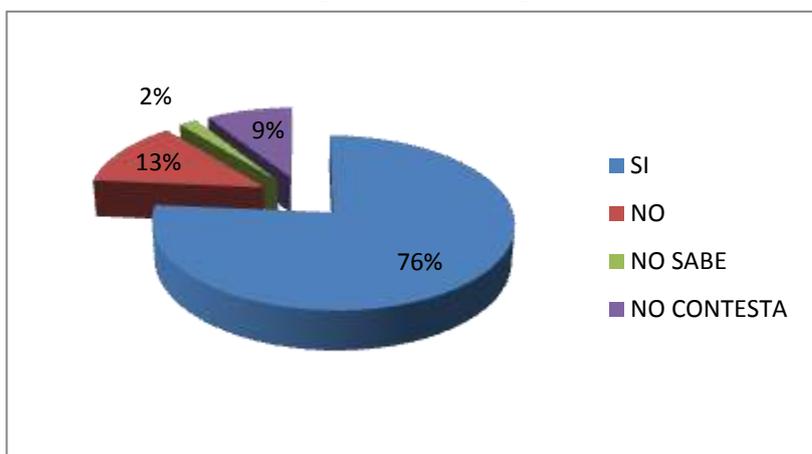
TABLA N° 9 Falta de aplicaciones de planes en las comunidades

ALTERNATIVAS	F	%
SI	246	76
NO	41	13
NO SABE	6	2
NO CONTESTA	29	9
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 9 Falta de aplicaciones de planes en las comunidades



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Cuando se consultó a los encuestados sobre la falta de aplicación de un plan estratégico en las comunidades, los consultados mencionaron: en un 76% respondieron que si es necesario contar con dicho plan el cual mejorará los espacios que no se están desarrollando, el 13% manifestaron que no era necesario porque se regularía muchas actividades que se han venido ejecutando, el 9% se limitó a no contestar y el 2% no conoce acerca del tema planteado. Por la interpretación recibida se puede decir que si es de mucha importancia la creación de un diseño de un plan estratégico.

10.- ¿Con la aplicación de un plan estratégico potenciará las actividades turísticas en las comunidades?

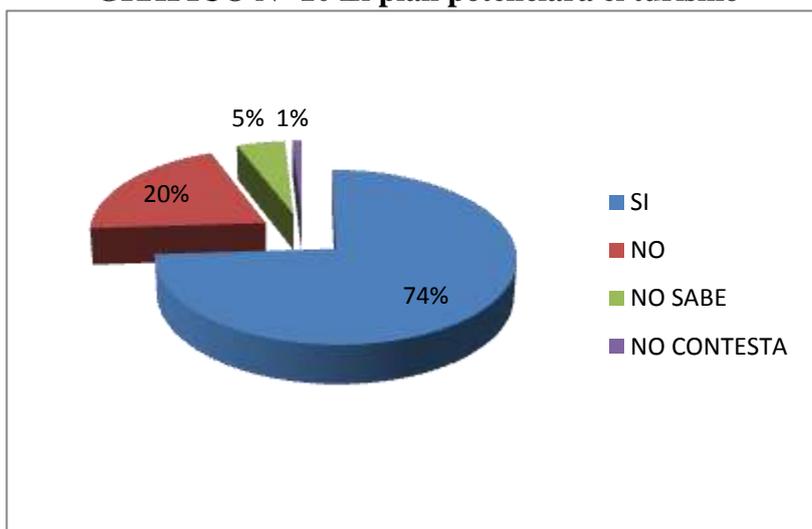
TABLA N° 10 El plan potenciará el turismo

ALTERNATIVAS	F	%
SI	239	74
NO	65	20
NO SABE	16	5
NO CONTESTA	3	1
TOTAL	323	100

Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 10 El plan potenciará el turismo



Fuente: Encuesta aplicada a turistas (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

A los visitantes se les consultó su opinión acerca de la aplicación de un plan estratégico que si ésta potenciará las actividades turísticas, a lo que un 74% de los encuestados manifestaron que si puede mejorar; un 20 % plantea que a veces no se ejecuta estas actividades; el 5% no sabe del tema tratado y el 1% no contesta a esta pregunta. Lo que da a conocer que muchas personas no conocen a profundidad del tema planteado.

3.2 ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD DE SINCHAL.

Objetivo General

Investigar el conocimiento de los pobladores a cerca de los atractivos y servicios turísticos que posee la comunidad de Sinchal, con la finalidad de establecer por una parte sus dificultades y por otra, sus potencialidades turísticas que este pueda generar en beneficio de la comunidad.

Objetivos Específicos.

- ✓ Identificar el nivel de conocimiento de los pobladores a cerca de los atractivos y servicios turísticos de la comunidad
- ✓ Identificar el grado de aceptación de la comunidad para vincularse en la actividad turística, convertirse en actores directo de la misma y generar ingresos en los diferentes sectores productivos.
- ✓ Identificar si los pobladores están conscientes de la importancia de la actividad turística para su desarrollo socioeconómico.
- ✓ Identificar la oferta turística de provincia y su situación actual con relación a la actividad turística.

Diseño de la encuesta.

La encuesta contiene preguntas de dos tipos:

- ✓ Preguntas cerradas, en este caso el encuestado podrá responder SI o NO
- ✓ Preguntas de selección múltiple. En este caso el encuestado puede elegir su respuesta entre varias alternativas.

1.- Sexo de los habitantes

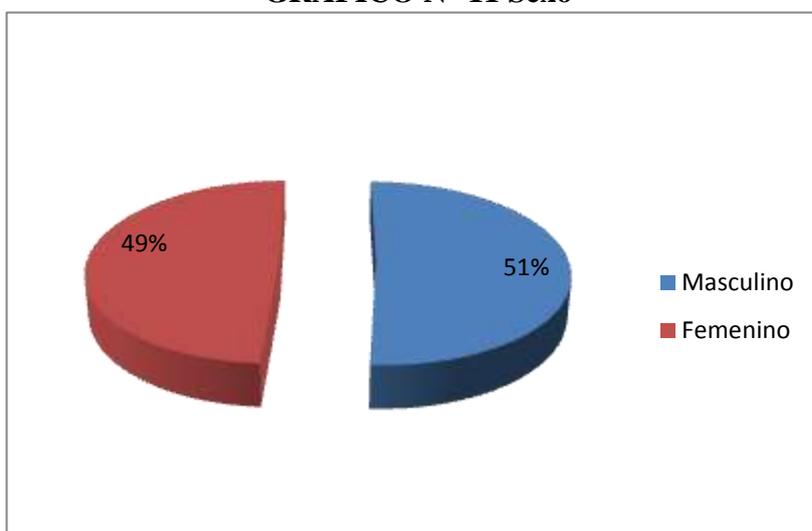
TABLA N° 11 Sexo

ALTERNATIVAS	F	%
Masculino	110	51
Femenino	106	49
TOTAL	216	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 11 Sexo



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

En la encuesta realizada en la comunidad de Sinchal, conociendo la expectativa y el proyecto y hacer de esta comunidad un destino turístico se cuestionó a 216 personas donde el 51% fueron sexo masculino y el 49% se la realizó al sexo femenino, donde se puede visualizar que en esta población no hay diferencia de géneros y son personas activas que desean el progreso de su comuna. Se le realizó unas encuestas al jefe de familia, porque dentro de la misma existen otras familias pero viven la misma realidad, por lo que se empleó. Es la razón que en la comuna hay algunas casas que sucede estos casos y en otras que la casa están abandonada.

2.- Edad de los habitantes

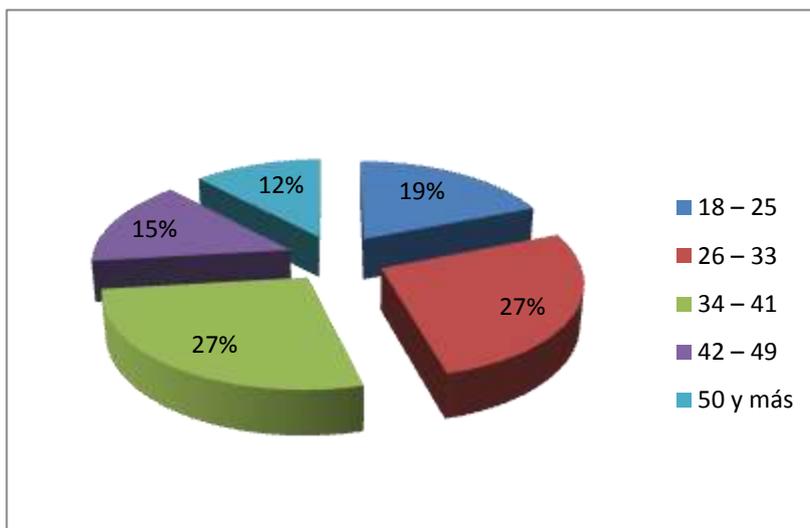
TABLA N° 12 Edad.

ALTERNATIVAS	F	%
18 – 25	41	19
26 – 33	58	27
34 – 41	59	27
42 – 49	32	15
50 y más	26	12
TOTAL	216	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 12 Edad



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

De la muestra encuestadas, el 27% está en el la edad de 26 a 41 años; el 19 % es para la edad de 18 a 25 e decir a las familias jóvenes; el 15% comprendida a las personas de edad de 42 a 49 y por último se consideró a los adultos mayores con un 12 % a los comprendidos en la edad de 50 y más. Se considera que el mayor porcentaje de la generación económica se encuentra en las personas de 26 a 41 años en esta comunidad de Sinchal. La juventud cada vez va creciendo y se están preparando con nuevas ideas para el desarrollo de la comuna Sinchal.

3.- Actividades económicas de los habitantes

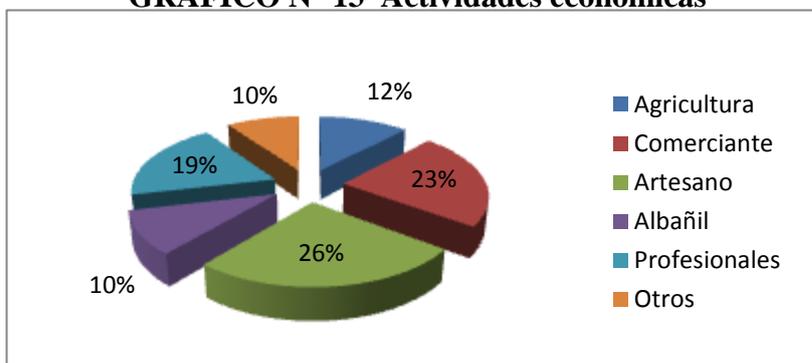
TABLA N° 13 Actividades económicas

ALTERNATIVAS	F	%
Agricultura	26	12
Comerciante	50	23
Artesano	56	26
Albañil	22	10
Profesionales	41	19
Otros	21	10
TOTAL	369	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 13 Actividades económicas



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

En la investigación realizada se puede ver que el 26% se dedican a las diversas actividades artesanales como los carpinteros, costureros por tener un centro artesanal, y a estos se unen a las mujeres que se dedican a la creación de sombreros con diferentes modelos; el 23% se dedican al comercio este se consideró a las personas que se dedican a vender víveres (tienda), las personas que se dedican a vender mariscos, el grupo de mujeres que crían pollo y luego venderlo por libras; el 19% son profesionales, en este grupo se consideró a los profesores y choferes profesionales que conducen las unidades de la cooperativa 2 de noviembre; el 12% se dedican a la agricultura la siembra de cultivo de ciclo corto y otros que se dedican a la cosecha de limón; el 10% de los encuestados son albañil y el otro 10% se dedican a otras actividades.

4.- ¿Cuál de estos atractivos usted conoce?

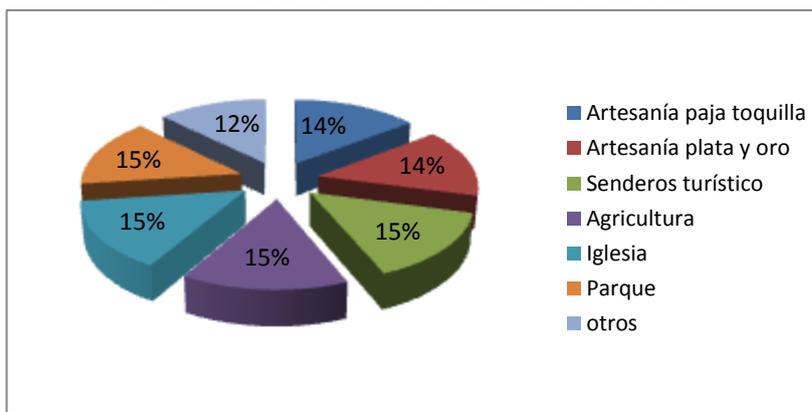
TABLA N° 14 Atractivos turísticos

ALTERNATIVAS	F	%
Artesanía paja toquilla	216	15
Artesanía plata y oro	216	15
Senderos turístico	216	15
Agricultura	216	15
Iglesia	216	14
Parque	216	14
Otros	186	12
TOTAL	1482	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 14 Atractivos Turísticos



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

En este cuestionamiento, la comunidad respondió en un 100% que si conocen los atractivos en la comuna Sinchal, e incluso pusieron en manifiestos que no solo son estos los atractivos de la comunidad hay que resaltar otros aspectos, como es la gastronomía y otros artesanos que a pesar de estar en la comunidad y no se ha considerado valor a su actividades realizada como son la artesanía en estaca y de cacho de vaca. Otros manifestaban que el cementerio es un mirador extraordinario donde se puede divisar toda la comunidad de Sinchal.

5.- ¿Considera usted que los atractivos están de acuerdo a los visitantes?

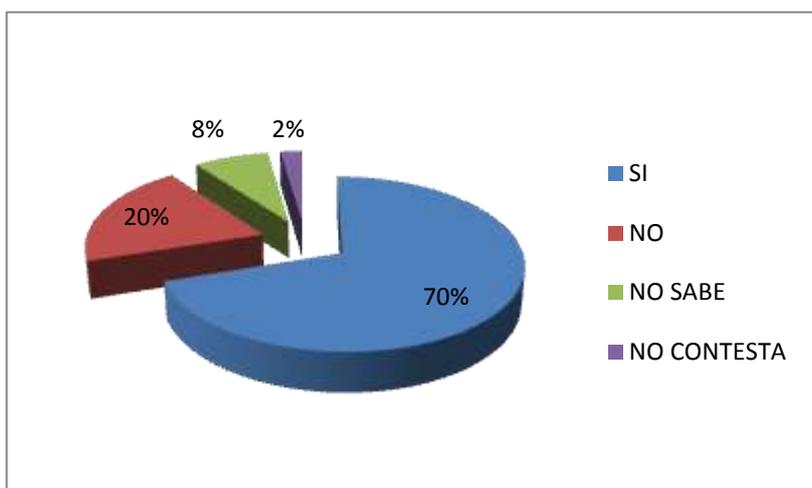
TABLA N° 15 ¿Están de acorde los atractivos?

ALTERNATIVAS	F	%
SI	151	69
NO	43	19
NO SABE	17	8
NO CONTESTA	5	4
TOTAL	216	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 15 ¿Están de acorde los atractivos?



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Se le cuestionó a los moradores de la comunidad de Sinchal, que si consideran que los atractivos están de acorde a los visitantes, el 69% respondió que sí, el 19% respondió que no porque se necesita mejorar algunos campos como la gastronomía y hospedería en la comunidad, el 8% no supo responder esta pregunta y el 4% no contestó a esta pregunta. En conclusión se puede decir que la actividad turística e incluso debería seguir mejorando la idea de hacer este sitio turístico para los turistas que visiten este lugar.

6.- ¿Considera usted que Sinchal puede llegar a ser un lugar netamente turístico?

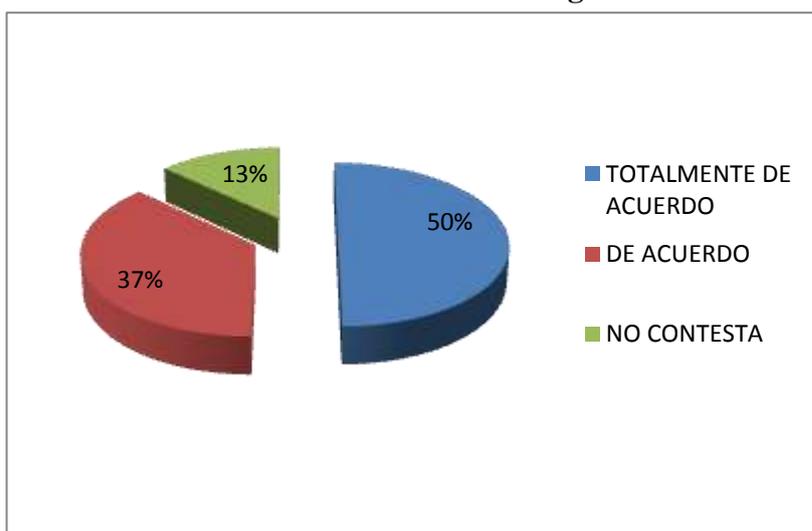
TABLA N° 16 Sinchal es un lugar turístico

ALTERNATIVAS	F	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	108	50
DE ACUERDO	80	37
NO CONTESTA	28	13
TOTAL	216	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 16 Sinchal es un lugar turística



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Siguiendo con el cuestionamiento a la población se le pregunta si está de acuerdo que esta comuna pueda llegar a ser netamente turística donde un 50% responde que si está totalmente de acuerdo que si puede ser, un 37% considera que puede que se considere y solo un 13% no contesta a esta pregunta. Se pudo determinar que los habitantes especialmente a los artesanos le gustaría que este sector sea considerado y visitado por los turistas que visitan la provincia.

7.- ¿Cómo considera usted la aplicación de un diagnóstico al entorno de la comuna?

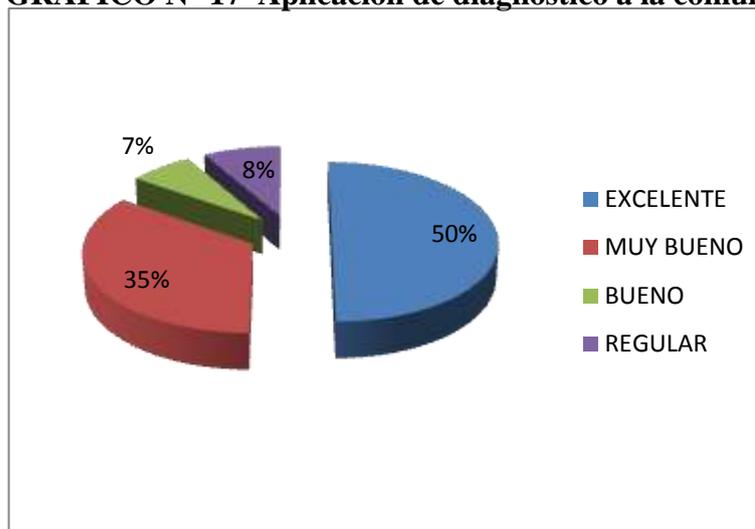
TABLA N° 17 Aplicación de diagnóstico a la comuna

ALTERNATIVAS	F	%
EXCELENTE	108	50
MUY BUENO	75	35
BUENO	15	7
REGULAR	18	8
TOTAL	216	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 17 Aplicación de diagnóstico a la comuna



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, 2013

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá, 2013

En la siguiente pregunta sobre la consideración a la aplicación de un diagnóstico en el entorno de la comunidad el 50% lo consideró excelente en el sentido de que ya es el momento de empoderar en el campo turístico, el 35% le consideró como muy bueno, el 7% Bueno y el 8% le considera como regular por no saber del turismo.

8.- ¿Sabe usted si la comuna Sinchal cuenta con un plan estratégico de desarrollo turístico?

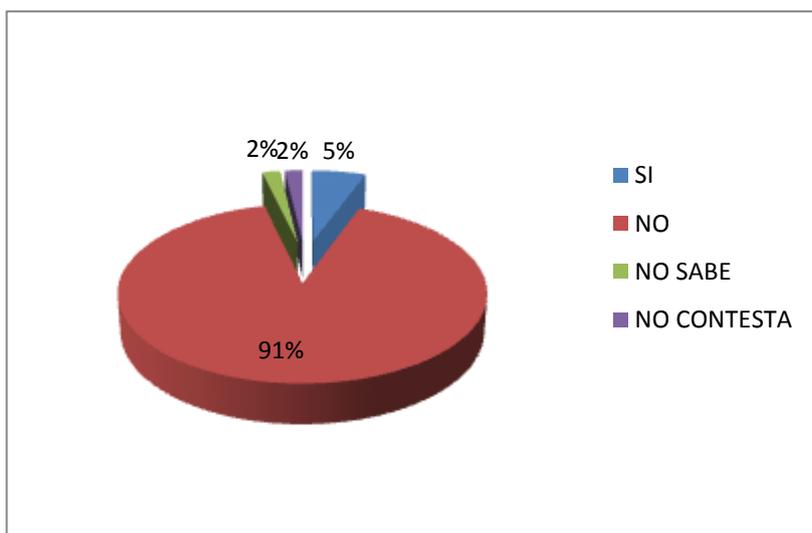
TABLA N° 18 Sinchal cuenta con un Plan

ALTERNATIVAS	F	%
SI	12	5
NO	196	91
NO SABE	4	2
NO CONTESTA	4	2
TOTAL	216	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 18 Sinchal cuenta con un Plan



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Se le preguntó a las persona que si existe en la comunidad un plan de desarrollo turístico donde el 91% respondió que no existe uno, el 5% respondió que sí existe de algún estudiante que desarrolló pero no se encuentra seguro y el 2% no sabe y no contesta a esta pregunta. Se ve la necesidad de implementar un plan de desarrollo turístico en esta comunidad para mejor el campo turístico.

9.- ¿Está usted de acuerdo que exista un plan de desarrollo turístico?

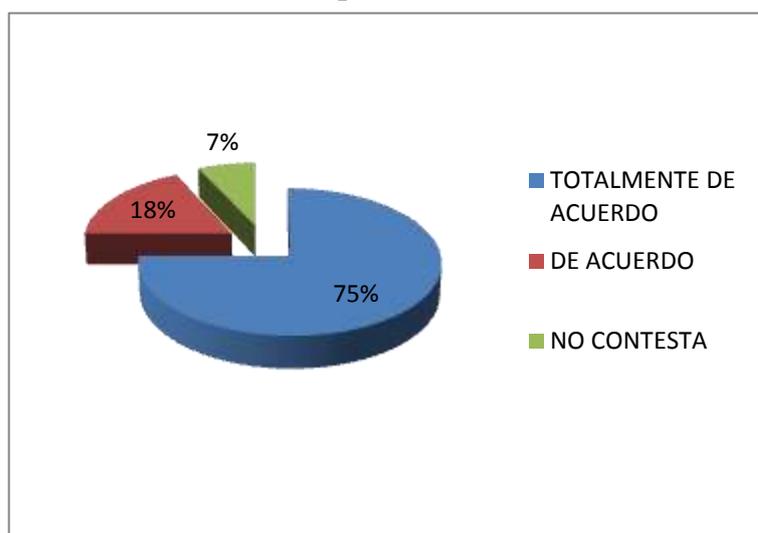
TABLA N° 19 Desea que exista un Plan de desarrollo

ALTERNATIVAS	F	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	162	75
DE ACUERDO	39	18
NO CONTESTA	15	7
TOTAL	216	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 19 Desea que exista un Plan de desarrollo



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Se le preguntó sobre la importancia de contar con un plan estratégico, donde el 75% respondió que está totalmente de acuerdo que se realice dicho plan, el 18% respondió de acuerdo pero un poco inseguro de su respuesta y un 7% no contestó a este cuestionamiento. Los habitantes de esta comuna opinan que ya es hora de darnos a conocer por nuestras habilidades ancestrales y conocimientos adquiridos, somos un pueblo que se siente cada día más motivado por las actividades realizadas e incluso las ferias donde se tiene la visita de persona de otros lugares.

10.- ¿Piensa usted que la aplicación de un plan estratégico fortalecerá el aspecto turístico de esta comunidad?

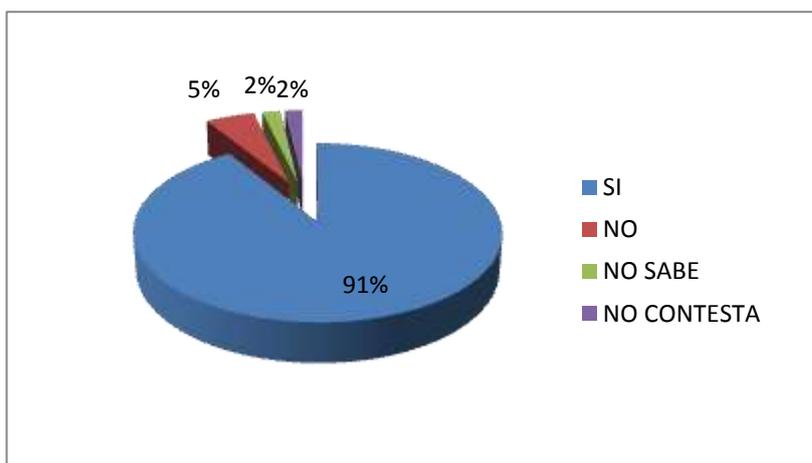
TABLA N° 20 Plan Estratégico fortalecerá el turismo

ALTERNATIVAS	F	%
SI	197	91
NO	11	5
NO SABE	4	2
NO CONTESTA	4	2
TOTAL	216	100

Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 20 Plan Estratégico fortalecerá el turismo



Fuente: Encuesta realizadas a los habitantes de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Para fortalecer este planteamiento se le preguntó sobre la disponibilidad para que la comunidad apoye a la realización y ejecución del mismo, el 91% está dispuesto a apoyar a realizar esta actividad, un 5% respondió que no por sus ocupaciones y el 2% que respondió que no sabe y los otros que no contestaban. Es necesario conocer y opinar sobre las necesidades que hace falta en nuestra comunidad lo que impulsa a participar en reuniones para apoyar y gestionar en los proyecto de turismo en la comunidad.

3.3 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS MIEMBROS DEL CABILDO Y DIRIGENTES DE LA COMUNA SINCHAL.

1.- ¿Cree usted qué la comunidad de Sinchal puede ser un destino turístico?

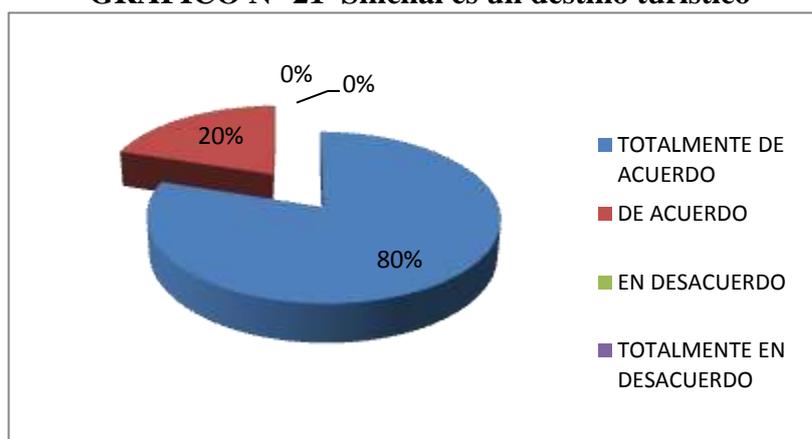
TABLA N° 21 Sinchal es un destino turístico

ALTERNATIVAS	F	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	12	80
DE ACUERDO	3	20
EN DESACUERDO	0	0
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 21 Sinchal es un destino turístico



Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

En la entrevista realizada el 80% de los entrevistados están totalmente de acuerdo que la Comunidad de Sinchal puede ser un destino turístico, y un 20% determina que le hace falta en mejorar en algunos aspectos que los tienen las comunidades vecinas, el no tener lugares donde los turistas puedan servirse o degustar los platos típicos de esta comunidad, e incluso no contar con un sitio para hospedar a los invitados, pero no se pierde la esperanza de que Sinchal puede ser un lugar atractivo y los turistas que visitan la provincia de Santa Elena no dejen de visitarnos.

2.- ¿Tienes Usted alguna Estrategia para mejorar el Turismo en esta Comunidad?

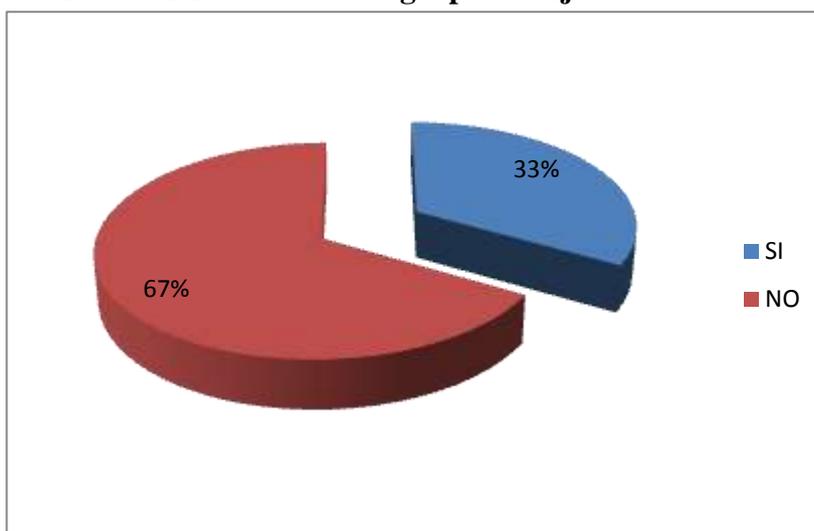
TABLA N° 22 Estrategia para mejorar el turismo

ALTERNATIVAS	F	%
SI	5	33
NO	10	67
TOTAL	15	100

Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 22 Estrategia para mejorar el turismo



Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Con respecto a esta interrogante el 33% respondió que si tiene la idea o estrategia para mejorar el turismo en esta comunidad, cuando se nos proporcionó el mini centro de interpretación como la puerta al turismo, el cabildo comunal junto con otros entes seccionales se plantean en ejecutar proyectos que sean de carácter turístico, el crear un centro para parapente, el realizar una tarabita e incluso se había pensado en mejorar el mirador que fue destruido por factores climáticos de los últimos inviernos y el pase de animales por el sector.

3.- ¿Cree usted que la promoción y la publicidad son medios necesario para que la comunidad se dé a conocer?

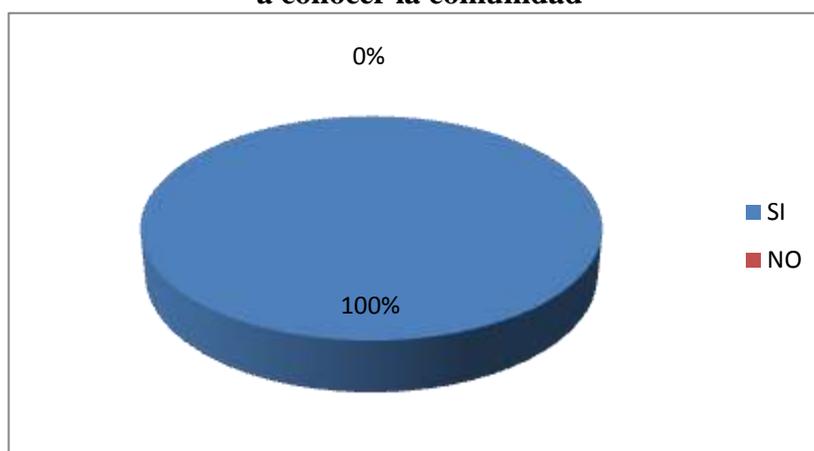
TABLA N° 23 La promoción y publicidad son medios necesario para dar a conocer la comunidad

ALTERNATIVAS	F	%
SI	15	100
NO	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 23 La promoción y publicidad son medios necesarios para dar a conocer la comunidad



Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Son dos actividades primordiales para que el turismo de nuestra comunidad se dé a conocer e incluso que sean observadores que somos ancestrales en todas las actividades realizadas en la zona. Es necesario recalcar que a pesar de no ser visitados por los turistas, esta comunidad contiene la materia prima de algunos productos que se elaborados en otros lugares. Es necesario concienciar a las personas que con sus actividades que realizan pueden hacer mejorar el nivel de visita a nuestra comunidad.

4.- ¿Usted cree que la planificación turística puede mejorar el turismo en la comunidad?

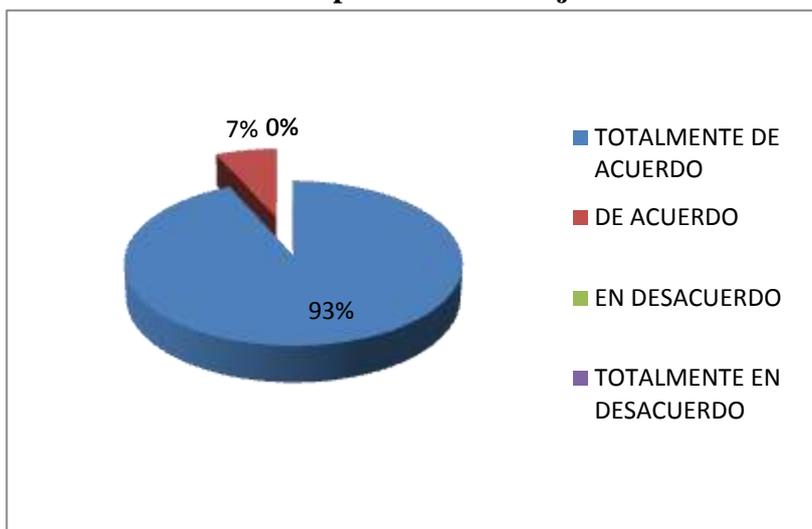
TABLA N° 24 La planificación mejorará el turismo

ALTERNATIVAS	F	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	14	93
DE ACUERDO	1	7
EN DESACUERDO	0	0
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 24 La planificación mejorará el turismo



Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

La posibilidad de contar con un plan estratégico, hace pensar que cada día se va mejorando en este campo. Hasta la actualidad solo se cuenta con otros planes realizados por estudiantes que no son ejecutados por el desinterés de los directivos comunales o falta de presupuesto, lo que en la actualidad se puede mejorar con la ayuda de la comunidad, la misma que se sienten seguro en mejorar el turismo en la comunidad de Sinchal

5.- ¿Cree usted que en la comunidad de Sinchal es necesario un plan de desarrollo turístico?

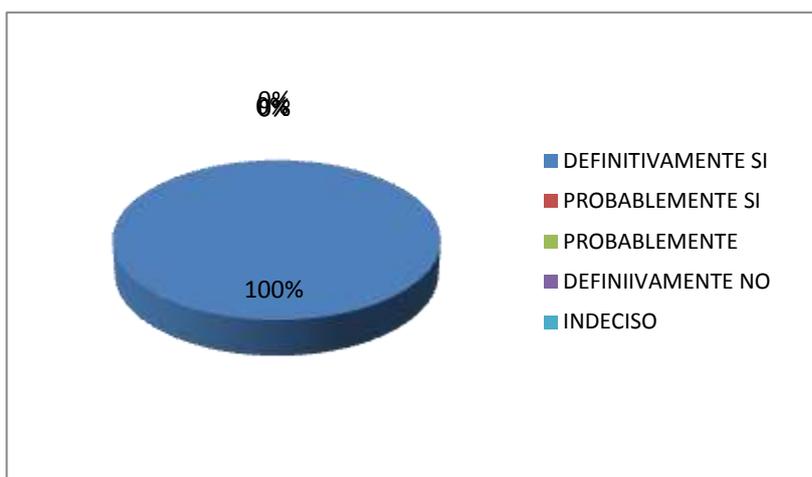
TABLA N° 25 Es necesario un Plan estratégico

ALTERNATIVAS	F	%
DEFINITIVAMENTE SI	15	100
PROBABLEMENTE SI	0	0
PROBABLEMENTE	0	0
DEFINIIVAMENTE NO	0	0
INDECISO	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 25 Es necesario un Plan Estratégico



Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)

Elaborado por: Reyes, L. (2013)

Claro que es de mucha necesidad contar con un plan estratégico, especialmente en el campo turístico, la feria ya nos ayuda a darnos a conocer pero no se conoce en sí su fortaleza y sus debilidades e incluso cuáles son sus amenazas y debilidades de la misma. Con este se piensa apoyar al desarrollo de actividades turística y prepararnos para los próximos años.

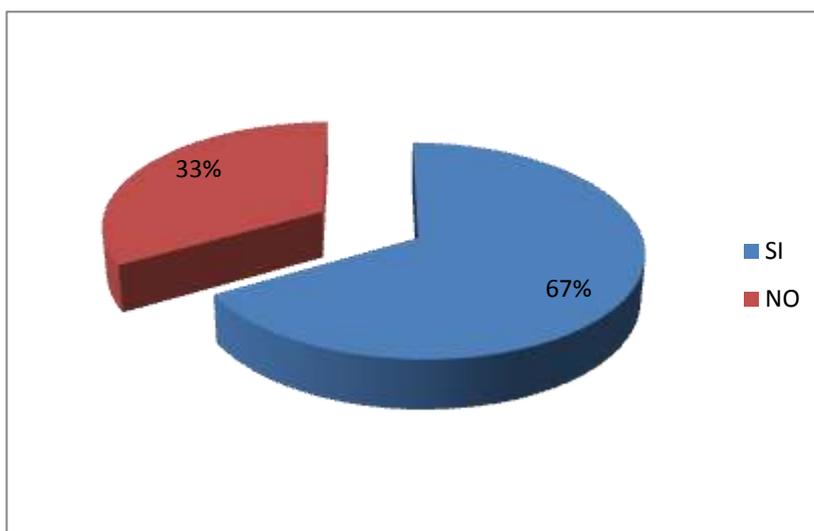
6.- ¿Estaría dispuesto en participar en reuniones para identificar los proyectos, para diseñar un plan de desarrollo turístico?

TABLA N° 26 Participaría para diseñar un plan

ALTERNATIVAS	F	%
SI	10	67
NO	5	33
TOTAL	15	100

Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

GRÁFICO N° 26 Participaría para diseñar un plan



Fuente: Entrevista realizada a las autoridades de Sinchal, (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

En la entrevista se conoce que el 67% de las personas están dispuestas a participar en la elaboración y mejorar las de mesa de trabajo en conocer y opinar sobre el desarrollo del turismo en la comunidad de Sinchal. Y la otra parte manifestaba que si estaría dispuesto apoyar pero sus ocupaciones no permiten que participen activamente al 100% su presencia en dichos eventos.

3.4. ANÁLISIS GENERAL DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A POBLADORES, TURISTAS Y LA ENTREVISTA A CABILDO COMUNAL.

Al haber recorrido la comunidad de Sinchal, recolectando la información para la realización de este trabajo de investigación, se observó la realidad que existe en esta comuna, tiene un potencial turístico que no ha sido explotado todavía, es por esto que la encuesta aplicada a la población, a los turistas y las entrevistas sirvieron para conocer la opinión de cerca de la comunidad de Sinchal, resumida en los siguientes aspectos:

- ✓ Necesidad de mayor promoción y publicidad de los atractivos, para que los turistas conozcan de ellos y pueda conocer sus procedencias.
- ✓ Implementar nuevas actividades y atractivos turísticos en la comunidad.
- ✓ Implementar lugares como cabañas comunitarias y de alimentos y bebidas.
- ✓ Mejorar la señalización y vías de accesos a los atractivos.
- ✓ Generar más recursos económicos para la comuna Sinchal.
- ✓ Trabajar para que los servicios básicos de la comunidad estén en óptimas condiciones para el desarrollo del turismo.
- ✓ Que se imparta conocimientos claves desde los colegios, sobre el desarrollo turístico, como conceptos de turismo y en especial atención al cliente.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA SINCHAL, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO 2013.

4.1. PRESENTACIÓN

La elaboración de un plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comuna Sinchal, implica un proceso participativo con los sectores públicos, privados, comunitario, organizaciones y barrios. El proceso requiere el desarrollo de varias etapas, la primera etapa consiste en el diagnóstico de la comuna Sinchal, en el cual se analizarán las condiciones físicas, espaciales, ambientales, económicas, productivas, sociales y culturales, permitiendo de esta manera tener una visión completa de esta comunidad; la segunda etapa se requiere el desarrollo de un estudio de mercado para tener un análisis de la oferta, demanda y competencia turística; la tercera etapa plantea la visión filosófica del plan y el análisis de la problemática que incide en el desarrollo turístico en los diferentes niveles que conforman el sistema para finalmente formular el plan estratégico de desarrollo turístico.

4.2 JUSTIFICACIÓN

Con la base de un estudio situacional y la identificación de las principales actividades turísticas, artesanales, agropecuarias de la comuna Sinchal, las mismas que serán las bases para elaborar un Plan estratégico de desarrollo Turístico, para que en un futuro este sector sea reconocido nacional e internacional por las diferentes actividades que se desarrolla en este sector norte de la provincia de Santa Elena y no obedezca a la idea de una actividad económica cuyo principal

objetivo es la generación de ganancia, la expropiación y explotación de los recursos de la comunidades para beneficio de los grandes capitales, sino que constituya una nueva concepción de la actividad turística que se puede implementar e incluso los artesanos en el desarrollo de sus actividades.

El presente tema de estudio validará la aplicación de técnicas, métodos y estrategias de desarrollo de destino turístico para que Sinchal sea considerada como zona turística dentro de la provincia de Santa Elena, convirtiéndose en una nueva alternativa dentro de la Ruta del Spondylus, donde los turistas se sientan a gusto de la amabilidad de la gente y aportando con ello al mejoramiento de la calidad de vida de los comuneros.

Los resultados de la investigación beneficiará directamente al sector turístico de la provincia y de la región, especialmente a la comunidad Sinchal, con sus artesanos y todos los que se relacionan directa e indirectamente con esta actividad turística; la misma que generara nuevas fuentes de empleo en el sector.

El tema de esta propuesta de tesis es de suma importancia por cuanto este lugar podrá desarrollarse como un sitio turístico reconocido no solo en el país sino también a nivel nacional e internacional. Al mismo tiempo nos uniremos a las actividades realizadas en los sectores de Loma Alta y Dos Mangas que son lugares ya reconocidos por su flora y fauna, con sus respectivos senderos.

Por lo tanto, la propuesta planteada tiene mucha importancia por lo que permitirá dar a conocer los atractivos que tiene esta comuna, así como explotar aquellos que aún no se conocen, para que sean visitados por propios y extraños, lo que permita ser un sitio turístico acogedor en nuestra provincia, este lugar que no ha sido totalmente conocido por los turistas y que en futuras generaciones se desarrolle como un sitio turístico más de la provincia, con sus artesanías y agricultura se pueda desarrollar a la comuna Sinchal como un destino de interés y con gran potencial que ofrecer.

Con la elaboración de un Plan estratégico de desarrollo Turístico para la comuna Sinchal, la promoción del destino y el posicionamiento en el ámbito turístico bien estructurado y sustentado será sin lugar a dudas un valioso aporte para el desarrollo del sector y de la provincia.

4.3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA COMUNA SINCHAL

4.3.1 LA OFERTA TURÍSTICA

Luego de realizar la investigación de los atractivos turísticos de la comunidad de Sinchal y de clasificarlos de acuerdo a sus características físicas, biológicas culturales, se los somete a una evaluación. La misma que consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de clasificarlo y calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo, y significado. El proceso de evaluación conduce a la asignación de una jerarquía.

4.3.2. Descripción de los parámetros de evaluación

Estos atractivos deberán ser evaluados en base a la información consignada en los formularios que da el Ministerio de Turismo en la “Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos” y un minucioso conocimiento al momento de observar las características particulares de los atractivos. En la comuna Sinchal en el trabajo de investigación se observó y se resaltó algunos de ellos, pero cumpliendo con los parámetros del cuadro se describen las variables, los factores y los puntos máximos que se deben tomar en cuenta para la jerarquización de atractivos turísticos, para así dar su valor a cada uno de estos atractivos.

CUADRO N° 7 De evaluación de atractivos.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Entorno	10
	d) Estado de conservación	10
		<hr/>
		50
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	5
		<hr/>
		25
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
		<hr/>
		25
	TOTAL	100

Fuente: Ministerio de Turismo, (2013)
 Elaborado: Luis Reyes Tomalá

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo. Los rangos son:

- | | |
|-----------------|---------------|
| 1 a 25 puntos | Jerarquía I |
| 26 a 50 puntos | Jerarquía II |
| 51 a 75 puntos | Jerarquía III |
| 76 A 100 puntos | Jerarquía IV |

4.3.3 Atractivos de la comuna Sinchal

NOMBRE DEL ATRACTIVO # 1:

Artesanías de sombreros de Paja Toquilla



PROPIETARIO:

Gregorio Quirumbay

Orrala

CATEGORÍA:

Folklore

TIPO:

Tejidos

SUBTIPO:

Artesanías

Fuentes: Artesanos de la comunidad, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

UBICACIÓN

Este atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, Parroquia Manglaralto, comuna Sinchal, a una LATITUD de 9786002 N y una LONGITUD: 533987 E, en la calle Primo Borbor y Carlos Feijó

CENTROS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Barcelona DISTANCIA: 0,40 Km

POBLADO: Valdivia DISTANCIA: 2,60 Km

CALIDAD

Cuenta con sus propias herramientas de trabajo de lo que le enseñaron sus antepasados, el tejido a mano, con sus hormas, de diferentes tamaños, grandes, medianas y pequeñas. Turismo bien pensado Con un Valor intrínseco de sus

características físicas, a una altura de 50 m.s.n.m., con temperatura de 25° C y a una precipitación de 400 mm anual.

PROCEDENCIA:

Procedencia de los materiales: La paja toquilla es adquirida en el poblado Barcelona a 0.4 km Lugar de Venta: No existe un lugar establecido porque no hay clientes que adquieran los sombreros en este sitio, de vez en cuando aparece uno y tiene que ir hasta el domicilio de del señor Gregorio para adquirir un sombrero.

Descripción del atractivo: Los antepasados de la comuna Sinchal dejaron de sembrar paja toquilla en las montañas y es así como la elaboración de sombreros de paja toquilla se convirtió en una tradición artesanal peninsular. En el caso de Don Gregorio hay una particularidad en la elaboración de este tipo de sombreros que es confeccionado 100% artesanalmente, únicamente emplea sus manos y no usa croché como hacen muchos artesanos en la península. Los sombreros que Don Gregorio confecciona pueden durar hasta 20 años.

Calidad del Producto: Los sombreros tienen un acabado fino, es decir, de media hebra.

Volumen de productos y ventas: 1 sombrero al mes.

Materiales Utilizados: Hormas de diferentes tamaños Cogollos de Paja Toquilla Azufre

Persona que elabora: Don Gregorio es el único en Sinchal que hace los sombreros de Paja Toquilla y lleva 72 años realizando esta actividad artesanal.

Comercialización de la paja toquilla: La comercialización de la paja toquilla tiene varias etapas, siempre debemos pensar en la presencia de los intermediarios.

En primer lugar, para la venta de la fibra en bruto, se utilizan las siguientes medidas como unidad de venta: un “ocho” igual a 112 cogollos, un “mazo” igual a 96 cogollos. El valor de cada cogollo es variable.

La segunda etapa es la venta de la fibra secada a los tejedores, en la que el precio varía de acuerdo a la calidad del secado. Finalmente, tenemos la etapa de venta del producto semi-acabado a los azocadores o acabadores, quienes se encargan de darlos los detalles finales al sombrero. También en este caso los precios oscilan acorde al acabado.

VALOR EXTRÍNSECO

Los sombreros se utilizan como artículo de moda en Estados Unidos y Europa, especialmente entre gente de medio y alto poder adquisitivo. Con un estado de conservación deteriorado.

CAUSAS:

La venta de este producto fue en su tiempo un factor de ingresos, pero hoy en día la falta de iniciativa por parte de quien los elabora ha hecho perder el valor del mismo. Por no contar con un sitio de trabajo y espacio de exposición, la misma que tiene que realizarlo en su propia casa donde el habita con su familiares.

APOYO

Para llegar a este atractivo, cuenta con una vía en buen estado, al mismo que pueden llegar en bus, automóviles, 4x4 y otros, teniendo acceso los 365 días del año, de 9:00 hasta las 17:00 horas. Se cuenta con la cooperativa 2 de noviembre que tiene su recorrido de Barcelona hasta La Libertad, cada una frecuencia de 15 minutos, las mismas que se tiene como promedio de un hora y cuarto para llegar a esta comunidad, con una distancia de 43Km

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Esta comunidad cuenta con un sistema de agua entubada, además se tiene energía eléctrica, no se cuenta con sistema de alcantarillado sino con pozo séptico (50% de la población), Pozo ciego (50% de la población)

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación	4
		<hr/>
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	5
	c) Asociaciones con otros atractivos	5
		<hr/>
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	1
		<hr/>
	TOTAL	56

Fuente: Ministerio de Turismo, 2013

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Según la tabla de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos este atractivo obtuvo una JERARQUÍA III

NOMBRE DEL ATRACTIVO # 2:

Taller Artesanal Arte Oro



CATEGORÍA:

Atractivo cultural

TIPO:

Etnografía

SUBTIPO:

Artesanías

Fuentes: Artesanos Arte oro, (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

UBICACIÓN

Este atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, Parroquia Manglaralto, comuna Sinchal, a una LATITUD de 9786002 N y una LONGITUD: 533987 E, en la calle Tomás Ventura Domínguez y Padre Antonio Pozo.

CENTROS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Barcelona DISTANCIA: 0,40 Km

POBLADO: Valdivia DISTANCIA: 2,60 Km

CALIDAD

Con un Valor intrínseco de su características físicas, a una altura de 50 m.s.n.m., con temperatura de 25° C y a una precipitación de 400 mm anual.

PROCEDENCIA

Procedencia de los materiales: Son adquiridos en Ayangue, Anconcito y Guayaquil y su lugar de venta en el Taller Artesanal Arte Oro. La venta se realiza localmente, de acuerdo a los pedidos de locales o de personas que llegan de otros lugares de la península y de Guayaquil. De vez en cuando una persona extranjera compra media o varias docenas para llevar a vender al extranjero.

Calidad del Producto: Seleccionan los materiales de mejor calidad para obtener un producto de acabado fino, parecido al de una joya preciosa.

Materiales Utilizados: Motores de Pulir Dreme Laminadora Fundidoras Sierras Discos de pulir. Personas que elaboran: Son 19 hombres los que conforman la “Asociación de Trabajadores Autónomos en Joyería Arte Oro” pero trabajando de forma permanente hay entre 7 y 8 personas.

VALOR EXTRÍNSECO

Es una tradición de familia ya que el bis-abuelo del Señor Domínguez fue el primer joyero de Sinchal y poco a poco se fue incrementando el número de adeptos que trabajan en orfebrería. Como asociación, llevan 9 años trabajando en la combinación de artesanías con orfebrería. Su estado de conservación se da por los mismos artesanos, que se han asociado para que no se pierda la tradición orfebre.

APOYO

Su vía de acceso para llegar a este atractivo, cuenta con asfalto bueno, al mismo que pueden ingresar, buses, automóviles, 4x4 y otros, teniendo acceso los 365 días del año, , de Inicio: 08h00 a 12h30 y de 14h00 a 16h00 horas. Se cuenta con la cooperativa 2 de noviembre que tiene su recorrido de Barcelona hasta La Libertad,

cada una frecuencia de 15 minutos, las mismas que se tiene como promedio de un hora y cuarto para llegar a esta comunidad, con una distancia de 43Km.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Esta comunidad cuenta con un sistema de agua entubada hace aproximadamente 26 años de la que se ha venido abasteciendo del líquido vital, además se tiene energía eléctrica que sin ningún inconveniente se tiene las 24 horas al día, no se cuenta con sistema de alcantarillado sino con pozo séptico (50% de la población), Pozo ciego (50% de la población), pero este es uno de los principales servicio básico que debe tener la comuna, se estimula que aproximadamente 2 años este inconveniente se ha sobrellevado por las diferentes actividades gestionadas por el cabildo comunal y el sistema de agua regional Valdivia.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación	4
		29
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	5
	c) Asociaciones con otros atractivos	5
		20
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	1
	d) Internacional	1
		5
	TOTAL	54

Fuente: Ministerio de Turismo (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Según la tabla de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos este atractivo obtuvo una JERARQUÍA III

NOMBRE DEL ATRACTIVO # 3: Iglesia “Nuestra Señora del Quinche”



CATEGORÍA:

Manifestaciones culturales

TIPO:

Arquitectura y espacio Urbano

SUBTIPO:

Iglesia

Fuentes: Iglesia de la Comuna Sinchal, (2013)
Elaborado por: Reyes, L. (2013)

UBICACIÓN

Este atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, Parroquia Manglaralto, comuna Sinchal, a una LATITUD de 9786002 N y una LONGITUD: 533987 E, en la calle 20 de enero y David Quirumbay.

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Barcelona DISTANCIA: 0,40 Km

POBLADO: Valdivia DISTANCIA: 2,60 Km

CALIDAD

Con un Valor intrínseco de su características físicas, a una altura de 50 m.s.n.m., con temperatura de 25° C y a una precipitación de 400 mm anual.

PROCEDENCIA

Procedencia de los feligreses de la misma zona y visitantes de nuestra provincia. Es una de las Iglesia nueva construida en el año 2009, por el Licdo. Dionisio Gonzabay y culminado por el alcalde Ing. Otto Vera Palacio. Vienen a recibir diferentes sacramentos personas de los sectores cercanos.

VALOR EXTRÍNSECO

El 90% de la población es de fe cristiana y un poco que su creencia es evangélica. Su concurrencia al lugar es los días sábado a las 8 de la noche, la reunión con los padres de la catequesis, los días martes, la catequesis con los jóvenes y niños es sábado y domingo. Su estado es conservado por los padres de familia de la catequesis colaboran para que se mantenga limpio, pero la población ha tenido un incremento de familias

APOYO

Su vía de acceso para llegar a este tractivo, cuenta con asfalto bueno, el mismo que pueden ingresar, bus, automóviles, 4x4 y otros, teniendo acceso los 365 días del año, especialmente los días sábado y domingo, de 14:00 hasta las 21:00 de la noche. Se cuenta con la cooperativa 2 de noviembre que tiene su recorrido de Barcelona hasta La Libertad, cada una frecuencia de 15 minutos, las mismas que se tiene como promedio de un hora y cuarto para llegar a esta comunidad, con una distancia de 43Km.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Esta comunidad cuenta con un sistema de agua entubada hace aproximadamente 26 años de la que se ha venido abasteciendo del líquido vital, además se tiene energía eléctrica que sin ningún inconveniente se tiene las 24 horas al día, no se

cuenta con sistema de alcantarillado sino con pozo séptico (50% de la población), Pozo ciego (50% de la población), pero este es uno de los principales servicio básico que debe tener la comuna, se estimula que aproximadamente 2 años este inconveniente se ha sobrellevado por las diferentes actividades gestionadas por el cabildo comunal y el sistema de agua regional Valdivia.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación	4
		29
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	5
	c) Asociaciones con otros atractivos	5
		20
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
		4
	TOTAL	52

Fuente: Ministerio de Turismo, (2013)
Elaborado por: Reyes, L. (2013)

Según la tabla de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos este atractivo obtuvo una JERARQUÍA III

NOMBRE DEL ATRACTIVO # 4:

Mini-centro de Interpretación”



CATEGORÍA:

Manifestaciones culturales

TIPO:

Arquitectura y espacio Urbano

SUBTIPO:

Mini-centro de Interpretación

Fuentes: Mini-centro de interpretación (2013)

Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

UBICACIÓN

Este atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, Parroquia Manglaralto, comuna Sinchal, a una LATITUD de 9786002 N y una LONGITUD: 533987 E, en la calle Tomás Ventura Domínguez y Calle 10 de Agosto.

CENTROS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Barcelona DISTANCIA: 0,40 Km

POBLADO: Valdivia DISTANCIA: 2,60 Km

CALIDAD

Con un Valor intrínseco de su características físicas, a una altura de 50 m.s.n.m., con temperatura de 25° C y a una precipitación de 400 mm anual.

PROCEDENCIA

Se piensa que en el futuro este lugar sea un centro de información Turística de la provincia de Santa Elena, la misma que fue por el Ministerio de Turismo para que sea la puerta del turismo en la comunidad de Sinchal.

VALOR EXTRÍNSECO

Un centro de información de las diferentes actividades realizada en la zona, su artesanía, su agricultura y las diferentes labores cotidianas de las personas que vive en este sector. Su estado de conservación es realizado por parte del cabildo comunal, que por el crecimiento de la población, se ha visto alterado al su alrededor.

APOYO

La vía de acceso para llegar a este atractivo, es que cuenta con asfalto bueno, el mismo que pueden ingresar, bus, automóviles, 4x4 y otros, teniendo acceso los 365 días del año, de 9:00 hasta las 17:00 horas. Se cuenta con la cooperativa 2 de noviembre que tiene su recorrido de Barcelona hasta La Libertad, cada una frecuencia de 15 minutos, las mismas que se tiene como promedio de un hora y cuarto para llegar a esta comunidad, con una distancia de 43Km.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Esta comunidad cuenta con un sistema de agua entubada hace aproximadamente 26 años de la que se ha venido abasteciendo del líquido vital, además se tiene energía eléctrica que sin ningún inconveniente se tiene las 24 horas al día, no se cuenta con sistema de alcantarillado sino con pozo séptico (50% de la población),

Pozo ciego (50% de la población), pero este es uno de los principales servicios básicos que debe tener la comuna, se estima que aproximadamente 2 años este inconveniente se ha sobrellevado por las diferentes actividades gestionadas por el cabildo comunal y el sistema de agua regional Valdivia.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación	4
		29
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	3
	c) Asociaciones con otros atractivos	5
		18
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
		3
	TOTAL	50

Fuente: Ministerio de Turismo, (2013)
 Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Según la tabla de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos este atractivo obtuvo una JERARQUÍA II

NOMBRE DEL ATRACTIVO # 5:

Fiestas patronales



Fuentes: Imagen Nuestra Señora del Quinche (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CATEGORÍA:

Acontecimientos programados

TIPO:

Fiestas

SUBTIPO:

Patronales

UBICACIÓN

Este atractivo se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, Parroquia Manglaralto, comuna Sinchal, a una LATITUD de 9786002 N y una LONGITUD: 533987 E, evento que se le realiza en toda la comunidad .

CENTROS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Barcelona DISTANCIA: 0,40 Km

POBLADO: Valdivia DISTANCIA: 2,60 Km

CALIDAD

Con un Valor intrínseco de su características físicas, a una altura de 50 m.s.n.m., con temperatura de 25° C y a una precipitación de 400 mm anual.

PROCEDENCIA

Procedencia de los feligreses de la misma zona y visitantes de nuestra provincia, quienes se congregan para algún evento religioso, Bautismo o un par de novios que desean contraer matrimonio.

VALOR EXTRÍNSECO

El 90% de la población es de fe cristiana y un poco que su creencia es evangélica. Su concurrencia al lugar es los días sábado a las 8 de la noche, la reunión con los padres de la catequesis, los días martes, la catequesis con los jóvenes y niños es sábado y domingo. Su estado de conservación se sigue dando por sus patrocinadores.

CAUSAS

Se siguen celebrando los días 30 de junio la fiesta de San Pablito y el 21 de noviembre la Virgen del Quinche. Cada vez el costo de esta actividad se eleva, pero la comunidad responde, para no perder sus tradiciones de nuestros antepasados.

APOYO

Su vía de acceso para llegar a este tractivo, cuenta con asfalto bueno, el mismo que pueden ingresar, bus, automóviles, 4x4 y otros, teniendo acceso los 365 días del año, especialmente los días de festividades el 29 de junio y el 21 de noviembre. Se cuenta con la cooperativa 2 de noviembre que tiene su recorrido de Barcelona hasta La Libertad, cada una frecuencia de 15 minutos, las mismas que se tiene como promedio de un hora y cuarto para llegar a esta comunidad, con una distancia de 43Km.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Esta comunidad cuenta con un sistema de agua entubada, además se tiene energía eléctrica, no se cuenta con sistema de alcantarillado sino con pozo séptico (50% de la población), Pozo ciego (50% de la población).

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación	4
		29
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	5
	c) Asociaciones con otros atractivos	5
		20
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
		3
	TOTAL	52

Fuente: Ministerio de Turismo (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

Según la tabla de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos este atractivo obtuvo una JERARQUÍA III

4.3.4 Demanda Turística

La demanda consta de los mercados turísticos actuales y potenciales, tantos internos como internacionales. En el caso de la comuna Sinchal es difícil realizar un análisis de la demanda y que no existen datos sobre el afluente turístico a esta comunidad. Ante esta situación se tomó como referencia al Acuario Valdivia, que visitan este lugar para observar los diferentes animales acuáticos con que cuenta este parque marino.

Además se tomó de referencia las comunidades de Loma Alta y Dos Mangas, que realizan actividades de aventuras y observación de flora y fauna.

4.3.5. Condicionantes del Entorno (PETS)

Para realizar el análisis externo de la comunidad Sinchal se utilizó el siguiente método PETS, para medir su situación de su entorno.

FACTOR POLÍTICO

Sobre el factor político la comuna Sinchal a igual que las otras comunas están inmersa en este proceso político que encierra muchas situaciones externa, la legislación actual está implementando cambios importantes a beneficios de muchas áreas, siendo una de estas el turismo, con el consejo de turismo de la comunidad. Todos estos cambios de seguro permitirán mejorar y mantener sustancialmente la actividad turística en el Ecuador y en las localidades. En el aspecto internacional nuestro país depende de varios convenios firmados por lo que al existir cambios tiene que acogerlo directamente. Así tenemos OMT, que es el organismo que controla y regula a todas las instituciones que se dedican a la actividad turística y que los mismos se desarrollen de acuerdo a parámetros definidos internacionalmente. Internamente en el país se han creado varios organismos que controlan las actividades turísticas, como: MINTUR, Cámara de Turismo, Dirección de Turismo, SRI, Superintendencia de Cía., Fiscalía.

Con la llegada de los distritos regionales la Provincia de Santa Elena se anexó directamente al distrito asentado en la provincia del Guayas, por lo que depende de esta central para agilizar la demanda de necesidades que tienen los centros turísticos de toda la provincia. Sin embargo existen otras organizaciones del estado que facilitan crédito para pequeños y medianos negocios como: CFN,

BIES, BNF. Estos recursos van dirigidos a emprendedores que quieren iniciar un negocio en actividades productivas o de turismo.

Los grupos de presión que existe en la comuna son: positivos y negativos, los positivos son aquellos que apoyan al desarrollo y crecimiento de la comuna, mientras que otro grupo negativo frena las iniciativas que puedan tener los representantes de la misma organización.

FACTOR ECONÓMICO

En el país, la economía ha mejorado notablemente en las instituciones públicas, según presupuesto general del estado, esto ha provocado la realización de grandes proyectos en varias ciudades. Estos cambios han creado plazas de empleo directa e indirectamente logrando dinamizar paulatinamente la economía nacional. En Sinchal a pesar de ser su mayoría agricultores, artesano y constructores de casas, en los últimos años no se han desarrollado proyectos de gran envergadura, por lo que la situación económica se torna un problema alarmante en nuestro sector.

En relación a la actividad tributaria en los últimos 4 años se han creado varios impuestos como la salida de capitales, impuesto verde, impuesto a los vehículos, aumento de los ICE, entre otros. Los mismos que han aumentado el ingreso a la caja fiscal por esta cartera de estado, La comunidad se encuentra inmersa en todo este proceso por cuanto es demandante de estos bienes y/o servicios que están gravados con estos impuestos. Lo positivo es que el listado de productos de la canasta básica familiar se mantiene con tarifa 0%; sin embargo han salido de este listado productos como el papel periódico, periódico que no afecta mucho a los habitantes.

En el sector los pequeños negocios tienen una distribución directa y local muchos de los cuales han sido creados con recursos propios o con créditos de bancos comunitarios o instituciones financieras públicas y privadas.

FACTOR SOCIAL

En el ámbito social se menciona que los comuneros mantienen un estilo de vida propia, sencilla y con tinte costeño, los habitantes se dedican a trabajar la mayoría de su tiempo, dedican un espacio a disfrutar de juegos deportivos como indor, futbol en campeonatos comunitario, voley, las actividades principales son la agricultura, artesanías, comercio, construcción, entre otros. Creen mucho en la unión familiar, asisten a reuniones familiares para celebrar las fiestas de navidad y fin de año, cumpleaños, bautizos, matrimonios y quinceañeras. Del total de la población existe casi una equidad de género 40% son mujeres y el 40% representa a los varones, la edad infantil representa el 20%.

La comunidad se ve afectada por los cambios de leyes, sean estos positivos o negativos por cuanto no está preparada para asumir de inmediato las nuevas disposiciones. La tendencia de la moda es mal acogida por los moradores debido a que se pega fácilmente, los más vulnerables son los jóvenes quienes copian la moda que traen los extranjeros.

Esto nos indica que la población no está preparada en este aspecto lo que genera preocupación y se debe trabajar en concienciar a los habitantes que no deben copiar costumbres o tradiciones de otras ciudades o países.

A referencia de la parte étnico y religiosidad podemos señalar que la parte costera de la provincia se caracteriza por ser indígenas de la costa, cultura heredada por nuestros antepasados y cruce de muchas culturas. La población se caracteriza por ser católica en un 98%, mientras que el 2% profesa la religión evangélica. La fe

católica se refleja en sus fiestas patronales de San Pablito y la Virgen del Quinche, celebradas en junio y noviembre respectivamente.

FACTOR TECNOLÓGICO

Muy a pesar de vivir en un ambiente de constantes cambios tecnológicos y muy competitivo, se indica que este factor aún no ha llegado a la población y por ende a los locales que prestan servicios turísticos, los dueños de estos locales mantienen la técnica de atender a sus clientes que se usaba hace muchos años atrás, la misma situación sucede con la infraestructura y la parte humana. Esto está provocando la poca presencia de turista en demanda de los servicios turísticos que aquí se oferta. En Sinchal y en la zona norte de la parroquia Manglaralto no se ha efectuado ningún tipo de financiamiento para realizar investigación de campo y ciencia hasta los actuales momentos. Las energías alternativas o sustitutivas como tecnología verde, uso de energía solar, racionamiento del agua, tampoco son utilizadas.

En consecuencia la poca preparación de los habitantes, la falta de responsabilidad de las personas que prestan servicios turísticos y los escasos recursos económicos con los que cuenta el cabildo como organización comunal, crea un ambiente de preocupación que delimita en el problema en el que se encuentra actualmente. Un problema que afecta a las comunidades es precisamente la falta de educación de sus habitantes y dirigentes, por cuanto la mayoría de las personas que forma parte del cabildo apenas han cursado la primaria y otros la secundaria. Bajo el lineamiento de las directrices de actuación las estrategias a desarrollar se enmarca en:

- 1- Estrategia de mercado

- 2- Estrategia competitiva
- 3- Estrategia de posicionamiento

ATRATIVOS DE MERCADO POSICIÓN COMPETITIVA.

CUADRO N° 8 De mercado posición competitiva

SEGMENTO	ATRATIVO DEPOSICIÓN	
	MERCADO	COMPETITIVA
Turismo artesanal	2	1
Turismo de naturaleza	2	1
Turismo de feria	1	1
Turismo escolar	1	1

Fuente: Posición Competitiva, (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CUADRO N° 9 Posición competitiva.

COMPOSICIÓN COMPETITIVA	ALTO			
	MEDIO			
	BAJO	Turismo de feria Turismo escolar	Turismo artesanal Turismo de naturaleza	
		BAJO	MEDIO	ALTO
		ATRATIVO DEL MERCADO		

Fuente: Segmentos de destino, (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

De los resultados encontrados se puede mencionar que la comuna Sinchal debe invertir fuerte en el desarrollo de turismo de feria y turismo escolar, para recuperar y posesionar este atractivo. Pero se puede ir mejorando los ya diseñados y darle a conocer en el mercado nacional e internacional.

CUADRO N° 10 Posicionamiento en el mercado.

DESTINO	ATRIBUTOS	
	ARTESANÍAS	NATURALEZA
SINCHAL	3	2
LOMA ALTA	1	5
BARCELONA	2	1
DOS MANGAS	4	5

Fuente: Elaboración propia, (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CUADRO N° 11 Posicionamiento en el mercado.

DESTINO	ATRIBUTOS	
	HOSPEDERÍA	GASTRONOMÍA
SINCHAL	-2	1
LOMA ALTA	1	-1
BARCELONA	-1	-1
DOS MANGAS	2	1

Fuente: Elaboración propia, (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

De la siguiente información podemos determinar lo siguiente:

La comuna Sinchal a pesar de disponibilidad de atractivos y accesibilidad de las vías no se ubica en un buen rango de mercado. Esto se debe a la falta de

mantenimiento de los atractivos, falta diversidad en hospedaje, carencia de servicios de gastronomía y mejorar los servicios de atención al cliente. Con estas actividades se puede generar un tipo de turismo comunitario e ir mejorando la calidad de vida de los artesanos o moradores de esta comuna.

4.3.6 Metodología del análisis FODA

FORTALEZAS

- ✓ Accesibilidad todo el año hacia la comuna por medio de una vía de acceso asfaltada.
- ✓ Destrezas identificadas para el turismo en áreas variadas como, elaboración de artesanías, guianza y cocina.
- ✓ Existencia de comedores en la comuna con capacidad conjunta hasta para 40 comensales
- ✓ Existencia de servicios de comunicación como cabinas telefónicas y cibercafés, además de señal de telefonía celular.
- ✓ Existencia de servicio de agua potable entubada y energía eléctrica.
- ✓ La comuna cuenta con un sub-centro de salud, un dispensario del seguro campesino y 3 farmacias que pueden ayudar con los primeros auxilios.
- ✓ La comuna cuenta con organizaciones sociales como comités barriales, organizaciones de mujeres y junta parroquial.

OPORTUNIDADES

- ✓ Interés del Ministerio de Turismo en fomentar el desarrollo de la actividad en la zona.
- ✓ Incorporación como producto dentro del macro-proyecto Ruta del Spondylus.
- ✓ Ubicación de la comuna en o dentro del radio de influencia de un corredor turístico de traslado.

- ✓ Alto grado de fidelidad e interés de la demanda nacional en visitar la zona con su oferta tradicional de sol y playa y su oferta de turismo alternativo durante los feriados largos.
- ✓ Obras iniciadas para la mejora de la infraestructura vial con fines turísticos por parte del Ministerio de Obras Públicas.
- ✓ Cercanía de los senderos a destinos y centros turísticos posicionados como Montañita y Salinas que en todos los casos permitiría un viaje de ida y vuelta el mismo día.
- ✓ Creciente interés de la demanda nacional e internacional en conocer el proceso de elaboración de los productos de paja toquilla y en la artesanía en general (orfebrería).
- ✓ Soporte por parte de instituciones y ONG's nacionales e internacionales como Plan Internacional, CPR, Socio Bosque, entre otras.
- ✓ Recuperación de la tradición artesanal orfebre y de paja toquilla.

DEBILIDADES

- ✓ Baja potencialidad turística en la comuna debido a la pérdida de las destrezas artesanales ancestrales.
- ✓ Deficiente coordinación para el trabajo conjunto en el área de turismo.
- ✓ Necesidad de ornamentar la comuna y de hacer reforestación con árboles endémicos.
- ✓ Deficiente señalización vial para llegar e inexistencia de señalización turística en la comuna.
- ✓ Inexistencia de establecimientos de alojamiento.

AMENAZAS

- ✓ Crisis económica mundial puede provocar la disminución de los visitantes internacionales.
- ✓ Necesidad de establecer mecanismos de monitoreo y mantenimiento de los senderos y centros de interpretación a largo plazo, con una estructura

sólida y cooperativa que parta de la organización comunal pero apoyada por el MINTUR con la finalidad de que el producto se conserve y se presente al turista en buen estado.

- ✓ Incremento de la inseguridad en los corredores turísticos de la región y en las áreas urbanas y rurales.
- ✓ Inexistencia de políticas a nivel nacional para evitar los impactos sociales y culturales que el turismo causa en las comunidades receptoras.
- ✓ La crisis económica y la disminución de la demanda de turistas puede provocar que las comunas se dediquen nuevamente a actividades extractivas no sostenibles como la caza y la tala de los bosques.
- ✓ Erosión en las laderas de cerro.
- ✓ Poca percepción de la comuna como un destino turístico por parte de la demanda nacional e internacional.

CUADRO N° 12 Resumen FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Buena vía de acceso • Destreza identificada • Comidas tradicionales • Servicios básicos • Servicios de salud • Organizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja potencialidad turística • Necesidad de cuidado de los bienes • Necesidad de ornamento en la comunidad • Disminución de demanda turística • Inexistencia de alojamiento
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de seguridad • Cuidado de sendero • Crisis económica • Erosión de los cerros • Poca demanda turística • Disminución de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del Ministerio de Turismo • Ubicación en la Ruta del Spondylus • Alto grado de fidelidad • Infraestructura • Posicionamiento • Creciente intención de la demanda turística • Ayuda de las ONG.s • Recuperación de tradiciones artesanales

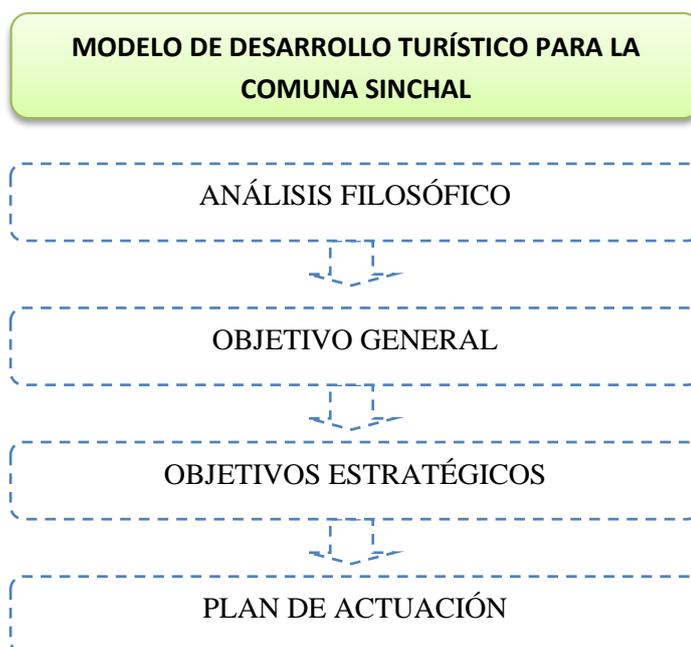
Fuente: Análisis FODA, (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

4.3.7. Definición Estratégica

Siendo la base que orienta las propuestas de creación de programas y proyectos que son necesarias implementar para alcanzar los objetivos específicos y, con ello, el objetivo general, implantando finalmente el modelo de desarrollo sustentable y competitivo deseado.

Para el efecto las directrices de Acción actuarán de guías para conducir el proceso, desde la situación actual (descrita en el diagnóstico), hasta el escenario deseado o visión a un horizonte a 7 años vista (2014 - 2020).

ESQUEMA N° 3



Fuente: Elaboración propia, 2013
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

4.4 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO DE TURISMO EN LA COMUNA SINCHAL

4.4.1. Definición del modelo de desarrollo turístico

El modelo de desarrollo turístico para la comunidad de Sinchal, en el medio ambiental es proteger y cuidar su fauna y flora, y en el aspecto social desarrollar sus artesanías, especialmente en dar a conocer por esas habilidades ancestrales, y que el turismo sea conocido por nacionales y extranjeros.

Para la identificación del modelo de desarrollo turístico para la comuna Sinchal la misma que orientará a seguir las premisas fundamentales de Calidad, Competitividad y Sustentabilidad, donde se trata que el sector turístico en esta zona de la Provincia de Santa Elena se desarrolle de la siguiente manera:

Sustentabilidad Ambiental

Se puede manifestar que se debe respetar y preservación de los recursos turísticos que existe en la comunidad, e incluso lo que se puedan desarrollar, el medio ambiente es también necesario cuidarlo para tener un mejor ambiente en su flora y fauna, y así se siga haciendo posible el desarrollo socioeconómico de las generaciones futuras.

Sustentabilidad y equidad Social

Que los recursos que se utilicen y los beneficios sean repartidos de manera equitativamente entre la población local y se minimicen los impactos sociales negativos asociados con el desarrollo turístico de grandes destinos.

Concertación

Se debe incluir en la toma de decisiones la participación ciudadana, en el bien y desarrollo de esta comuna, especialmente en los diferentes sectores turísticos locales, públicos y privados, además es importante que se considere la opinión de los visitantes y turistas que haya estado en este lugar.

Sustentabilidad y rentabilidad socio-económica

Otro de los puntos importantes para el desarrollo de las actividades turísticas, es que esta sea económicamente productiva ahora y en el futuro, para que las personas se motiven y deseen seguir en esta actividad

Competitividad Nacional e Internacional del destino

Ya establecida como un sector de productividad eficiente, es decir, como la capacidad de generar bienes y servicios turísticos minimizando los costes de todo tipo que puedan producirse y maximizando todos los beneficios que puedan obtenerse. Pero para ello es fundamental la mejor diferenciación y satisfacción de las expectativas y demandas de los actuales y potenciales clientes/ visitantes, respecto a otros que ofrezcan los mismos o similares bienes y servicios

4.4.2 Visión del destino

Impulsar la actividad turística de la comuna Sinchal, para el desarrollo turístico en el ámbito nacional e internacional, de calidad, competitivo y sustentable, con la finalidad satisfacer las necesidades del visitante y elevar el nivel de vida de la comunidad.

4.4.3. Definición de la misión

Incrementar la demanda turística para posicionar la comuna Sinchal en forma competitiva como destino turístico; mediante la consolidación de los atractivos

naturales e históricos – culturales, así como los servicios turísticos con que cuenta, con mira al mejoramiento de la calidad de vida de la población generando empleo e impulse el desarrollo económico y social, así como una experiencia integral satisfactoria del visitante.

4.4.4. Objetivos de desarrollo

Diseño de un Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal año 2013, con la finalidad de elevar el nivel de vida de la comunidad, de una forma concreta, competitiva, sustentable, económica, social y ambiental.

4.4.4.1 Objetivos específicos de desarrollo

- ✓ Preservación y regeneración de los recursos naturales vinculados al turismo.
- ✓ Fortalecer la actividad turística
- ✓ Valoración de los atractivos turísticos
- ✓ Potenciación de la imagen y posicionamiento de la comuna Sinchal
- ✓ Mejora de la oferta turística actual y potencial de la comunidad
- ✓ Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la calidad de la visita a los lugares turísticos.
- ✓ Capacitar a la comunidad como prestadores de servicios turísticos y a la comunidad sobre el turismo.
- ✓ Promoción de la comuna Sinchal a nivel nacional e internacional.

4.4.5. Políticas rectoras

Las políticas a seguir en el Plan de desarrollo turístico se enmarcan en las macro políticas del PLANDETUR 2020 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2006)

1. El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía local.
2. La gestión del turismo en el destino busca un funcionamiento coordinado entre los actores.
3. Se valoriza y conserva el patrimonio turístico cultural y natural.
4. Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
5. Se optimizan las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental.
6. Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

4.5. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO Y ACTIVIDADES

4.5.1.- Actuaciones previstas

LÍNEA	
ESTRATÉGICA / PROGRAMA	1.- Mejora de las infraestructuras
OBJETIVOS	<p>Existe la necesidad de mejoras en los servicios básicos que ofrece la comuna Sinchal para la operación turística, relacionados con: cabañas comunitarias y de alimento y bebida; y el mejoramiento del mirador construido en el 2008, así se tengan en cuenta las necesidades actuales y futuras, para satisfacer la demanda al respecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar el acondicionamiento del entorno rural, haciéndolo más agradable para propios y turistas.
PROYECTOS	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Diseño de cabañas comunitarias 1.2. Diseño de cabaña de alimento y bebida 1.3. Mejoramiento de estructura de mirador

PROGRAMA # 1

Mejora de estructura Turística

La comunidad de Sinchal por la falta de hospedería y un lugar donde se puedan servir los platos que se preparan en la zona y experimentar la forma de vivir de los habitantes de esta comuna

Objetivos.

- ✓ Diseño de cabañas comunitaria en la comuna Sinchal, para que los turistas disfruten de la estadía en la comunidad
- ✓ Diseño de cabaña de alimentos y bebida, para que los visitantes que desean disfrutar del ambiente de la zona, puedan conocer de cerca las actividades que se desarrollan.
- ✓ Mejorar los miradores de los dos senderos, para que las personas que se dirigen hasta este lugar se admiren de la flora y fauna que tiene la comunidad de Sinchal.

PROYECTOS

1.1 Diseño de cabañas comunitarias

Es de mucha importancia contar con varios establecimiento donde se puedan hospedar a los turistas que nos visitan, por sus diferentes destinos en su visita a esta comunidad,

1.2 Diseño de cabaña de alimento y bebida.

Sinchal, no cuenta con este servicio de alimentos y bebida, por lo que el turista tiene que buscar donde poder servirse.

1.3 Mejoramiento de estructura de mirador.

El Ministerio de Turismo en el año 2008, propuso crear una puerta para que el turista ingrese a esta comunidad, pero con el transcurso de estos años los ganaderos que pasan por este sector no han cuidado este bien de

la comunidad, por lo que se le propone dar un mejoramiento de estos miradores.

Responsables

Los responsables de estas actividades es el cabildo comunal, que hará posible en gestionar, para que la obra se realice en el tiempo programado.

Fuente de financiamiento

Ministerio de Turismo

Municipalidad de Santa Elena

Socio Bosque

Plan internacional

Su prioridad

Media por ser parte de la gestión iniciativa en el sector

Máximo. Media

LINEA ESTRATÉGICA / 2.- Mejora de los recursos turísticos PROGRAMA	
Contiene un programa necesario para el desarrollo y consolidación de los productos de la comuna Sinchal. La misma que debe hacer función de las aptitudes locales, las tendencias de la demanda y las ventajas, comparativas y competitivas, que se pueden potenciar respecto a otros destinos competidores.	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">• Revalorización y aprovechamiento turístico de los recursos relevantes.
PROYECTOS	2.1. Diseño de señalización turística

PROGRAMA # 2

Mejora de los recursos turísticos

El Ministerio de Turismo con apoyo de la comunidad de Sinchal buscó establecer la puerta al turismo, pero con el desconocimiento de esta actividad no se pudo lograr que este establecimiento o estas señalética turística se mantengan en buen estado por la poca atención recibida de los habitantes.

Objetivos.

- ✓ Mejorar la viabilidad a los sectores turísticos donde el visitante pueda disfrutar de su estadía.
- ✓ Diseñar modelo de señalización turístico, para que el visitante pueda orientarse al lugar de destino

PROYECTOS

2.1 Diseñar modelo de señalización

Es uno de los medios más importante dentro de un producto turístico, por lo que el cliente se pueda dirigir, en los diferentes lugares de visita, así se evitará contratiempo de que alguien se pierda en este destino, e incluso en las señalética de los servicios básicos.

Responsables

El principal responsable sería el Ministerio de Turismo.

Fuente de financiamiento

Ministerio de Turismo

Socio Bosque

Prioridad

Alta para que el turista pueda dirigirse hasta su lugar de destino.

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA	3.- Formación de los recursos humanos
Se intenta mejorar la receptividad y hospitalidad del destino hacia el visitante y turista, así como a mejorar la calidad de los recursos humanos que prestan los servicios turísticos, enfocándose en las necesidades de formación en turismo.	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar la cultura turística de los residentes con respecto a la actividad turística y sus beneficios para la comunidad.• Impulsar la formación y capacitación del sector turístico y comercial del destino.
PROYECTOS	3.1 Formación a las organizaciones en el campo turístico 3.2 Formar grupos de guías nativos

PROGRAMA # 3

Formación de los Recursos humanos

Se piensa en desarrollar las diversas habilidades de las personas que se dedican al turismo en la comunidad de Sinchal, desde sus artesanos, comerciantes, agricultores y todas las personas.

Objetivos.

- ✓ Formación a las organizaciones en el campo turístico, para dar una imagen diferente al momento de dirigirse a los visitantes.
- ✓ Formar grupos de personas como guías nativos, para orientar a las personas a los diferentes destinos turísticos.

PROYECTOS

3.1 Formación a las organizaciones en el campo turístico

Se dirigirá a todas las personas que se dedican al servicio turístico, con curso dirigidos por el ministerio de turismo u otro organismo que se

involucre al turismo, talleres en la atención al cliente, el cómo debe recibir la turista

3.2 Formar grupos de personas como guías nativos

Estos grupos deben prepararse, en todas las actividades que realizan los habitantes, es decir concienciar sobre su cultura, forma de vida, su comida típica, e incluso la historia, mitos y leyenda que se escuchaban de nuestros antepasados.

Responsables

El principal responsable sería las personas que se dedicarían a ser guía nativos, que deberían conocer todas las actividades que se desarrolla en la comunidad.

Fuente de financiamiento

Ministerio de Turismo

Guías nativos

Prioridad

Media para que el turista pueda dirigirse hasta su lugar de destino.

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA	4.- Mejora de la calidad ambiental de la comunidad
Necesidad de acciones que garanticen la preservación de los recursos naturales del destino, como activos turísticos sobre los que se sustenta la actividad del sector.	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">• Elevar el nivel de sensibilización de los moradores en relación con la sostenibilidad.• Compatibilizar el desarrollo turístico con la utilización sostenible de los recursos
PROYECTOS	4.1. Programas de educación ambiental 4.2. Buenas prácticas en el sector turístico local

PROGRAMA # 4

Mejora de calidad ambiental de la comunidad

La actividad turística no se podrá desarrollar con un excelente auge, si sus miembros de la comunidad no apoyan al cuidado del entorno, la responsabilidad es de cada persona, para que los visitantes se lleven una buena impresión, pero todo esto se da si existe talleres o cursos de cómo mantener nuestros propios recursos.

Objetivos.

- ✓ Elevar el nivel de sensibilización de los moradores en relación con la sostenibilidad.
- ✓ Compatibilizar el desarrollo turístico con la utilización sostenible de los recursos

PROYECTOS

4.1. Programas de educación ambiental

Organizar un programa de participación comunitario para dar un cuidado de los diferentes atractivos existente en la comunidad de Sinchal, su limpieza y personal que se dedicarán al cuidado del mismo. .

4.2 Buenas prácticas en el sector turístico local

Socializar a los moradores a velar por los intereses de la comunidad, con sus buenas prácticas al momento de intercambiar ideas con los visitantes, estas serán de mayor interés con la juventud, el aprender otros idiomas para poder conocer sus costumbres de los visitantes.

Responsables

El principal responsable sería el cabildo comunal, que velará por el cuidado y protección de los atractivos turísticos.

Fuente de financiamiento

Cabildo Comunal

Guardián

Prioridad

Media-alta

LÍNEA ESTRATÉGICA / 5.- Mejora de la gestión turística de la comunidad PROGRAMA	
Para gestionar la comuna Sinchal es imprescindible aunar y coordinar esfuerzos mediante la articulación, consenso y concertación entre el sector turístico público y privado. Sólo a través de estos procesos se podrá lograr el éxito de todos. Para ello es necesario concientizar a los actores y sus representantes sobre la necesidad y beneficios de un órgano permanente de gestión del destino que se encargue de dicha gestión y que dirija la implementación de este Plan de Desarrollo Turístico.	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">• Crear un órgano de gestión de destino• Potenciar el sistema de información turístico de la Comuna
PROYECTOS	5.1.Sistema de información turística

PROGRAMA # 5**Mejora de la gestión turística de la comunidad**

Para mejorar la gestión en la comuna Sinchal es imprescindible aunar y coordinar esfuerzos mediante la articulación, consenso y concertación entre el sector turístico público y privado. Sólo a través de estos procesos se podrá lograr el éxito de todos. Para ello es necesario concientizar a los actores y sus representantes sobre la necesidad y beneficios de un órgano permanente de gestión del destino que se encargue de dicha gestión y que dirija la implementación de este Plan de Desarrollo Turístico.

Objetivos.

- ✓ Crear un órgano de gestión de destino
- ✓ Potenciar el sistema de información turístico de la Comuna

PROYECTOS**5.1. Sistema de información turística**

Hacer uso del mini-centro de información para que los turista se informen de la diferentes actividades que sus moradores desarrollan con sus habilidades, con los diferentes medios, esto incluso ayudará a reconocer los diferentes atractivos turísticos en la comunidad de Sinchal, el cual se necesita preparar a los guías nativos o una persona que de este tipo de información.

Responsables

El principal responsable sería el cabildo comunal, los guías nativos y la persona que va atender en el mini-centro de interpretación.

Fuente de financiamiento

Cabildo Comunal

Ministerio de medios ambiente

Prioridad

Media-alta

LÍNEA ESTRATÉGICA / 6.- Marketing de la Comuna Sinchal PROGRAMA	
Realización de marketing turístico coordinado del destino englobando toda la actividad turística, pública y privada, que refuerce los esfuerzos individuales de los actores locales a través de acciones que apoyen al turismo.	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una marca que represente al destino en el mercado • Realizar campañas promocionales del destino • Fortalecer la comercialización
PROYECTOS	6.1. Diseño de marca que contribuya a la imagen del destino 6.2. Promoción de atractivos turísticos 6.3. Difusión de artesanías

PROGRAMA # 6

Marketing de la Comuna Sinchal

Para la Realización del marketing turístico en la comunidad de Sinchal, se debe coordinar con un destino englobando toda las actividades turísticas que se desarrolla en este sector, sean estos en los lugares público dado por el Ministerio de Turismo u organismo parroquiales que influyen en el desarrollo turístico y privada por personas de la propia comunidad, apoyando de esta manera al progreso de los habitantes de la comuna Sinchal.

Objetivos.

- ✓ Crear una marca que represente al destino en el mercado
- ✓ Realizar campañas promocionales del destino
- ✓ Fortalecer la comercialización

PROYECTOS

6.1 Diseño de marca que contribuya a la imagen del destino

Diseñar una marca turística para la comunidad de Sinchal para que sea reconocida por los otros sectores, que ya se están desarrollando a nivel nacional e internacional

6.2. Promoción de atractivos turísticos

Promocionar los diferentes atractivos que se produce en la comunidad de Sinchal, el seguir fomentando las ferias artesanales, ya que a pesar de haber desarrollado tres, no han cubierto con las expectativa deseadas, sean estas por falta de organización con los entes seccionales, e incluso de debería mejorar la participación de los mismos artesanos de la comunidad al momento de ofertar sus productos.

6.3 Difusión de artesanías

Difundir los trabajos a otros sectores turísticos con el que se podrá reconocer a la comunidad, existen ya algunos artesanos que se han dado a conocer pero en pequeñas ferias desarrolladas pero no se han preparado, por lo tanto se propone estar siempre dispuesto a seguir desarrollando y ser reconocidos.

Responsables

Los responsables de estas actividades es el cabildo comunal, que hará posible en gestionar, para que las actividades se realicen en el tiempo programado.

Fuente de financiamiento

Ministerio de Turismo

Municipalidad de Santa Elena

Socio Bosque

Plan internacional

Prioridad

Media por ser parte de la gestión iniciativa en el sector

Máximo. Media

CUADRO N° 14 Resumen programas y proyectos a ejecutarse

PROGRAMAS	PROYECTOS
Mejora de las infraestructuras.	Diseño de cabañas comunitarias
	Diseño de cabaña de alimento y bebida
	Mejoramiento de estructura de mirador
Mejora de los recursos turísticos	Diseño de señalización turística
Formación de los RRHH.	Formación y capacitaciones
Mejora de calidad ambiental de la Comuna Sinchal	Programa de educación ambiental
	Buenas prácticas en el sector turístico local
Mejora de la gestión turística de la Comuna Sinchal	Sistema de información turística
Marketing de la Comuna Sinchal	Diseño de marca que contribuya a la imagen de la comuna Sinchal
	Promoción de atractivos turísticos
	Difusión de artesanías

Fuente: Elaboración propia, 2013

Elaborado por: Luis Reyes

4.5.2. Cronograma del plan de actuación en turismo para la comuna Sinchal

Primeramente se tiene que recalcar que en la información se destaca el conjunto de proyectos y acciones en relación al turismo que se realizarán en la comunidad de Sinchal en el plazo temporal 2014-2020 para su desarrollo turístico exitoso en el marco de la competitividad y sustentabilidad.

De esta manera, se podrá aplicar el Plan de actuación y concretar el nuevo MODELO de desarrollo turístico, visión y objetivos compartidos para la comuna Sinchal, en programas y proyectos que incluyen las acciones necesarias, en materia turística, que permitirán la creación de nuevas alternativas turísticas.

Este Plan de Acción contiene, para cada Proyecto la siguiente información esencial para poder iniciar su implementación:

1. Responsables para su ejecución
2. Presupuesto
3. Fuentes de financiación
4. Prioridad
5. Temporalidad

Responsables.- Es el conjunto de entidades públicas y grupos de actores implicados directamente en la ejecución del proyecto o acción. Es decir, son los encargados de la implementación y seguimiento del proyecto o acción.

Presupuesto.- Es el valor estimado de implementación de los proyectos y sus acciones, que hace necesario para dar seguimiento y cumplimiento de la misma.

Fuentes de Financiación.- Son los posibles órgano/entidades y líneas de financiamiento, que están en plena función y que actualmente se encuentran disponibles para aportar recursos económicos.

Prioridad.- Traducida en la importancia del proyecto o acción para la comuna Sinchal, se puede clasificar en:

- ✓ Máxima
- ✓ Alta
- ✓ Media
- ✓ Baja

Temporalidad.- Es tiempo de implementación del proyecto dentro del horizonte trazado (2014-2020), la misma se puede definir en:

- Corto plazo Entre 1 y 3 años
- Medio plazo entre 3 y 6 años
- Largo plazo entre 6 y 10 año

4.5.3 Ejecución Estratégica

CUADRO N° 15 Cronograma del Plan de actuación para la mejora de las infraestructuras

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S					
1.1. Diseño de cabañas comunitarias	Organización y ubicación de las cabañas comunitarias	■														Cabildo comunal Comunidad	\$500,00	Organizaciones	Media	Media
	Construcción de cabañas comunitarias		■	■												Comunidad Municipio	\$50.000,00	Municipio de Santa Elena	Baja	LARGO
	Inicio de actividades				■											Comunidad	2.000,00	Organizaciones	Baja	Largo
1.2. Diseño de cabañas de alimentos y bebidas	Organización y ubicación de las cabañas de alimentos y bebidas			■												Cabildo comunal Comunidad	\$500,00	Organizaciones	Media	Corto
	Construcción de cabañas de alimentos y bebidas				■	■										Prefectura de Santa Elena	\$30.000,00	Prefectura de Santa Elena	Media	Corto
	Inicio de actividades						■									Comunidad	2.000,00	Organizaciones	Media	Largo
1.3. Mejoramiento de estructura del mirador	Diseño y verificación estructural de miradores turísticos.			■												Ministerio de Turismo	\$ 200,00	Ministerio de Turismo	Alta	Corto
	Construcción de nuevos miradores				■											Ministerio de Turismo	1.250,00	Ministerio de Turismo	Media	Corto

Fuente: Elaboración propia, 2013
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CUADRO N° 16 Cronograma del Plan de actuación para la mejora de los recursos turísticos

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S					
2.1. Diseño de modelo para señalética	Coordinar letreros necesarios															Cabildo comunal Comunidad	\$100,00	Organizaciones	alta	Media
	Organizar espacios visibles de letreros															Ministerio de turismo	\$100,00	comunidad	Media	Media
	Compra y colocación de letreros															Comunidad	\$ 600,00	Socio bosque	Media	Media

Fuente: Elaboración propia, 2013
 Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CUADRO N° 17 Cronograma del Plan de actuación para la formación de recursos humanos

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
3.1 Formación y capacitación	Capacitación a los servidores turísticos de acuerdo a sus competencias.															Servidores turísticos	\$1.500,00	Ministerio de turismo	Media	Media
	Formación de guías nativos de turismo															Guías nativos	\$2.000,00	Junta parroquial Manglaralto	Media	Media

Fuente: Elaboración propia, 2013
 Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CUADRO N° 18 Cronograma del Plan de actuación para la mejora de la calidad ambiental de la Comuna Sinchal

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1 S	2 S																	
4.1 Programas de educación ambiental	Impulso de programas de educación ambiental en los centros educativos de la comunidad de Sinchal	■														Cabildo comunal Comunidad	\$300,00	Municipio de Santa Elena	Media	Media
	Creación y apoyo de un club ecológico y ambiental dentro de la comuna		■	■												Comunidad	\$300,00	Municipio de Santa Elena	Baja	LARGO
4.2 Buenas prácticas en el sector turístico local	Capacitación en manejos de desechos			■												Cabildo comunal Comunidad	\$500,00	Socio bosque	Media	Corto
	Capacitación y creación en huertos ecológicos				■	■										Comunidad	\$500,00	Plan internacional	Media	Largo

Fuente: Elaboración propia, 2013
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CUADRO N° 19 Cronograma del Plan de actuación en marketing para la Comuna Sinchal

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S					
5.1	Diseño de marca que contribuya a la imagen de la comuna Sinchal	Talleres de creación de la imagen visual o marca que representa la comuna Sinchal en las futuras acciones publicitarias y promocionales														Prefectura de Santa Elena	600,00	Prefectura de Santa Elena	Media	Largo
5.2	Promoción de atractivos turísticos	Ferias artesanales, agropecuarias, gastronómica y artística de la comuna Sinchal														Cabildo comunal Prefectura de Santa Elena Municipio Comunidad	\$35.000,00	Cabildo comunal Prefectura de Santa Elena Municipio Comunidad	Media	Largo
5.3	Difusión de artesanías	Difusión por radio y televisión														Ministerio de Turismo	1.400,00	Ministerio de Turismo	Media	Corto

Fuente: Elaboración propia, 2013
 Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

4.5.4 Control Estratégico

CUADRO N° 20 Presupuesto del Proyecto

PROGRAMAS	PROYECTOS	PRESUPUESTO
Mejora de las infraestructuras.	Diseño de cabañas comunitarias	52.500,00
	Diseño de cabaña de alimento y bebida	32.500,00
	mejoramiento de estructura de mirador	1.450,00
Mejora de los recursos turísticos	Diseño de señalización turístico	800,00
Formación de los RRHH.	Formación y capacitaciones	3.500,00
Mejora de calidad ambiental de la Comuna Sinchal	Programas de educación ambiental	600,00
	Buenas prácticas en el sector turístico local	1.000,00
Marketing de la Comuna Sinchal	Diseño de marca que contribuya a la imagen de la comuna Sinchal	600,00
	Promoción de atractivos turísticos	35.000,00
	Difusión de artesanías	1.400,00
	TOTAL	\$ 129.350,00

Fuente: Elaboración propia, 2013
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

CONCLUSIONES.

El plan estratégico son las actividades que realizan los moradores de la comuna Sinchal, este modelo propuesto fue generado de acuerdo a las ideas vertidas por de los comuneros de como otras comunidades se han ido desarrollando en un ambiente administrativo y productivo.

Con estos antecedentes se generaron algunos ideales para que se lleve a efecto su elaboración y de esta forma se convierta en el principal instrumento de desarrollo organizacional de esta comunidad.

El Cabildo en la actualidad no contaban con una visión, misión y objetivos, creadas en algún documento, por lo que se vio la necesidad de crear este plan, los cuales generaron buenas expectativas cuando se tomó el punto del turismo en este sector, de acuerdo a esto se crearon ideales que sirvieron como base para realizar los programas y proyectos con el fin de preparar a las personas que se quieren formar este campo y desarrollar en este tipo de producto turístico y por ende evolucionar para hacerle frente a la competencia de las comunidades vecinas que también ofrecen sus productos a los visitantes, es así que se quiere dar paso al ambiente turístico.

Con el pasar del tiempo se desarrolló el plan, surgieron estrategias de crecimiento de mercado y de mejoramiento organizacional las cuales fueron definidas gracias al análisis situacional FODA; con ello, se verificó el estado que se encuentra este sector en el campo turístico, que incluso fueron piezas claves para alcanzar el desarrollo económico y social de la comuna Sinchal propuesta en el plan estratégico.

Es así, como este modelo permitirá mejorar el trabajo organizado y que los atractivos turísticos sean conocidos nacional e internacionalmente, se modificaron las estrategias y se realizó una mejor calidad del proceso productivo de artesanías, creando así, ventajas competitivas que les permitan crecer en este entorno.

RECOMENDACIONES.

- Es necesario que los dirigentes de la comuna se preocupen del turismo en este sector y del plan estratégico que se ha elaborado, para que sea utilizado como guía en la toma de decisiones.
- Desarrollar proyectos turísticos en beneficio de los habitantes de la comuna Sinchal, que permitan el desarrollo de actividades turística en el sector y mejorar el estilo de vida de sus habitantes.
- Buscar el apoyo de las entidades públicas y privadas, para poder cubrir el capital de los proyectos, de esta forma se podrán alcanzar un mejor nivel de desarrollo interno y externo en la comunidad.
- Capacitar constantemente a las guías nativos y personas que se integren en el campo turístico, como el caso de los servidores turísticos, mantener conservadas las cabañas turísticas y dar un buen servicio en alimentos y bebidas para lograr satisfacer los visitantes, y así se organice, coordine y gestione los nuevos proyectos y estudios de mercado.
- Realizar un análisis y diagnóstico situacional cada dos años en la comunidad para definir las estrategias específicas, con el fin de que los resultados puedan generar medidas correctivas eficaces y de esta forma hacerle frente a las debilidades y amenazas en el campo turístico.
- Establecer un programa de incentivos monetarios o premios de capacitación, para aquellos guías nativos o personas que se involucren y participen activamente en la evolución del turismo en la comuna Sinchal.

BIBLIOGRAFÍA

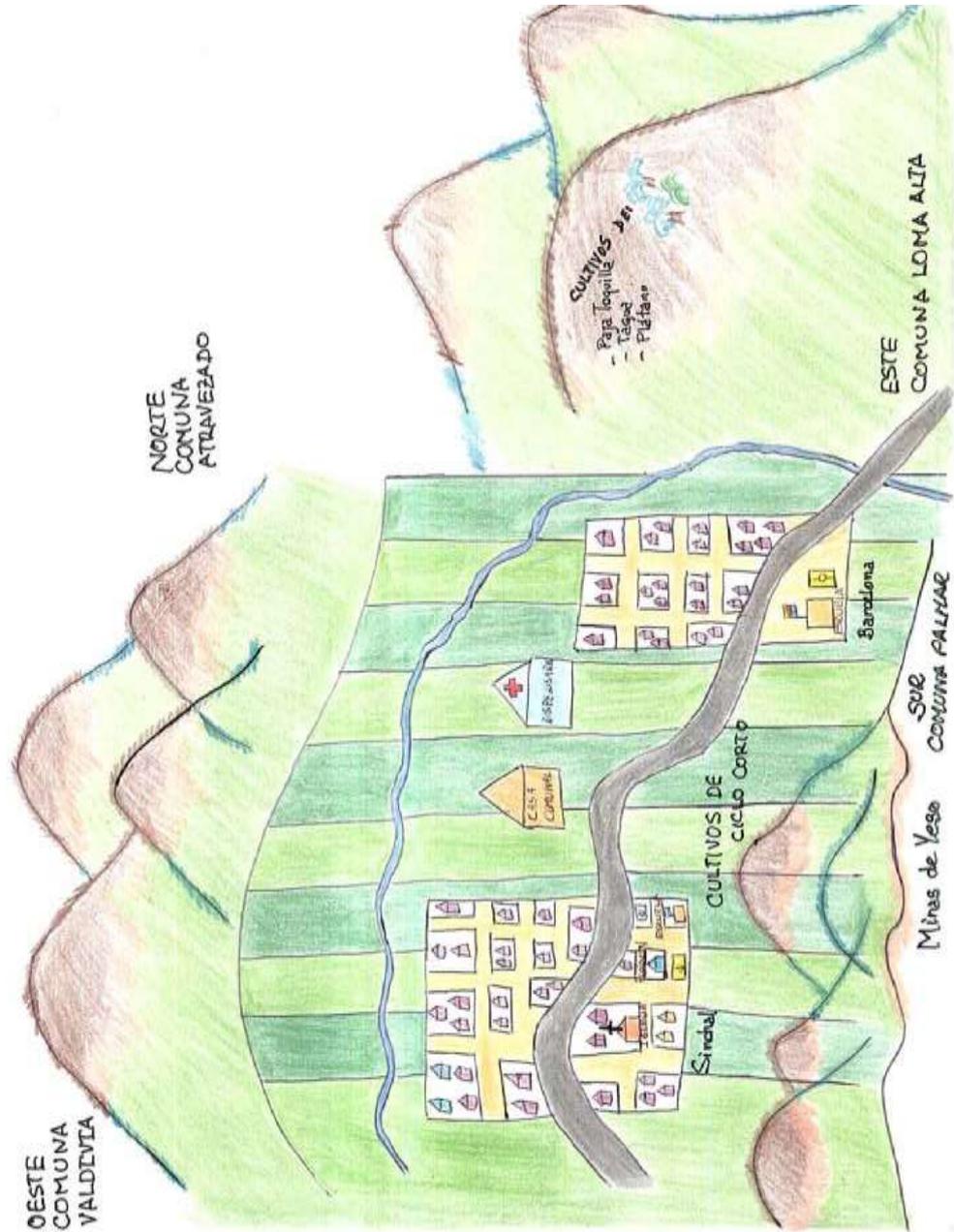
- Aranda , A. (2007). *Planificación Estratégica Educativa*. Segunda Edición.
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Vol. Tercera Edición). Colombia: PEARSON.
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Venta de servicios Turísticos*. España: Gesbiblo.
- Canavos , G. (1988). *Probabilidad y Estadística, Aplicaciones y Métodos*. (E. Urbina , Trad.) México, México D.F.: Mc.Graw-Hill 1 edición.
- Celi, J. (2001). *Mitología de la Investigación Científica*. Quito.
- Delgado de la Cuadra, E. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo turístico para la provincia de Santa Elena* .
- Díaz, M. D. (2005). Modalidades de enseñanza centradas en el desarrollo de competencias . España.
- Endara Ramo, V. (2009). Estudio estratégico Turístico para el Cordón Costero de las provincias Guayas Santa Elena. BID.
- Fernández, J. M. (2006). *Planeación estratégica de ciudades*. Barcelona: Nueva edición revisada y aumentada.
- Goldefer, A. E. (2000). *Planificación y Administración*.
- Hernández, R. (2001). *Metodología de la investigación* (Segunda Edición ed.).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2008). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW- HILL INTERNAMERICANA.
- Kerlinger, E. N. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México, D.F: Interamericana.
- Kotler, P. (2005). *Dirección Estratégica*.
- Lama , H. D. (2004). Metodología de la Investigación. Propuesta, anteproyecto y proyectos. Colombia : ECOE.

- Manero Miguel , F. (2012). Estrategías de creatividad y promoción turística en ciudades medias .
- Martínez , P. D. (2007). *La elaboración del Plan Estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Díaz de Santos.
- Membrano, J. (2007). *Metodologías avanzadas para la planificación y mejora*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Méndez, C. E. (2006). metodología, Diseño y Desarrollo del proceso de Investigación. Bogotá, Colombia.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2006). *Manual del Emprendedor Turístico* .
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2006). Plan de Desarrollo estratégico de turismo sostenible del Ecuador para el año 2020.
- Molina , S. (s.f.). *Planificación Integral de Turismo*.
- Paredes, W. G. (2009). *Como desarrollar una Tesis*. BIGcopy.
- Prodepine . (2002). *Introducción a la noción de empresa comunitaria* .
- Quizhpe, V. H. (2006). *Módulo de Planificación Estratégicas*.
- Rodríguez, J. (2001). *Como aplicar la Planeación Estratégica en la pequeña y mediana empresa*.
- Sancho, A. (2006). *Introducción al Turismo*.
- Tapia, J., & Tigre, A. (2010). Turismo en el proceso promocional.
- www.monografias.com › *Ecología*. (s.f.).
- www.municipiodesantaelena.gov.ec. (s.f.).
- www.sica.gov.ec/agronegocios/est_peni/datos/componente1/c1soc.htm. (s.f.).

ANEXOS

ANEXO N° 2

Límites de la comuna Sinchal



Fuente: por estudiantes del ESPOL en taller plan estratégico participativo de la comuna Sinchal - Barcelona 2001

ANEXO N° 3 Certificado del Gramatólogo

Colonche, 10 de noviembre del 2013

CERTIFICACIÓN:

Después de revisar el contenido de la tesis de el Sr. LUIS RAFAEL REYES TOMALÁ, con C.I. 091692094-5, cuyo tema es: **"PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA SINCHAL, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013"**, quien consta como egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena previo a la obtención del Título de Licenciado en Hotelería y Turismo, me permito declarar que este trabajo no contiene errores en la parte gramatical por lo que puede ser presentado al jurado respectivo para su sustentación.

Es todo cuanto puedo manifestar en honor a la verdad.

Atentamente,



Lcda. Maria Guale Tomalá, Msc.

C. I 091779974-4

Cel. 0989773701

ANEXO N° 4 Carta aval de la Comuna Sinchal

Sinchal, 13 de septiembre del 2013

Lcdo. Efrén Mendoza
DIRECTOR DE LA ESCUELA HOTELERÍA Y TURISMO
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
En su despacho

Por medio de la presente comunico a usted lo siguiente:

En respuesta al oficio de petición con fecha 4 de septiembre del presente año que hiciere el Sr. Luis Rafael Reyes Tomalá, portador de la C.I N° 091692094-5, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, donde nos hizo conocer su tema de tesis PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA SINCHAL, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013. Propuesto por el Egresado la misma que ha sido aceptada en Asamblea General realizada el día sábado 7 de septiembre del 2013, la misma que cuenta con el apoyo del cabildo, asamblea y comuneros en general.

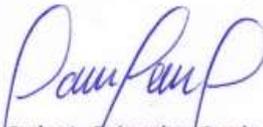
En virtud a lo expuesto damos la CARTA AVAL al Sr. Antes mencionado para que realice las investigaciones necesarias con la finalidad de obtener los resultados deseados del presente estudio que de seguro en lo posterior ayudará al mejoramiento del aspecto turístico en el sector.

Es todo cuanto puedo manifestar en honor a la verdad.

Atentamente,


Sr. Gilberto Orrala Borbor.
PRESIDENTE.




Sr. Carlos L. Quirumbay Orrala
SECRETARIO.

ANEXO N° 5 Encuesta a la comunidad



**UNIVERSIDAD ESTADAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

OBJETIVO DE LA ENCUESTA A LA COMUNIDAD

Recopilar la información pertinente en función del instrumento de investigación que permita el desarrollo con éxito del Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

- | 1. Sexo: | 2. Edad: | 3. Actividad económica: |
|-----------------|--------------------|--------------------------------|
| Masculino () | 18 – 25 () | Agricultura () |
| Femenino () | 26 – 33 () | Comerciante () |
| | 34 – 41 () | Artesana(o) () |
| | 42 – 49 () | Albañil () |
| | 50 en adelante () | Profesionales () |
| | | Otros () |
| | | Especifique: _____ |

4.- ¿Cuál de estos atractivo Usted conoce?

- | | |
|--------------------------------|---------------------------|
| Artesanía de paja toquilla () | Artesanía plata y oro () |
| Sendero turístico () | Agricultura () |
| Iglesia () | Parque () |
| Otros (especifique): | |
-

5.- ¿Considera Usted que los atractivos están de acuerdo a los Visitantes?

- SI () NO () NO SABE () NO
CONTESTA ()

6.- ¿Considera Usted que Sinchal puede llegar a ser un lugar netamente turístico?

TOTALMENTE DE ACUERDO () DE ACUERDO () NO
CONTESTA ()

7.- ¿Cómo considera Usted la aplicación de un diagnóstico al entorno de la comuna Sinchal?

EXCELENTE () BUENO () MUY BUENO ()
REGULAR ()

8.- ¿sabe Usted si la comuna Sinchal cuenta con un Plan Estratégico?

SI () NO () NO SABE () NO CONTESTA
()

9.- ¿Está de acuerdo usted que exista un Plan Estratégico?

TOTALMENTE DE ACUERDO () DE ACUERDO () NO
CONTESTA ()

10.- ¿Piensa Usted que la aplicación de un plan estratégico fortalecerá el aspecto turístico del sector?

SI () NO () NO SABE () NO CONTESTA
()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...

ANEXO N° 6 Encuesta a los turistas



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

MODELO DE ENCUESTA APLICADA A TURÍSTAS

Objetivo, recopilar la información pertinente en función del instrumento de investigación que permita el desarrollo con éxito del Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

- | 1. Sexo: | 2. Edad: | 3. Procedencia: | 4. Profesión: |
|---------------|--------------------|-----------------|-------------------|
| Masculino () | 18 – 25 () | Local () | Empresario () |
| Femenino () | 26 – 33 () | Nacional () | Comerciante () |
| | 34 – 41 () | Extranjero () | Profesionales () |
| | 42 – 49 () | | Estudiante () |
| | 50 en adelante () | | Ama de casa () |
| | | | Otros () |
| | | | Especifique: |

5.- ¿Cuál es el principal motivo de su visita a este destino?

- | | | |
|-------------|-----------------|-----------------|
| Negocio () | Trabajo () | Descanso () |
| Viaje () | Convivencia () | Familiares () |
| Cultura () | Naturaleza () | Sol y playa () |
- Otros, especificar: _____

6.- ¿Con quiénes visita Usted esta comunidad?

- | | | |
|----------------|---------------|-------------------------|
| Solo () | En Pareja () | Con familia () |
| Con amigos () | En grupo () | Un grupo organizado () |

7.- ¿Cuánto tiempo de permanencia estará en la provincia de Santa Elena?

- | | | |
|-----------|------------|----------------|
| 1 Día () | 3 Días () | una semana () |
|-----------|------------|----------------|

8.- ¿En la parte turística, observa usted un buen desenvolvimiento de los involucrados?

- SI () NO () No sabe () No contesta ()
- Por qué:
-

9.- ¿Cree usted que en las comunidades le hace falta la aplicación de planes estratégicos?

SI () NO () No sabe () No contesta ()

Por qué:

10.- Con la aplicación de un plan estratégico potenciará la actividad turística en las diferentes comunidades?

SI () NO () No sabe () No contesta ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...

ANEXO N° 7 Entrevista a los Dirigentes



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA

Recopilar la información pertinente en función del instrumento de investigación que permita el desarrollo con éxito del Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Sinchal, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

NOMBRE: _____

SEXO: Masculino () Femenino ()

LUGAR Y FECHA: _____

OCUPACION: _____

CARGO: _____

EDAD: _____

1. ¿Cree Usted que la comunidad de Sinchal puede ser un destino turístico?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

¿Por qué?:

2. ¿Tiene usted alguna estrategia para mejorar el turismo en esta comunidad?

Si () No ()

¿Explique? _____

3. ¿cree Usted que la promoción y publicidad son medios necesario para que la comunidad se dé a conocer?

Si () No ()

¿Qué medios ? _____

4. ¿Usted cree que la planificación turística puede mejorar el turismo en la comunidad?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () En desacuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

¿Por qué?: _____

5. ¿Qué cree Usted que en la comunidad Sinchal es necesario diseñar un plan de desarrollo turístico?

Definitivamente si ()

Probablemente no

() Probablemente si ()

Definitivamente no

() Indeciso ()

¿Explique? _____

6. ¿Estaría dispuesto en participar en reuniones para identificar los proyectos para desarrollar un plan de desarrollo turístico?

Si ()

No ()

¿Por qué? _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...

ANEXO N° 8 Fotografías de encuesta realizadas



Fuente: Visitantes de otras Provincias (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Encuesta a visitantes locales (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

ANEXO N° 9 Fotografías de las encuestas realizadas



Fuente: Entrevista a las familias de la comuna Sinchal (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Entrevista a la familia Suárez Borbor (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

ANEXO N° 10 Socialización sobre el tema del turismo y Plan Estratégico



Fuente: Diálogo con los comuneros de Sinchal (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Diálogo con los comuneros de Sinchal (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

ANEXO N° 11 Lugares Públicos y Privados de la Comuna Sinchal



Fuente: Mercado Reimundo Orrala (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Iglesia Virgen del Quinche (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Dispensario de IESS Barcelona (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Casa comunal de Sinchal (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Sub-centro de salud Sinchal (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Centro de desarrollo Infantil Padre Mariano Merchán (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Parque de Sinchal (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Mini-centro de interpretación de Turismo (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Escuela Fiscal # 9 Cesáreo Carrera Andrade (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Academia de corte y confección Sebastián de Benalcazar (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Junta Administradora de Agua (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Cooperativa de transporte 2 de noviembre (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Biblioteca de Sinchal (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá



Fuente: Cementerio de la comuna de Sinchal (2013)
Elaborado por: Luis Reyes Tomalá

ANEXO N° 12 Resultados de Taller Participativo

SISTEMA	DATOS
1.- FAMILIA	<p>N° de familias 800</p> <p>N° de miembros de la familia : 3 a 4</p> <p>Problemas de la familia: la formación de la misma a una edad muy joven, que luego se separan, la falta de medios que le permitan explotar sus recursos (naturales y humanos)</p> <p>Jefe del hogar: por lo general es el padre, pero si existen hogares, que por la falta de este, lo asume la esposa.</p>
2.- SALUBRIDAD	<p>Salud: en el tiempo de inviernos que se presentan la enfermedades de la gripe, especialmente las relacionadas a los mosquitos (dengue, paludismo, etc.); existe además un número de personas con diabetes y colesterol.</p> <p>Infraestructura: cuenta la comunidad con un dispensario para los afiliados al seguro social campesino y un Sub Centro de salud, lo que hace posible que las personas se hagan atender en la propia comunidad.</p> <p>Tratamiento de la basura: en la comunidad cuenta con el apoyo de la municipalidad de Santa Elena, que envía 2 días a recolectar la basura (martes viernes)</p> <p>Medio ambiente: Todavía existen familias que no concientizan que los animales deban estar encerrados en sus patios, pero con el apoyo del cabildo comunal se va mejorando esta situación.</p>
3.- Manutención	<p>Alimentación: Pescado mariscos, carne, pollo legumbres</p> <p>Vivienda: 90% bloque 7% mixta 3% Caña</p> <p>Vestimenta: se utiliza vestimenta ligera, el 80% le compra afuera y el 20 % se le confecciona en la comunidad.</p> <p>Necesidades básicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tienen agua potable ● Sus calle están lastradas ● Poseen la mayoría energía eléctrica ● Falta alcantarillados ● Falta salida de agua lluvias
Asociaciones	<p>La comuna cuenta con las siguientes organizaciones: Asociaciones de Joyeros, Choferes profesionales; Grupos de mujeres, (fe y esperanza 45 socias y Unión y progreso 35 socias); Comité de programas de viviendas (Sinchal1, sinchal2, virgen del Quinche); Comité de padres de familia</p>

	de la Escuela Cesáreo Carrera Andrade; Comité de Agricultores; comité de citricultores; clubes deportivos como Buenos Aires, Los páñfilos, y Sinchal.
Recreación	La comuna celebra las siguientes festividades: <ul style="list-style-type: none"> • Virgen Magdalena el 20 de enero • San Pablito el 29 de junio • Virgen del Quinche 20 de noviembre • Fiesta cívicas (10 de agosto) • Juegos deportivos que se realizan los días sábados y domingo. • Caminatas al sendero turísticos • Ferias agro-artesanales el 2- 3 de noviembre
Comunicación	Hoy en día las vías de accesos para llegar a Sinchal están en buenas condiciones; la telefonía con mayor apertura es CLARO, por tener sus antenas en la comunidad de Valdivia, existen solo 10 casas que tiene línea telefonía por cable CNT; la televisión, por la ubicación que tiene la comunidad no hay casi apertura, la mayoría solo ve el canal 9 TELEAMAZONA, pero hay familias que poseen TV cable; la radio en poca sintonizada, la que tiene más acogida es GENIAL, además la comunidad cuenta con 2 altos parlantes ubicados en la comuna y junta de agua potables donde se dan los avisos importantes.
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría de los habitantes cuentan con la formación primaria, ya que se cuenta con dos centros educativos Escuela particular Sinchal y la Escuela Fiscal Cesáreo Carrera Andrade. • Además de los 3 centros de educación inicial (Rayito de luz, Padre Mariano Merchán y Creciendo con nuestros hijos) • Se tiene una academia Artesanal de corte y confección para mujeres "Sebastián de Benalcazar" • Para seguir con su educación tenemos en la siguiente comunidad el Colegio Fiscal Valdivia y algunos padre de familia que desea que sus hijo estudien en La libertad, Salinas, Ballenita y Santa Elena. • La educación superior lo realizar en las diferentes Universidades que cuenta la provincia • Existe profesionales que ejercen sus actividades en centros públicos y privados.
Patrimonio	Las tierras son de propiedad comunal, donde los comuneros por ser ancestrales a nuestra comunidad trabajan su lote que se le ha asignado.
Producción	Los sistema de producción que cuenta la comuna son:

	<ul style="list-style-type: none"> • La agricultura: la mayoría se dedica a los cultivos de limón y otra parte se dedican a los cultivos de ciclo corto • La artesanía: la diversidad de artesanías en paja toquilla, tallo de plátano, orfebres, zapateros, trabajos en cacho de vaca., • Comercio: las tiendas de víveres, la venta de polo por libras y la venta de legumbres.
Valores	<p>Religión: La mayoría de los habitantes practican la religión católica y una pequeña parte son de otra religión.</p> <p>Costumbres:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando uno fallece toda la comunidad se solidariza con el dolor de la familia y se hace procesión • Para el 1 y 2 de noviembre los familiares visitan sus difuntos en la noche, lo cual es algo llamativo en la comunidad por lo que no se realiza en otro lugar. • Todavía se conserva la colocación de la mesa de difunto.
Seguridad	Todavía no se tiene problema de la delincuencia interna, pero si existen grupos de jóvenes que se ponen a tomar en las veredas y pronuncian palabras groseras
Político Administrativo	Las autoridades son elegidos cada año: Para este año 2012 los dirigentes son: Presidente: Jorge Borbor Pozo Vice-Presidente: Srta. Edilma Domínguez Secretario Sr. Alberto Barzola Tesorero: Sr. Eddy Basilio Síndico: Ing. Ider Suárez
Jurídico	<ul style="list-style-type: none"> • La Comuna cuneta con Vida jurídica, según el acurdo ministerial # 15, fundado el 15 de enero de 1938. Ratificada mediante acuerdos N° 126 y 224 de fecha 25 de abril y 4 de julio del 2001. • Existe vida jurídica en gran parte de las demás asociaciones existentes.
Autoestima	Existe una activa colaboración voluntaria y solidaria para cualquier emergencia que se presentare en la comunidad

Fuentes: elaboración propia con Cabildo de la comuna y presidentes de Barrios

Elaboración por: Luis Reyes Tomalá

ANEXO N° 13 Variedad de Artesanías

A.- ARTESANIAS EN HOJA DE PLATANO



Elaborando artesanía



Canasta ya elaboradas

- B.- ARTESANIAS EN PAJA TOQUILLA -



Artesanías en paja toquilla



Tejidos de ropa de baño

- C.- ARTESANÍAS EN CALZADOS -



Momento que procesas el producto



Materiales a utilizar

- D.- ARTESANOS CON ESTACAS DE MUYUYO



Juego de sala



Jardinera y corrales

- E.- ARTESANÍAS EN CACHO DE VACA



Aretes y pulseras



Adornos de sala, pescados y tiburones

F.- ARTESANIAS EN ORFEBRERIA



Variedad de artesanías



Materiales a Utilizar

ANEXO N° 14

Registro de datos de los Atractivos Turísticos



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	FICHA No.....				
SUPERVISOR EVALUADOR:	FICHA No.....				
NOMBRE DEL ATRACTIVO:					
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:				
2. UBICACIÓN					
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:			
CALLE:	NÚMERO:	TRANSVERSAL:			
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA(km):				
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA(km):				
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
C A L I D A D	V A L O R I N T E R I N S E C O	ALTURA (m.s.n.m.):	TEMPERATURA (°C):	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm ²):	
		LATITUD:	LONGITUD:		

A P O Y O	RUTA 3 DE BUSES DE SDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA:	
	DE SDE:	HASTA:
	FRECUCENCIA: DISTANCIA:	
	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE	<input type="checkbox"/>
	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>
	DE POZO	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
ENERGÍA ELÉCTRICA		
SISTEMA INTERCONECTADO	<input type="checkbox"/>	
GENERADOR	<input type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO		
RED PÚBLICA	<input type="checkbox"/>	
POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SEPTICO	<input type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
PRECIO		
SI	<input type="checkbox"/>	
NO	<input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
Observación :		
.....		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES		
DISTANCIA		
.....		
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL	<input type="checkbox"/>	
NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	
INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
Otros:	<input type="checkbox"/>	
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
.....		
FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		