



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE  
PARA LA COMUNIDAD DE PALMAR,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTORA: INGERBOTH MARILYN TOMALÁ ROSALES**

**TUTOR: Ing, JHONY YUMISACA, Msc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE  
PARA LA COMUNIDAD DE PALMAR,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previa a la obtención del Título de:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTORA:** INGERBOTH MARILYN TOMALÁ ROSALES

**TUTOR:** Ing. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc.

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2014**

**La Libertad, enero del 2014**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA LA COMUNIDAD DE PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA” elaborado por la Srta. INGERBOTH MARILYN TOMALÁ ROSALES, egresada 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 Licenciada 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**

Dedico este trabajo a Dios ya que sin él nunca hubiera logrado este paso tan importante en mi vida, a mi madre que ha sido la mujer que me ha dado tanto sin esperar nada a cambio, que ha sido el impulso más grande para cumplir con este propósito, a mi padre, a mis hermanos que son el pilar fundamental de mi familia por tanto apoyo recibido, a mis amigos y docentes.

**Ingerboth Tomalá Rosales.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Dios por las fuerzas renovadas día a día, porque ha puesto personas dispuestas a ayudar e invertir en este sueño, a mis padres que han sido el motor y que son la muestra más clara del amor de Dios ya que me han enseñado que con fe en Dios todo es posible, agradezco a mi tutor por todo el apoyo brindado durante este proceso, agradezco a mis hermanos que han estado en los momentos más difíciles extendiéndome su apoyo para culminar este objetivo, a mis amigos que me han ayudado para finalizar este logro.

**Ingerboth Tomalá Rosales.**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

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

---

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.  
PROFESOR-TUTOR

---

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.  
PROFESOR DEL 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**

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE  
PARA LA COMUNIDAD DE PALMAR,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA**

AUTORA: INGERBOTH TOMALÁ ROSALES  
TUTOR: ING. JHONNY YUMISACA TUQUINGA, MSc

**RESUMEN**

El presente proyecto se enfoca en la elaboración de un plan de desarrollo turístico sustentable para la comunidad de palmar la misma que se ubica a 37 kilómetros de la cabecera cantonal de la provincia de Santa Elena perteneciente a la parroquia colonche. con el objetivo de determinar la influencia de la planificación en la competitividad de la comuna como destino turístico, mediante un estudio que involucre a todos los actores de la actividad turística incluyendo al cabildo comunal e instituciones dedicadas a promover la actividad turística dentro de la provincia. Para el diseño del plan se establecieron 4 ejes estratégicos, 8 proyectos y 18 acciones que se ajustan a la necesidad de la comunidad con la finalidad de lograr el desarrollo de este tema; la modalidad de investigación que se utilizó a lo largo de la elaboración de la tesis, fue de campo utilizando técnicas de investigación tales como las entrevistas y encuestas, y las fichas que nos ayudaron a la recopilación de información de la comunidad y para el levantamiento de los atractivos turísticos. la elaboración del plan para la comuna palmar es de vital importancia debido a que persigue diversificar la actual oferta turística, así como mejorar los servicios turísticos a través de capacitaciones, considerando que es tiempo de que esta comunidad empiece a diversificar su fuente de ingreso atravez del turismo, de la misma manera como lo han hecho otras comunidades y países a través del turismo ya que esta actividad tiene metas como desarrollo. es importante reconocer que esta comunidad cuenta con el potencial turístico necesario para desarrollarse turísticamente. Se concluye que palmar con una adecuada planificación turística y con la ejecución de este plan puede convertirse en un destino turístico consolidado y competitivo dentro de la provincia de Santa Elena y del país haciendo uso de buenas prácticas de turismo.

## ÍNDICE

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
TRIBUNAL DE GRADO .....	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE DE GENERAL .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE ESQUEMA .....	xvii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xix
INTRODUCCIÓN .....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
 CAPÍTULO I	
 MARCO TEÓRICO	
1.1 ANTECEDENTES .....	9
1.2 PLAN .....	13
1.2.1. Características del plan .....	14
1.2.1.1. Clases de plan.....	14
1.2.2. Planificación .....	16
1.2.3. Plan de desarrollo .....	18
1.2.3.1. Razones para formular un plan de desarrollo .....	18
1.2.4. Planificación como herramienta de desarrollo.....	20

1.2.5. Desarrollo .....	21
1.2.5.1.Desarrollo sostenible.....	22
1.2.5.2. Modelo de desarrollo.....	22
1.2.6. Desarrollo sustentable .....	26
1.3. COMPETITIVIDAD .....	28
1.3.1. Niveles de la competitividad.....	29
1.3.2. Factores determinantes en la competitividad .....	29
1.3.3. Competitividad turística.....	32
1.3.2.1. Diamante Porter aplicado al turismo.....	33
1.3.3. Turismo.....	34
1.3.4. Tipos de turismo.....	36
1.3.5. Clases de turismo .....	37
1.3.6. Turismo como sistema .....	39
1.3.6.1. Turismo sustentable.....	40
1.3.7. Beneficios del desarrollo del turismo sustentable .....	42
1.3.8. Producto turístico .....	43
1.3.8.1. Agentes participantes en el producto turístico .....	45
1.3.9. Recurso turístico.....	46
1.3.10. Espacio turístico .....	47
1.3.11. Atractivos turísticos.....	48
1.3.12. Turista.....	49
1.3.10 Clasificación de los atractivos turísticos.....	50
1.3.10.1 Inventario de atractivos .....	50
1.3.10.2 Contenido de las fichas del inventario turístico. ....	52
1.4. MARCO LEGAL.....	53

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	59
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	59

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	60
2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....	60
2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	62
2.6. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	66

### CAPÍTULO III

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	67
3.2. ANÁLISIS DE LA FICHA DE CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNA.....	69
3.3. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA REALIZADA A SERVIDORES TURÍSTICOS.....	70
3.3.1. Análisis del tipo de servicio.....	70
3.4. ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD.....	88
3.5. ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS QUE VISITARON LA COMUNIDAD DE PALMAR.....	103
3.6. CONCLUSIONES .....	124
3.7. RECOMENDACIONES.....	125

### CAPÍTULO IV

#### PROPUESTA DE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE DE LA COMUNIDAD DE PALMAR

4.1 PRESENTACIÓN .....	126
4.2. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN .....	126
4.3. MODELO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA LA COMUNA PALMAR .....	127
4.4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNA PALMAR.....	129

4.4.1. Análisis de la oferta.....	129
4.4.2. Servicios complementarios.....	129
4.5. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS.....	130
4.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	149
4.6.1. Perfil del turista.....	149
4.7. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA .....	150
4.7.1. Análisis Pets de la comuna palmar .....	150
4.7.2. Análisis de la competencia .....	151
4.7.3. Análisis de la situación interna.....	153
4.7.4. Análisis foda de la comuna palmar .....	153
4.8. FORMULACIÓN FILOSÓFICA.....	155
4.8.1. Misión .....	155
4.8.2. Visión.....	155
4.8.3. Políticas.....	155
4.9. OBJETIVO GENERAL.....	156
4.9.1. Objetivos específicos .....	156
4.10. ESTRATEGIAS DE TURISMO SUSTENTABLE.....	157
4.11. ELABORACIÓN DE PROGRAMAS, PROYECTOS Y ACCIONES PARA EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNA PALMAR .....	158
5. CONCLUSIONES .....	202
6. RECOMENDACIONES .....	203
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	204

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO N° 1. Género de los prestadores de Servicios Turísticos.....	72
GRÁFICO N° 2. Edad de los prestadores de Servicios Turísticos. ....	73
GRÁFICO N° 3. Profesión de los prestadores de Servicios Turísticos .....	74
GRÁFICO N° 4. Tipo de servicios que oferta .....	75
GRÁFICO N°5. ¿Los turistas que visitan Palmar según su criterio los hacen por? .....	76
GRÁFICO N° 6. Si considera que han venido más de dos veces ¿con que frecuencia cree que visitan Palmar?.....	77
GRÁFICO N° 7. ¿por lo general, considera que viajan solos o acompañados? ....	78
GRÁFICO N° 8. ¿cuál es el tiempo de estadía promedio de los turistas según lo que ha observado?.....	79
GRÁFICO N° 9. ¿Cuál considera usted que sea el gasto promedio diario de los turistas? .....	80
GRÁFICO N°10. ¿Los servicios que usted presta consideran que son? .....	81
GRÁFICO N° 11. Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades que se ofertan en la comunidad de Palmar? ..	82
GRÁFICO N° 12. ¿Conoce usted si se han desarrollado estudios destinados a innovar y diversificar la actual oferta turística de la comunidad? .....	83
GRÁFICO N° 13. ¿Cuenta la comunidad con lugares propios para la diversificación de actividades recreacionales?.....	84
GRÁFICO N° 14. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique e innove la actual oferta turística?. .....	85
GRÁFICO N° 15. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas? .....	86
GRÁFICO N° 16. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?.....	87
GRÁFICO N°17. Sexo de los Habitantes encuestados .....	88
GRÁFICO N° 18. Edad de los Habitantes encuestados .....	89
GRÁFICO N°19. Profesión de los Habitantes encuestados .....	90
GRÁFICO N°20.¿Los turistas que visitan Palmar según su criterio lo hacen por	91

GRÁFICO N°21. Si considera que han venido más de dos veces ¿con que frecuencia cree que visitan Palmar?.....	92
GRÁFICO N° 22. ¿Por lo general, considera que viajan?.....	93
GRÁFICO N° 23. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio de los turistas según lo que ha observado?.....	94
GRÁFICO N° 24 ¿Cuál considera usted que sea el gasto promedio diario de los turistas? .....	95
GRÁFICO N°25. ¿Está usted de acuerdo con la creación de normas que regulen la actividad turística?.....	96
GRÁFICO N° 26. ¿Usted ha consumido o utilizado alguna vez estos servicios o productos recreacionales en esta comunidad?.....	97
GRÁFICO N°27. ¿Considera suficiente la actual oferta de los servicios, productos y actividades turísticas?.....	98
GRÁFICO N° 28. ¿Considera necesaria la diversificación, innovación y promoción de la actual oferta turística en su comunidad?.....	99
GRÁFICO N°29. ¿Cuánto cree que estarían dispuestos a pagar los turistas por las diferentes actividades turísticas que se realizan en la comunidad?.....	99
GRÁFICO N° 30. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas? .....	100
GRÁFICO N° 31. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?.....	101
GRÁFICO N° 32. Género de los Turistas encuestados .....	102
GRÁFICO N° 33. Edad. de los Turistas encuestados.....	103
GRÁFICO N° 34. Profesión Turistas encuestados. ....	104
GRÁFICO N° 35.Lugar de procedencia Turistas encuestados.....	105
GRÁFICO N° 36. ¿Es la primera vez que visita la comunidad de Palmar?.....	106
GRÁFICO N° 37. ¿Cuántas veces ha visitado esta comunidad?.....	107
GRÁFICO N° 38. ¿Con que frecuencia visita Palmar?.....	108
GRÁFICO N° 39. ¿Por lo general, viaja solo o acompañado? .....	109
GRÁFICO N° 40. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio que suele hospedarse cuando visita esta localidad?.....	110
GRÁFICO N° 41. Cuando visita esta localidad ¿dónde prefiere alojarse? .....	111

GRÁFICO N° 42. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza?.....	112
GRÁFICO N° 43. ¿Cómo se enteró de la existencia de este lugar?.....	113
GRÁFICO N° 44. ¿Cuál es el gasto promedio diario cuando visita esta comunidad?.....	114
GRÁFICO N° 45. ¿Los servicios que ha consumido hasta ahora consideran que son?.....	115
GRÁFICO N° 46. ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades que se ofertan en la comunidad de Palmar?..	116
GRÁFICO N° 47. ¿Cómo calificaría la experiencia vivida en esta comunidad?. .....	117
GRÁFICO N° 48. ¿Si tuviera la oportunidad de regresar a esta comunidad lo haría?.....	118
GRÁFICO N°49.¿Cuenta la comunidad con lugares propicios para la diversificación de actividades recreacionales?.....	119
GRÁFICO N° 50. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique la actual oferta turística de esta comunidad?.....	120
GRÁFICO N° 51. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas?.....	121
GRÁFICO N° 52. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?.....	122

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pag.
TABLA N° 1. Género de los prestadores de servicios turísticos.....	72
TABLA N° 2. Edad de los prestadores de servicios turísticos. ....	73
TABLA N° 3. Profesión de los servidores turísticos.....	74
TABLA N° 4. Tipos de servicios que ofertan.....	75
TABLA N° 5. ¿Los turistas que visitan Palmar según su criterio los hacen por?	76
TABLA N° 6. Si considera que han venido más de dos veces ¿con que frecuencia cree que visitan Palmar?.....	77
TABLA N° 7.¿por lo general, considera que viajan solos o acompañados? .....	78
TABLA N° 8. ¿cuál es el tiempo de estadía promedio de los turistas según lo que ha observado?.....	79
TABLA N° 9. ¿Cuál considera usted que sea el gasto promedio diario de los turistas? .....	80
TABLA N° 10. ¿Los servicios que usted presta consideran que son?.....	81
TABLA N° 11. ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades de la comunidad de Palmar? .....	82
TABLA N° 12. ¿Conoce usted si se han desarrollado estudios destinados a innovar y diversificar la actual oferta turística de la comunidad? .....	83
TABLA N° 13. ¿Cuenta la comunidad con lugares propios para la diversificación de actividades recreacionales? .....	84
TABLA N° 14. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique e innove la actual oferta turística?. .....	85
TABLA N° 15. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas? .....	86
TABLA N° 16. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?.....	87
TABLA N° 17. Sexo de los Habitantes encuestados.....	88
TABLA N° 18. Edad de los Habitantes encuestados.....	89
TABLA N° 19. Profesión Habitantes de los encuestados.....	90
TABLA N°20. ¿Los turistas que visitan Palmar según su criterio los hacen por? .....	89

TABLA N° 21. Si considera que han venido más de dos veces ¿con que frecuencia cree que visitan Palmar?.....	91
TABLA N° 22. ¿Por lo general, considera que viajan?.....	92
TABLA N° 23. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio de los turistas según lo que ha observado?.....	93
TABLA N° 24. ¿Cuál considera usted que sea el gasto promedio diario de los turistas? .....	94
TABLA N° 25. ¿Está usted de acuerdo con la creación de normas que regulen la actividad turística? .....	95
TABLA N° 26. ¿Usted ha consumido o utilizado alguna vez estos servicios o productos recreacionales en esta comunidad?.....	96
TABLA N° 27. ¿Considera suficiente la actual oferta de los servicios, productos y actividades turísticas?.....	97
TABLA N° 28. ¿Considera necesaria la diversificación, innovación y promoción de la actual oferta turística en su comunidad? .....	98
TABLA N° 29. ¿Cuánto cree que estarían dispuestos a pagar los turistas por las diferentes actividades turísticas que se realizan en la comunidad?.....	99
TABLA N° 30. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas? .....	100
TABLA N° 31. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?.....	101
TABLA N°32. Género de los Turistas encuestados .....	102
TABLA N° 33. Edad de los Turistas encuestados .....	103
TABLA N°34. Profesión de los Turistas encuestados.....	104
TABLA N° 35.Lugar de procedencia de los Turistas encuestados.....	105
TABLA N° 36. ¿Es la primera vez que visita la comunidad de Palmar? .....	106
TABLA N° 37. ¿Cuántas veces ha visitado esta comunidad? .....	107
TABLA N°38. ¿Con que frecuencia visita Palmar? .....	108
TABLA N° 39. ¿Por lo general, viaja solo o acompañado? .....	109
TABLA N° 40. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio que suele hospedarse cuando visita esta localidad?.....	110
TABLA N°41. Cuando visita esta localidad ¿dónde prefiere alojarse?.....	111

TABLA N° 42. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza?.....	112
TABLA N°43. ¿Cómo se enteró de la existencia de este lugar?.....	113
TABLA N° 44. ¿Cuál es el gasto promedio diario cuando visita esta comunidad?.....	114
TABLA N° 45. ¿Los servicios que ha consumido hasta ahora consideran que son?.....	115
TABLA N° 46. ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades que se ofertan en la comunidad de Palmar?..	116
TABLA N° 47. ¿Cómo calificaría la experiencia vivida en esta comunidad?....	117
TABLA N° 48. ¿Si tuviera la oportunidad de regresar a esta comunidad lo haría?.....	118
TABLA N° 49. ¿Cuenta la comunidad con lugares propicios para la diversificación de actividades recreacionales?.....	119
TABLA N° 50. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique la actual oferta turística de esta comunidad?.....	120
TABLA N°51. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas?.....	121
TABLA N° 52. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?.....	122

## ÍNDICE DE ESQUEMAS

ESQUEMA N° 1. Estrategias de planificación tradicional.....	17
ESQUEMA N°2 .Esquema metodológico para elaborar un plan de desarrollo turístico de un territorio.....	24
ESQUEMA N°3. Modelo de planificación de gestión, evaluación y desarrollo sostenible.....	25
ESQUEMA N° 4. Factores determinantes de la competitividad.....	31
ESQUEMA N° 5. Modelo del diamante Porter.....	34
ESQUEMA N° 6. Turismo como sistema.....	40
ESQUEMA N° 7. Producto turístico.....	44
ESQUEMA N° 8. Producto turístico.....	45
ESQUEMA N° 9. Modelo del plan de desarrollo turístico para la comuna palmar .....	128

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1. Operacionalización de la variable independiente .....	9
CUADRO N° 2. Operacionalización de la variable dependiente.....	10
CUADRO N° 3. Población .....	62
CUADRO N°4. Población y muestra .....	64
CUADRO N°5. Ficha de evaluación del atractivo 1 .....	133
CUADRO N° 6. Ficha de evaluación del atractivo 2.....	137
CUADRO N°7. Ficha de evaluación del atractivo 3.....	141
CUADRO N°8. Ficha de evaluación del atractivo 4.....	145
CUADRO N°9. Ficha de evaluación del atractivo 5 .....	148
CUADRO N°10. Análisis de la demanda de la comuna palmar.....	149
CUADRO N°11. Análisis Pest de la comunidad de palmar.....	150
CUADRO N°12. Análisis de la competencia de palmar .....	151
CUADRO N°13. Posicionamiento de la comuna palmar.....	152
CUADRO N°14. Análisis de la situación interna .....	153
CUADRO N°15. Ordenamiento turístico en el territorio .....	157
CUADRO N°16. Puesta en valor de los recursos turísticos.....	168
CUADRO N°17. Promoción, comercialización e imagen turística de la comuna palmar.....	175
CUADRO N°18. Participación local en el desarrollo turístico .....	185
CUADRO N°19. Resumen de proyectos .....	195

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N°1. Formato de encuestas realizadas a los servidores turísticos .....	208
ANEXO N°2. Formato de encuestas realizadas a moradores .....	212
ANEXO N°3. Formato de encuestas realizadas a los turistas.....	216
ANEXO N°4. Fotos realizando encuestas a los prestadores de servicios turísticos .....	221
ANEXO N°5. Fotos realizando encuestas a los habitantes .....	222
ANEXO N°6. Fotos realizando encuestas a turistas .....	223
ANEXO N°7. Ficha para la caracterización turística aplicada a la comunidad ...	224
ANEXO N°8. Ficha para el registro de inventarios turísticos.....	233

## INTRODUCCIÓN

El turismo tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de un destino con potencial a través de la conservación ambiental e integridad de la cultura. Como una actividad desarrollada a nivel mundial muchos países han podido progresar gracias a las iniciativas emprendidas, hasta convertirse en la principal fuente de ingresos.

La comuna Palmar es una organización jurídica con aproximadamente 9000 habitantes que dependen casi exclusivamente de la pesca, esta población posee una extensión de 2312.4 hectáreas y cuenta con varios atractivos de carácter natural y cultural. Presenta un bajo y casi inexistente desarrollo turístico en comparación con otras comunidades aledañas que se benefician de la actividad a lo largo del año en las denominadas temporadas, gracias a la cual han diversificado sus fuentes de ingreso y mejorado su calidad de vida.

Los recursos que posee este espacio turístico natural presentan un gran potencial, los mismos que no han sido debidamente empleados por los habitantes de la comunidad, esto debido a que la pesca es la principal actividad en la que basan su economía, sin considerar que la sobreexplotación del recurso ictiológico, sumado a los dramáticos cambios ambientales, pone en riesgo la continuidad, calidad y nivel de producción de la actividad pesquera que es la fuente principal de ingresos para la comunidad, motivo por el que han omitido el desarrollo del turismo, así como también los beneficios que su desarrollo sustentable aportaría a la riqueza de sus habitantes. El flujo de turistas que anualmente visita la provincia de Santa Elena en busca de diversión se dirige a los balnearios tradicionales que se encuentran en las comunidades de Ayangue, Montañita, y Olón, debido a que

pueden satisfacer sus necesidades y expectativas, que es lo requerido al momento de escoger a la provincia, por lo que Palmar con una adecuada planificación y aplicación de iniciativas de sus líderes comunitarios, pobladores y el aporte de profesionales en el turismo puede mejorar su situación actual.

Al transcurrir el tiempo, los sectores que en estos momentos poseen una gran demanda turística pueden decaer debido al exceso en la afluencia de turistas, y por otra parte el recurso ictiológico que posee Palmar peligra debido a la contaminación ambiental.

Por esta razón, es momento de que la comunidad de Palmar empiece un cambio que permita desarrollar su potencial turístico de manera sustentable y sostenible con el objetivo de diversificar sus fuentes de ingreso. La comuna está siendo afectada económicamente, por esta razón es necesario plantear la actividad turística como una alternativa, generando fuente de trabajo y progreso para el sector, siendo necesario el diseño de un plan de desarrollo turístico sustentable que permita el desarrollo de la misma, utilizando su potencial de una manera razonable, que oriente y permita captar de manera continua nuevos flujos de turistas y visitantes, así como también la aplicación de técnicas oportunas y viables para la conformación, promoción, comercialización y posicionamiento del producto a ofertar.

## **1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1. TEMA**

“Plan de desarrollo turístico sustentable para la comunidad de Palmar, provincia de Santa Elena”

### **1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.2.1. Planteamiento del problema**

La comuna Palmar se encuentra localizada en la línea costera del cantón Santa Elena, provincia del mismo nombre, a 32 km. al norte de la cabecera cantonal-provincial, sobre el eje vial-turístico conocido como “Ruta del Spondylus”.

Este puerto brinda muchas facilidades para la entrada de embarcaciones gracias al estero, conocido en ese entonces como “Estero de Balsas” por la gran cantidad de madera de balsa que era arrastrada por la correntada y la marea acumulándose en su interior, conformado por un brazo de mar que se introduce desde la playa al interior siguiendo la base del cerro Angaguel. A un costado de la desembocadura del estero, varias familias de pescadores procedentes de la provincia de Esmeraldas, Guayas y Manabí, viendo que este pueblo brindaba muchas facilidades en su estuario, decidieron asentarse en esta comunidad.

Según Parrales (1995) la población original se constituyó como un pequeño caserío, situándose en el pequeño valle comprendido entre el cerro Angaguel (al

norte) y el cerro María Guale (al sur), el mismo que en las cartas topográficas consta como “Perro Negro”. La denominación de “María Guale” le fue dada debido a que en la casa más próxima a dicho cerro residía una familia con ese apellido y la persona de mayor edad que habitaba en esta vivienda tenía tal nombre.

Los primeros foráneos que se asentaron en este lugar representaban aproximadamente 8 familias de humildes pescadores que son recordados con los nombres de María Pita, Genaro Parrales, Santos González, Trinidad González, Benigno Cacao, Aparicio Enriques, Toribio Tomalá, María Tomalá, Fidel Parrales, Pedro Antonio Rosales, José González, Manuela Guale, Jacinto Gonzales, Rosa Caiche, Felipe Vera y Josefa Caiche.

Posteriormente a raíz de la visita de dos sacerdotes de la ciudad de Guayaquil (Rafael Thomas y otro de apellido Barriga), hacia 1888, que impresionados por la belleza exuberante del lugar y la existencia de grandes palmas, sugirieron el nombre de Palmar para la localidad, tal cual se conoce hasta la actualidad.

Su playa y estero han sido utilizados desde antaño como sitios apropiados para el embarque y desembarque de pesca y mercadería. Palmar posee personería jurídica desde el 22 de febrero de 1938, lo que le permite acogerse a la autonomía y demás prerrogativas que establece la Constitución Política del Estado y la Ley de Régimen Comunal del Ecuador.

El 3 de diciembre del año 1983, tras aprobarse su Estatuto Jurídico e ingresar a la Federación de Comunas (FEDECOM), actual Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena, y tras la sentencia que delimitó definitivamente su

extensión y límites territoriales, se procedió a la inscripción de la propiedad comunal de la tierra ante el registrador de la propiedad del Cantón Santa Elena.

En la comunidad de Palmar existen alrededor de 2786 vivienda, las casas de los habitantes de esta localidad son de dos tipos: mixtas y de cemento; las viviendas mixtas se la considera así ya que están construidas con paredes de bloque o ladrillos y el piso de madera o en ciertos casos de tierra y el techo de eternit o zinc, siendo así que las otras viviendas son de bloque y cemento, los techos de eternit y el piso de cemento con sus respectivos servicios higiénicos, también existen casas de la Fundación Hogar de Cristo, utilizadas por un mínimo porcentaje de la localidad siendo de caña y zinc para lo cual pagan una cuota inicial según el diseño y modelo de la vivienda, además de cuotas mensuales. Actualmente gracias a la facilidad otorgada con el proyecto de vivienda del gobierno a través del Ministerio de Urbanización y Vivienda (MIDUVI), así como a la gestión de los líderes de la comunidad y otras personas del sector, se puede decir que existe un gran porcentaje de habitantes que han obtenido sus viviendas como beneficiarios de estos proyectos del Estado, siendo estos de una estructura muy convencional que se adapta a las necesidades de los habitantes de este sector.

Palmar cuenta con varios atractivos turísticos naturales y culturales tales como:

- El manglar (protege gran cantidad de flora y fauna)
- La playa: posee un oleaje tranquilo en donde se pueden realizar varias actividades para disfrutar en familia.
- La proximidad a playa Rosada.
- El Santuario Nuestra Señora de Fátima que es un atractivo muy importante dentro de la provincia.
- Mitos y leyendas.

### **1.2.2. Formulación del problema científico**

¿Un Plan de desarrollo turístico sustentable generado a partir de los lineamientos del PLANDETUR 2020, permitirá el afianzamiento del turismo en la comunidad?

### **1.2.3. Sistematización**

¿Qué es un plan de desarrollo?

¿Cuáles son los beneficios de un plan de desarrollo?

¿Qué es el turismo sustentable?

¿Cuáles son los beneficios de un turismo sustentable?

¿Para qué sirve un plan de desarrollo turístico?

¿Cómo se elabora un plan de desarrollo turístico?

¿Parámetros para la elaboración de un Plan de desarrollo?

¿Entes que intervienen en la elaboración del Plan de desarrollo?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La actividad turística tiene metas de desarrollo, ambientales y sociales mientras que el turismo comunitario tiene como principio fundamental la equidad social e integridad cultural.

La investigación que se propone realizar es de mucha **importancia** para el fortalecimiento de la comunidad de Palmar, la construcción de nuevas

capacidades, incremento de los ingresos económicos a las familias y ayudará a la articulación entre los diferentes actores o componentes turísticos de la comunidad, de gran importancia por su gran valor paisajístico y por la diversidad de atractivos turísticos. Además, los resultados obtenidos **beneficiarán** o contribuirán a mejorar las condiciones sociales, laborales y ambientales que generan beneficios de manera directa para la comunidad, ya que se orienta el desarrollo turístico desde una perspectiva de coordinación a través del diálogo en materia de turismo en relación con el requerimiento de la comunidad, haciendo que este sea consciente y responsable de su independencia y desarrollo con compromiso participativo de la población local.

El presente trabajo de estudio está basado en el **diseño** de un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la Comuna Palmar Provincia de Santa Elena, la investigación contiene toda la posibilidad y perspectiva requerida para ser llevada a cabo en esta comunidad, debido a que se fundamenta en todos los aspectos propuestos inicialmente.

#### **1.4. SISTEMA DE OBJETIVOS**

A continuación se enlistaran los objetivos que persigue la investigación.

##### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar la influencia de la planificación en la competitividad de la comuna como destino turístico, mediante un estudio que involucre a todos sus actores, para el diseño de un plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Palmar.

#### **1.4.1. Objetivos específicos**

- Determinar el grado de participación en la toma de decisiones para el destino.
- Identificar las estrategias turísticas que pueden ser aplicadas a un destino.
- Determinar cómo incide el nivel de planificación en la gestión de un destino.
- Determinar los componentes de la competitividad turística
- Determinar las estrategias para lograr competitividad en un destino turístico.
- Diseñar un plan de desarrollo turístico para la comuna Palmar año 2013.

#### **1.5. HIPÓTESIS**

La elaboración de un Plan de Desarrollo turístico ayudará para que Palmar sea considerado como atractivo turístico para visitantes, y por ende se logrará tener un mejor estilo de vida de sus pobladores.

#### **1.6. VARIABLES**

##### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

- PLANIFICACIÓN

##### **VARIABLE DEPENDIENTE**

- COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

## OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### CUADRO N° 1

#### CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE

VARIABLES	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS PARA LOS INDICADORES	INSTRUMENTOS REACTIVOS
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> <b>PLANIFICACIÓN</b>	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.	Proceso  Objetivos  Herramienta  Estrategias	Participación de líderes comunitarios, población en general y prestadores de servicios.  Objetivos de la comunidad, misión visión	¿Desearía participar en diferentes actividades que permitan el desarrollo turístico de la comunidad Palmar?	encuestas y entrevistas  encuestas y entrevistas  encuestas y entrevistas  encuestas y entrevistas  encuestas y entrevistas a entidades relacionadas al con el ramo

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

## CUADRO N° 2

### CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE DEPENDIENTE

VARIABLES	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS PARA LOS INDICADORES	INSTRUMENTOS REACTIVOS
<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b>  <b>COMPETITIVIDAD TURÍSTICA</b>	<p>Es la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor agregado que permita sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores.</p>	<p>Lugares de interés.</p> <p>Belleza natural o artificial.</p> <p>Lugar capaz de generar un desplazamiento turístico.</p>	<p>Acciones realizadas relacionadas al turismo.</p> <p>Turistas</p> <p>Publicidad y promoción que posee la zona de estudio.</p> <p>Técnicas y herramientas de investigación.</p> <p>Antecedentes y desarrollo del turismo</p> <p>Identificación de las características de un producto turístico</p> <p>Equilibrio ambiental social económico de la actividad turística.</p>	<p>¿se han establecido y puesto en práctica estrategias que ayuden a la explotación de los atractivos turísticos de esta zona?</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción que ha tenido al visitar esta comunidad?</p> <p>¿Cree usted que se debería aplicar publicidad y promoción en esta área de estudio?</p> <p>¿Considera importante establecer un proyecto turístico a la zona para generar beneficios económicos, turísticos y sociales?</p> <p>¿Está de acuerdo que la comunidad de Palmar se convierta en un producto turístico?</p>	<p>Guías de observación encuestas y entrevistas</p> <p>Guías de observación encuestas y entrevistas</p> <p>Encuestas a turistas</p> <p>Guías de observación encuestas a turistas y prestadores de servicios turísticos</p> <p>Encuestas a la comunidad, prestadores de servicio y entrevistas a comisión de turismo.</p>

**Fuente:** Investigación de Campo. (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

A continuación se expondrá toda la información documental utilizada para la investigación y el desarrollo de este trabajo de tesis, permitiendo definir los conceptos básicos que faciliten al lector la formación de ideas claras para la aplicación de las estrategias que ayudarán al desarrollo turístico de la comunidad de Palmar, la misma que aportara al crecimiento y fortalecimiento económico de los pobladores de esta comunidad e incentivándolos a mejorar su calidad de vida, lo cual se planteará en posteriores capítulos.

En este primer capítulo la información se dividirá en relación a la variable dependiente e independiente, estableciendo conceptos como: plan de desarrollo, desarrollo sustentable, turismo sustentable, turismo sostenible, atractivo turístico, tipos y clases de turismo, producto turístico, espacio turístico, entre otros conceptos que son claves y todo lo concerniente a competitividad turística para el desarrollo de este trabajo de tesis.

La comuna Palmar se encuentra localizada en la línea costera del cantón Santa Elena, provincia del mismo nombre, a 32 km. al norte de la cabecera cantonal-provincial, sobre el eje vial-turístico conocido como “Ruta del Spondylus”. Pese a su privilegiada ubicación geográfica y por los distintos recursos que posee este destino cuenta con un gran potencial turístico, el mismo que no ha sido utilizado de manera óptima para mejorar el desarrollo económico,

Social y turístico, a causa del desinterés de los dirigentes de la comunidad y de sus habitantes, ya que la pesca es su principal actividad en la dinamización de su economía. Esta situación ha llevado a la sobreexplotación del recurso ictiológico, lo que, sumado a los dramáticos cambios ambientales, ponen en riesgo la continuidad, calidad y nivel de producción de la actividad pesquera como fuente principal de ingreso, y han omitido a la actividad turística como un medio de llegar hacia las grandes masas de personas nacionales e internacionales que visitan la provincia, además de los grandes aportes que este ocasionaría, adquiriendo otras fuentes de ingresos para los pobladores, creando microempresas o brindando las diversas actividades afines al turismo de manera oportuna y viable para cubrir las expectativas de los turistas, encaminando a la mejora de la calidad vida de sus habitantes.

Es necesario mencionar que hasta la actualidad no se han creado proyectos que permitan dar relevancia y valor a las riquezas turísticas de la comunidad de Palmar, esto de acuerdo a la información brindada por el cabildo de la comuna, sin embargo el trabajo de tesis presentado pretende mejorar las actividades de tipo turístico, aplicando estrategias que permitan desarrollar sus atractivos utilizando el potencial turístico que posee, poco visitados hasta ahora, y convertirlos en destinos obligatorios para los turistas, incentivando a la comunidad a valorizar y conservar los patrimonios que poseen, logrando su posicionamiento en el mercado turístico.

La actividad turística tiene metas de desarrollo ambiental y social, además tiene como principio fundamental la equidad social y la reducción de la pobreza que guía a muchos negocios y actividades relacionadas a la actividad turística, es decir, que permite a la comunidad contar con un mecanismo de diálogo en materia de turismo, diseñando y orientando el desarrollo con compromiso participativo de la población.

## 1.2 PLAN

Un plan puede ser considerado como el final y el principio de la planificación, algunos de los autores consultados en este proceso investigativo, definen al plan a partir de la concepción del documento se puede decir que un plan es un documento en el que de manera general y de forma coordinada se encuentran: prioridades, objetivos, metas, criterios, disposiciones, políticas, estrategias, financiamiento, y una serie de instrumentos que con el fin de alcanzar los objetivos propuestos logren el desarrollo de una empresa o como en el caso de estudio un destino turístico.

El autor (Molina Sergio, 2004), resume el concepto del plan que expone en su texto, señalando que este se podría construir como una unidad en el proceso de planificación enmarcándose en un documento de revisión, orientación y reorientación, compuesto de elementos fundamentales que permitirán su ejecución y desarrollo de la empresa u organización, como se menciona a continuación:

- Contener un nivel técnico.
- Ser lo suficientemente flexible para responder a sus condiciones históricas y coyunturales.
- Considerar instrumentos de dirección y control para orientar su implementación.
- Enmarcar estrategias viables para el cambio social.
- Contener un grado relativamente alto de descentralización de decisiones.

Como se menciona en la definición anterior el plan es un documento que permite analizar la situación del problema existente en determinado lugar y el planteamiento de las diferentes estrategias, estableciendo los objetivos y metas

que se propongan en el desarrollo de las actividades turísticas de una empresa o como es el caso para la comunidad de Palmar.

### **1.2.1. Características del plan**

Según la información recolectada a través del autor (Chiavenato, I., 2000), este menciona las siguientes características del plan:

- El plan es un proceso continuo.
- Debe ser claro y preciso.
- Está siempre orientado hacia lo que va a pasar en el futuro, además de prever las dificultades y sus soluciones presentando medidas correctivas de solución.
- Establece metas a corto y mediano plazo.
- Está estrechamente ligado a las funciones como: organización, dirección y control
- El plan es una técnica de coordinación e integración.
- El plan es una técnica de cambio e innovación.

#### **1.2.1.1. Clases de plan**

El autor (Ivancevich Lorenzi, 1999), nos muestra su opinión profesional en la que se muestra la siguiente clasificación del plan, en base a los aspectos que desarrollen y cuáles sean sus objetivos, los planes se clasifican en 8 tipos, los cuales se mencionarán a continuación en el siguiente párrafo, que nos dice lo siguiente:

**Planes estratégicos:** son planes que se los realizan en periodos de largo plazo. Su función consiste en administrar el uso y disposición de los medios necesarios para alcanzar los objetivos generales de las empresas. Es necesario mencionar que dicha planificación es una inversión y no debe inducir a que la planificación detenga su proceso a no ser que la empresa pase por situaciones que pongan en riesgo su integridad.

- **Planes tácticos:** este plan se refiere a la manera en que se pueden desarrollar las estrategias en un periodo de tiempo determinado, utilizando y realizando las actividades de cada departamento de la organización para alcanzar el éxito que se pretende.
- **Planes según el plazo:** En este aspecto simplemente se determinarán estrategias que serán alcanzadas en periodos de tiempo determinados por la organización:
  - \* **Largo plazo:** son aquellos que se efectuarán más allá de los tres años cumpliéndose con los objetivos planteados.
  - \* **Mediano plazo:** el objetivo de la empresa será cumplido entre uno y tres años.
  - \* **Corto plazo:** los objetivos se alcanzarán en menos de un año, lo que permite ejecutar otras actividades según su planeación.
- **Planes funcionales:** Son las planificaciones que se elaboran en las áreas encargadas de las funciones más significativas de la empresa como la producción y venta.
- **Planes operativos:** Se refieren a la búsqueda de productos y servicios para la organización, luego de obtener el producto final se plantean las operaciones muy concretas para desarrollar operaciones específicas acompañado de otros factores que permitirán la rapidez y la calidad del producto o servicio.

- **Programas:** Determinan cuales son las secuencias de acciones que se van a emprender para cumplir con el objetivo que la directiva se plantee para la empresa.
- **Proyectos:** Se realizan para actividades y problemáticas complejas que tienen un fin y afectan a diversas áreas funcionales de la empresa, permitiendo un mejor funcionamiento, logrando la fidelidad y satisfacción de los consumidores.
- **Presupuestos:** Son planes que se refieren a la definición de los recursos económicos y financieros en un periodo de tiempo establecido, y que esté al alcance de las posibilidades de la empresa, sin que perjudique su economía.

### 1.2.2. Planificación

“La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización.” (Arena, 2011).

(Matus& Carlos, 2006) Mencionan que: “La planificación se refiere al cálculo que precede y preside la acción, para que la reflexión se identifique con la planificación debe relacionarse con la acción”.

(Matus& Carlos, 2006) Tienen otro concepto acerca de este tema como se lo expone a continuación:

"Llamaremos planificación al cálculo situacional sistemático que relaciona el presente con el futuro y el conocimiento con la acción. La reflexión que es inmediateista, tecnocrática y parcial no es planificación, y tampoco es planificación la reflexión que se aísla de la acción y deviene en mera investigación sobre el futuro”.

En conclusión estos autores definen a la planificación desde una perspectiva amplia como cualquier proceso racional de anticipación y toma de decisiones en el mejoramiento de las actividades económicas y administrativas de una empresa u organización, consolidando cada una de sus áreas para potencializar sus recursos, o como en el caso de estudio, prever las actividades turísticas dentro de la comunidad para obtener visitas frecuentes de los turistas que visiten la provincia. La planificación tradicional contiene componentes y etapas que deben ser consideradas como subprocesos integrantes de un proceso sistémico de exploración imperfecta del futuro por parte de los agentes económicos y las organizaciones económicas, sociales y políticas interesadas en que los cambios no ocurran sólo por circunstancias casuales o fuera de su ámbito de control como se la presenta en el siguiente esquema N°1.

**ESQUEMA N° 1  
ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN TRADICIONAL**



**Fuente:** Lira Luis, la confección de estrategias de desarrollo,(1999)  
**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

Según el gráfico, el origen y punto de partida en el proyecto político o en los acuerdos sociales son mínimos, a partir de lo cual debe especificarse la imagen-objetivo, que es un modelo de diversa precisión y coherencia de la realidad según sea el caso, con la intención de construir en un determinado sitio la investigación y el enfoque hacia el futuro.

### **1.2.3. Plan de desarrollo**

El plan de desarrollo es una herramienta de gestión útil para impulsar el progreso social de una comunidad en una determinada región, buscando la integración y la unidad de propósitos generales, lo cual incluye una visión estratégica hacia el futuro, intentando mejorar la calidad de vida de las personas mediante la atención de sus necesidades básicas.

#### **1.2.3.1. Razones para formular un plan de desarrollo**

(Molina, Sergio, 2005) Señala que hay al menos 6 razones para formular, con métodos participativos, el Plan de Desarrollo de una comunidad:

- El plan de desarrollo es un instrumento válido cuando se emprende algún negocio dentro de una empresa o en una comunidad, este es un programa que se encuentra destinado a:
  - ✓ Contribuir ya mejorar la calidad de vida de los trabajadores o de la población.

- ✓ Aportar al fortalecimiento social, aplicando una metodología de participación activa entre la comunidad y turistas que visitan los destinos turísticos y que esta sea una experiencia de acción repetible en el futuro.
  - ✓ La comunidad involucrada requiere de la participación constante y organizada de sus ciudadanos para mejorar su calidad de vida y la colaboración activa en las actividades turísticas que se emprendan para lograr su desarrollo turístico, y ser parte activa y económica de la provincia.
- 
- El plan de desarrollo se sustenta en acciones donde las asociaciones, empresas turísticas y otras que se lucren de esta actividad, tendrán la responsabilidad de organizar, promover, ejecutar, coordinar y gestionar los trabajos que permiten alcanzar las metas que la empresa o el destino turístico se planteen en periodos de tiempos determinados, beneficiando a la comunidad tanto económica y moralmente, incentivándoles a mejorar su calidad de vida.
  - En el plan de desarrollo cada una de las empresas u organizaciones comunitarias tienen una tarea importante que hacer, ya sea porque lo asumen directamente o porque son parte de un Grupo de Trabajo o de un Comité de Coordinación, con el propósito de mejorar la actividad turística obteniendo una afluencia de visitantes concurrente.
  - El plan de desarrollo requiere una armónica relación entre las empresas públicas, privadas y comunitarias, trabajando en conjunto en la búsqueda

De un objetivo sin dejar de ser constante en capacitaciones, educación y mejorar su infraestructura.

- Empezar nuevas acciones para alcanzar nuevas metas, no solo basta darle sostenibilidad a la inversión realizada, hay que avanzar hacia nuevas metas, cada vez mayores, cada vez más amplias, pero avanzar de manera segura.
- Facilitar y potenciar el trabajo interinstitucional de las organizaciones comunitarias, requiere también de los principios de complementariedad y subsidiariedad que para este caso son el aporte de los operadores públicos y privados, y de la empresa privada interesada en el desarrollo de la comunidad.

#### **1.2.4. Planificación como herramienta de desarrollo turístico**

Se puede destacar en el texto de (Boullón Roberto, 2007), que al hablar de desarrollo existen dos medios para este proceso, los cuales a continuación se indican:

- El crecimiento espontáneo originado por las necesidades del momento sin tener en cuenta el impacto que ocasiona a través del tiempo.
- El proceso de la planificación con objetivos y metas a lograr de manera consciente para disminuir los efectos negativos y maximizar los efectos positivos determinando el desarrollo del negocio o el destino turístico.

El desarrollo turístico en la comunidad de Palmar crea la posibilidad de abrir la participación de todos sus habitantes y crear alianzas que permitan desarrollar las actividades turísticas, manejando de manera correcta sus recursos naturales y

culturales. Esta acción es significativa ya que permite formular planes de desarrollo desde la perspectiva de superación de los pueblos y enfrentar los desafíos del desarrollo.

### **1.2.5. Desarrollo**

El autor (Vargas Hernandez, 2008) manifiesta el concepto de desarrollo como:

“Un proceso dinámico, en permanente desequilibrio, que tiende al incremento de las condiciones de vida de toda la población del mundo, en los términos que las personas deben definir, disponiendo de la información necesaria para analizar las consecuencias de la definición acordada”.

El autor Vargas puntualiza que el desarrollo es un proceso que involucra múltiples dimensiones como la económica, social, infraestructura, tecnología, estilo de vida y que implica un cambio a nivel individual de las conductas y actitudes de las personas.

El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE, 2002) considera al desarrollo como la “acción y efecto de desarrollar o desarrollarse; y por desarrollar extender lo que está arrollado, deshacer un rollo”.

Para el autor (Rist Gilbert, 2000) menciona que el desarrollo significa:

“El resultado de prácticas que consisten en transformar la naturaleza y las relaciones sociales, con miras a una producción creciente de mercancías destinadas, a través del intercambio, a una demanda solvente”.

(Hidalgo Tuñon, 2000) Manifiesta que el desarrollo es “Progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente las comunidades humanas”.

El desarrollo de una empresa o comunidad no puede definirse sino por las diversas características externas que estas poseen y que son observables en el proceso de transformación para mejorar el atractivo, características como infraestructura, servicios básicos, vías de acceso, tecnología, medios de transporte, empresas de servicios, entre otros que permitirán que el turista que visita el destino permanezca dentro del atractivo.

#### **1.2.5.1.Desarrollo sostenible**

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2000), define al desarrollo sostenible como:

“La adecuada optimización de los recursos disponibles para definir un plan de trabajo que sepa aunar y coordinar el medio ambiente, sanidad, legislación, urbanismo, ingeniería y otras disciplinas para definir el modelo de desarrollo turístico que se desea seguir”.

La comunidad de Palmar en la actualidad no posee una estructura hotelera, restaurante su otra actividad relacionada al turismo, pero con el plan de desarrollo se pretende enfocar e incentivar en la comunidad para que aporten en el proceso enfocándose en la protección de su medio ambiente y sin perjudicarlo.

#### **1.2.5.2. Modelo de desarrollo**

A continuación se muestran 2 modelos para la elaboración de planes de desarrollo turístico.

El modelo que se muestra en el esquema 2 persigue 7 fases:

**Fase I** Se propone la idea de la creación del Plan de Desarrollo Turístico para el destino, es necesario en esta fase establecer un grupo de trabajo y realizar talleres participativos para que la comunidad trabaje en la elaboración del plan ya que ella es la que conoce las necesidades de la población.

**Fase II** En esta fase se le muestra al grupo de trabajo los avances de la primera fase en donde se realiza un diagnóstico de la situación turística de la comunidad, se enlista el potencial turístico existente en el territorio.

**Fase III** Esta fase va muy ligada a la anterior ya que se realiza un diagnóstico de la situación turística, se enlistan y valoran los atractivos turísticos que van a ser considerados en el plan. Se realiza un análisis de la oferta turística y de la demanda, todo concerniente al aspecto interno del territorio.

**FASE IV** En la cuarta fase se formula el plan de acción turístico, en donde se plantean las estrategias que se persiguen en el plan, también se formulan los objetivos, cronograma de trabajo y los posibles inversionistas para el programa, esta fase se realiza una vez que se define el potencial turístico que se desea utilizar para la elaboración del plan.

**FASE V** En la quinta fase se elabora un informe en donde se mencionará el modelo de gestión con el que se desea trabajar en el plan que se elaborará también se muestra el presupuesto que se considerará.

**FASE VI** Esta fase es muy importante dentro del plan ya que se propone la capacitación para la población, lo cual es de vital importancia porque la comunidad debe conocer la importancia del turismo los beneficios que una adecuada planificación aporta para una comuna, y saber que esta actividad puede mejorar su situación económica.

**FASE VII** Esta fase es tan importante como la anterior ya que las ambas van de la mano considerando que la población refleja la imagen turística de la comuna y de esta depende la aceptación que se tenga por parte de los turistas.

### Esquema # 2

#### Esquema Metodológico para elaborar un Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio

No	Fases	Componentes
I	Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico del territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimiento de un foro de participación</li> <li>- Selección grupo de trabajo</li> </ul>
II	Prospección previa del territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radiografía del territorio y de la situación turística</li> </ul>
III	Diagnóstico de la situación turística del territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inventario de atractivos</li> <li>- Análisis de la oferta local</li> <li>- Análisis de la demanda</li> <li>- Infraestructura y servicios</li> <li>- Análisis de la competencia</li> <li>- Análisis de la tendencia</li> <li>- Análisis FODA</li> </ul>
IV	Formulación del plan de acción turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identidad del territorio</li> <li>- Objetivos y áreas de acción</li> <li>- Estrategias y acciones</li> <li>- Cronograma de ejecución</li> <li>- Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación</li> </ul>
V	Elaboración presupuesto de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo de gestión del plan estratégico</li> </ul>
VI	Elaboración del plan de capacitación (fase complementaria)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de capacitación y formación</li> </ul>
VII	<b>Participación y concienciación social (fase transversal)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Convocatoria foro de participación</b></li> <li>- <b>Presentación pública del plan estratégico</b></li> </ul>

**Fuente:** (Blanco, Guía para la elaboración del Plan de desarrollo Turístico de un Territorio, 2008)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

El autor (José, 2007) presenta el modelo de Planificación de Gestión y Evaluación del Desarrollo Sostenible que consta de 3 fases todas ellas muy importantes para la elaboración de un plan de desarrollo sustentable de un determinado territorio; a continuación se menciona el contenido de cada fase que se plantea en el esquema:

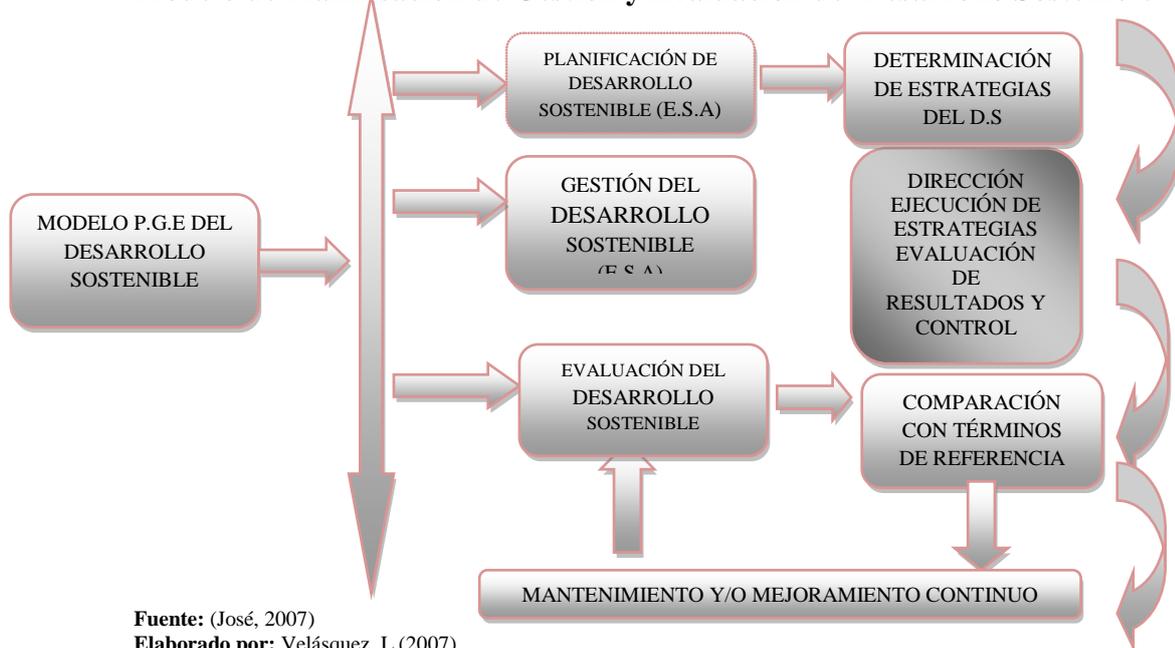
**Fase I** En la planificación del desarrollo sostenible estas fases van de la mano una tras otra. En este punto se realiza la selección o determinación de estrategias necesarias en las áreas específicas en las que se va a incursionar para la elaboración del Plan de Desarrollo Sostenible.

**Fase II** La gestión del desarrollo sostenible es importante dentro de la actividad turística para poder desarrollar lo programado, en este apartado se establece la dirección, ejecución de estrategias, evaluación de resultados y control de la ejecución de las estrategias, ya que están son la actividades gerenciales, siendo importante realizarlas también en la actividad turística.

**Fase III** La evaluación del desarrollo sostenible es la etapa final en donde se evalúan las estrategias planteadas en la fase I y se pueden corregir o mejorarse dependiendo de las falencias que se encuentren en el proceso de evaluación. Este proceso es muy importante ya que resulta necesario dar seguimiento a cada una de las actividades planteadas en cada estrategia.

### Esquema # 3

#### Modelo de Planificación de Gestión y Evaluación del Desarrollo Sostenible



Fuente: (José, 2007)  
 Elaborado por: Velásquez, L (2007)

### 1.2.5.3.DESARROLLO SUSTENTABLE

El concepto de Desarrollo Sustentable fue utilizado por primera vez en el reporte, llamado "Nuestro Futuro Común", publicado en 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo especificando que:

"El desarrollo es sustentable cuando satisface las necesidades de la presente generación sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para que satisfagan sus propias necesidades". (Bruntland, 1987).

El desarrollo sustentable, debe satisfacer ciertas condiciones, además de ser realizado en el destino y adecuado a las necesidades del mismo, a través de la autogestión, es decir, planificando, ejecutando y administrando las actividades por parte de los propios sujetos del desarrollo turístico que velarán para que la comunidad siga su proceso de mejora.

A continuación se presentan los diversos tipos de sustentabilidad que el autor (Rios Calvelo, 2005) menciona en su texto:

- **Sustentabilidad económica:** dispone de los recursos monetarios necesarios para darle permanencia al proceso, sin que este afecte al desarrollo del proyecto, sin exagerar y controlando el destino del dinero que se maneje.
- **Sustentabilidad ecológica:** protege las bases de los recursos naturales existentes en el atractivo turístico, visualizándose hacia el futuro y sin dejar de utilizarlos para que se realicen actividades dentro de estos destinos.

- **Sustentabilidad social:** aplicado para que los modelos de desarrollo y los recursos derivados del mismo beneficien por igual a toda la comunidad para la conformidad y el desarrollo efectivo del proyecto.
- **Sustentabilidad cultural:** favorece la diversidad y especificidad de las manifestaciones existentes como parte del patrimonio de la población, sin restringir la cultura a un nivel particular de actividades, sino incluyendo en ella la mayor variedad de actividades humanas.

El autor (Mendez Ricardo, 2002) resalta en su libro la ley general del equilibrio ecológico y la protección al ambiente; en su artículo 3° fracción XI, define al Desarrollo Sustentable como:

"El proceso evaluable mediante criterios e indicadores del carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras".

Como es de conocimiento para todos los involucrados en el ámbito turístico, en este medio el turismo es una actividad que ocasiona un gran impacto económico y social, donde trata de involucrar a distintos grupos de personas como, los turistas que buscan la satisfacción de recibir un servicio de calidad en conjunto con atractivos donde se puedan realizar diversas actividades, además de mejorar el nivel de vida de los habitantes, para lo cual se vuelve necesaria una mejor distribución de la riqueza y del espacio tratando de conservar el medio ambiente físico que forma parte de la comunidad y el producto que la población ofrece a los turistas que visitan el destino.

### **1.3. COMPETITIVIDAD**

Existen varias definiciones acerca de la competitividad, sujetas a muchas interpretaciones y formas de medición, estas muestran la posición comparativa de las empresas, organizaciones o países. A continuación se presentan varios de los conceptos recolectados por diversos autores:

Dentro del (Foro Económico Mundial, 1996) se define a la competitividad de la siguiente manera:

“La competitividad de las naciones es un campo del conocimiento económico que analiza los hechos y políticas que determinan la capacidad de una nación para crear y mantener un entorno que sustente la generación de mayor valor para sus empresas y más prosperidad para su pueblo”.

Para (Araoz M, 1998) la competitividad es:

“El resultado del entretrejo de una serie de factores económicos, geográficos, sociales y políticos que conforman la base estructural del desarrollo de una nación.”

En cambio el autor (Porter Michael, 1990) define a la competitividad de la siguiente manera:

"La capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan”.

Se llega a la conclusión de que la competitividad está inmersa en la sociedad y es el resultado de las operaciones que una organización o empresa desarrolla para que su entorno mejore acentuando su factor económico y social, manteniendo una posición destacada frente a las otras empresas con su misma característica. Para las empresas este término está relacionado a la capacidad y la manera de competir en el mercado creando una balanza comercial frente a las empresas con similares características.

### **1.3.1. Niveles de la competitividad**

El autor (Bejarano Jesús, 1998) menciona que existen 4 niveles de competitividad, los cuales serán analizados a continuación:

- **Nivel meta:** son los valores y filosofías de las empresas u organizaciones, su visión en las economías y la participación constante de sus miembros para buscar su desarrollo universal, incluyendo aspectos como el sistema político, social y la conexión con la sociedad, que permitan fortalecer su estructura orgánica empresarial.
- **Nivel micro:** se refiere a la capacidad de una empresa para mantener una posición en el mercado.

Este punto se refiere al comportamiento de la asociación o empresa dentro del mercado y de otros aspectos como la productividad, los costos, su organización, la innovación tecnológica, el tamaño, la gestión empresarial, conciencia ambiental de la empresa hacia la comunidad, diversificación y control de calidad de los productos, materia prima y su avance de comercialización.

- **Nivel meso:** es el resultado de las estrategias de cooperación y competencia de las empresas a nivel local, regional o nacional, primordialmente a los resultados políticos, públicos y de los actores económicos o sociales del medio en que se desenvuelve haciendo partícipe de este proceso a la comunidad.
- **Nivel macro:** se define como la calidad del entorno económico e institucional para el desarrollo sostenible de las actividades productivas privadas y el aumento de la productividad.

#### **1.3.1.1. Factores determinantes en la competitividad**

A continuación se presenta lo expuesto por el autor (Porter Michael, 1990) acerca de los factores determinantes de la competitividad:

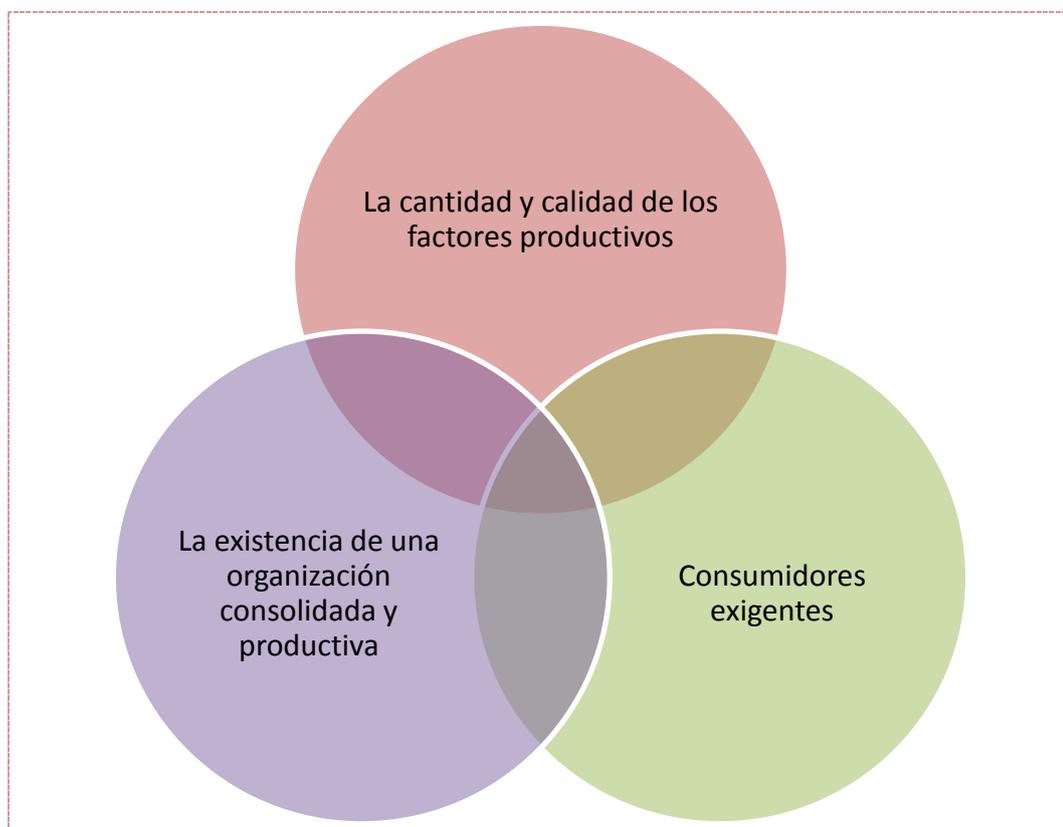
- La cantidad y calidad de los factores productivos, equipo de trabajo, recursos materiales y naturales, su capital e infraestructura que poseen, así como las habilidades, destrezas, conocimientos y medios, y sus equipos tecnológicos especializados determinan su capacidad para generar y asimilar innovaciones de manera rápida sin perjudicar el producto final en cuanto a la calidad que este debe de poseer.
- Es notable la presencia de consumidores exigentes que presionan a las empresas con la demandas de productos innovadores, con precios razonables, con excelente calidad y que se acoplen a sus necesidades de consumo.
- La existencia de una organización consolidada y productiva conformada por otras pequeñas empresas que sean eficientes con proyecciones y enfoques a la calidad y prestación de servicios, que alienten la

competitividad mediante una oferta interna especializada de sus productos, tecnologías y habilidades para sustentar un proceso de innovación que garantice a largo plazo la excelencia en cadenas productivas.

En conclusión estos factores determinantes de la competitividad forman un sistema dinámico que hace de las empresas un todo que les permite subsistir dentro del medio competitivo y sobresalir en el mercado.

#### ESQUEMA N° 4

#### FACTORES DETERMINANTES DE COMPETITIVIDAD



**Fuente:** Michael Porter (1990)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

### **1.3.2. Competitividad turística**

La competitividad dentro de la actividad turística está compuesta por las empresas o establecimientos que debido a los gastos y consumos de los visitantes proporcionan grandes ingresos económicos por sus ventas de servicios o productos, además de que estos generan una cadena de consumos dentro de un determinado lugar o cerca de ellos. Como es de conocimiento para los profesionales de turismo esta se encuentra dividida en dos sectores como el de las empresas de servicios (hoteles, transportación, museos, galerías, etc.) y el de las empresas de productos (restaurante, locales artesanales, bares, tiendas de ropas, etc.).

Pero esto no se da si no se toma en cuenta las necesidades y motivaciones de viaje de los turistas hacia el destino, ya que son determinantes en su experiencia del disfrute su infraestructura, su ambiente socio cultural y otros factores que intervienen en la actividad turística.

La competitividad depende de las empresas, o como en este caso de estudio del atractivo, en innovar de manera sostenida el fomento de sus atractivos como lo menciona (Porter Michael, 1990).

“no son los territorios que compiten sino las empresas que se encuentran dentro del destino debido a que son estas las que generan la atracción y motivan el consumo turístico, y dependen de la imagen del lugar, organización, infraestructura, ubicación geográfica y la calidad de sus servicios y productos, es evidente que los beneficios de la naturaleza y la calidad territorial no es suficiente para garantizar la competitividad turística, sino que es necesario el aporte de las empresas de promoción, comercialización y de servicio”

### 1.3.2.1. Diamante de Porter aplicado al turismo

(Porter Michael, 1990) Menciona que:

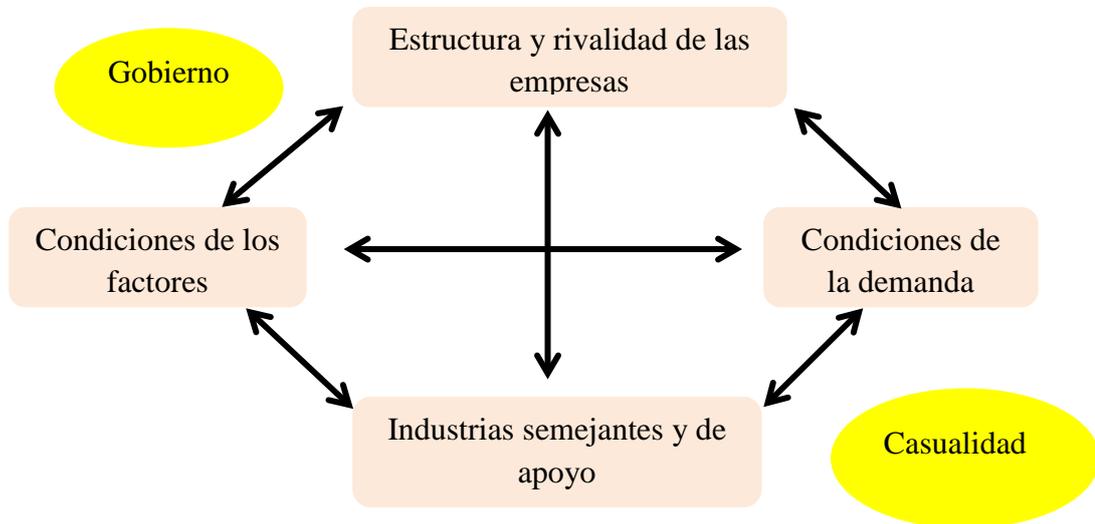
“Se asume al turismo como un sector, donde se obtiene los factores del entorno que permiten a la competitividad, este modelo está conformado por 4 grupos principales y 2 secundarios”.

Dentro de los principales se encuentran:

- **Condiciones de los factores:** que involucra a la producción, los recursos naturales y creados que posee el destino turístico, la infraestructura y la tecnología que es necesaria para asegurar la estadía de los turistas.
- **Condiciones de la demanda:** el tamaño del destino y de las empresas que se encuentran en el destino, características y grado de exigencia de los consumidores con el propósito de satisfacer sus necesidades.
- **Industrias relacionadas y de apoyo:** sirven de soporte para el fortalecimiento de las actividades turísticas dentro del destino.
- **Estructura y rivalidad de las empresas:** esta depende mucho de la manera en cómo se encuentran organizadas las empresas turísticas compitiendo sanamente sin crear conflictos que influyan con la permanencia de los turistas.

Los factores secundarios son el gobierno y los hechos fortuitos que determinan el futuro del sector. A continuación se presenta el modelo del diamante de Porter:

**ESQUEMA N° 5**  
**Modelo del diamante Porter**



**Fuente:** Diamante de (Porter Michael, 1990)  
**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

### 1.3.3. Turismo

El término turismo, desde su inicio hasta la actualidad, ha sido tema de estudio de diversos autores, quienes dan sus distintos criterios en base a sus pensamientos y conocimientos. A continuación se presentan algunos conceptos de turismo.

(OMT, 1993) Da su conceptualización del término turismo y la define de la siguiente manera:

“El turismo comprende todas las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su residencia habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año y para ir de vacaciones, trabajar u otras actividades”

Para el autor (Francisco de la Torre, 2004) el turismo es:

“Un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

El autor (Beni, Mario, 2006) en cambio da su criterio acerca del turismo señalando que es:

“Un sistema abierto que realiza intercambios con el medio que lo circunda y por extensión, es interdependiente, nunca auto-suficiente. Justamente por ser abierto mantiene un proceso continuo de relaciones dialécticas de conflicto y colaboración con el medio circundante”

(Capace G., 2005), resalta que el turismo, desde su criterio, es:

"La actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación”.

Los autores (Antich & Arcarons, 2004) definen al turismo en base a sus conocimientos como:

“El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos.”

(Lexus Editores, 2007) Se refieren al turismo de la siguiente manera:

“Es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas (agricultura, construcción, fabricación) y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas”.

(San Martín J., 2005) considera al turismo como:

“La suma de tres factores: tiempo libre, ingresos económicos no necesitados para satisfacer necesidades personales como comida, casa, transporte, etc., y una consideración positiva o tolerancia por parte de la sociedad a la que se pertenece, hacia el hecho de viajar”

En relación a los distintos criterios de los autores consultados durante la investigación, el autor de este trabajo de tesis resume que el turismo es un fenómeno social que aporta a la economía y desarrollo de un sector, con la capacidad de producir cambios profundos en su entorno inmediato, involucrando a los diferentes grupos de individuos, como a los habitantes, creando plazas de trabajo e incentivando a crear micro empresas que permitan dar el sustento a sus familias, involucrando también a quienes se desplazan de un lugar a otro con el propósito de satisfacer sus necesidades a través de la actividad turística en un periodo de tiempo determinado.

#### **1.3.4. Tipos de turismo**

A continuación se mencionaran los tipos de turismo que el autor (Romero Luis, 2003) los tipos de turismo que se pueden realizaren un lugar turístico son:

- **Turismo Receptivo:** Es aquel que recibe visitantes o turistas de distintos lugares para buscar actividades que puedan realizarse dentro del destino y

es un factor económicamente rentable, para quienes ofrecen servicios y otros negocios afines al turismo.

En la actualidad la comuna de Palmar no posee una afluencia turística aceptable, siendo un sector que se encuentra localizado en una de las zonas turísticas más reconocidas del Ecuador y parte de Latino América, como es la Ruta del Spondylus, una de los recorridos con mayor afluencia turística durante todo el año, que presenta el desinterés de los turistas por visitar la comunidad debido a la falta de sitios que capten la atención, de servicios que complementen la actividad turística y la nula promoción de sus atractivos.

- **Turismo Interno:** Es la actividad que realizan determinados grupos de habitantes de un país sin salir de su territorio, es de gran importancia por ser el conductor y receptor de la riqueza nacional entre las diferentes regiones del país.

La comunidad de Palmar pese a ser un sitio que tiene recursos naturales como la playa, el bosque de manglar, además de poseer uno de los lugares religiosos llamativos de la región como es el Santuario de Palmar, no es concurrentemente visitado por turistas a consecuencia del desconocimiento de su existencia.

### **1.3.5. Clases de turismo**

El autor (Romero, Luis, 2003) Clasifica al turismo en diversas actividades, a continuación se detallan las más relevantes que se pueden desarrollar en la comunidad de Palmar:

- **Turismo de Sol y Playa:** Es la actividad voluntaria que obedece a un impulso natural y propio, que tiene por objeto restaurar o recuperar la capacidad orgánica y psíquica de las personas.  
La comuna Palmar posee una extensa playa donde los turistas pueden realizar diversas actividades recreacionales, así como su parque donde los más pequeños pueden distraerse en los distintos juegos.
- **Turismo Vacacional:** Es aquel que realizan las personas en uso de su descanso legal, otorgado por las leyes, o las diferentes posibilidades de vacaciones prolongadas que le faculta su actividad o tipo de trabajo.
- **Turismo Deportivo:** cuando un determinado grupo de personas se desplaza con el fin de participar en alguna actividad deportiva.
- **Turismo Religioso:** surge cuando un grupo acude al núcleo receptor, motivados por el deseo de participar y conocer los sitios religiosos.

Gracias a la iglesia que en este lugar se encuentra se puede realizar este tipo de actividad para los devotos católicos a la imagen de la “Virgen de Fátima”, sitio que se encuentra entre la denominada ruta de las iglesias, elegido por su ubicación e infraestructura.

- La (SECTUR) Secretaria de Turismo en la página web (Semarnat, 2012) define al Turismo de Naturaleza como:

“Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer,

respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

### **1.3.6. Turismo como sistema**

El autor (Molina, Sergio, 2005) señala que “El turismo es un sistema integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar los siguientes objetivos”:

- Contribuir a la evolución integral de individuos y grupos humanos.
- Promover el crecimiento y el desarrollo económico y social.
- Proporcionar descanso y diversión.

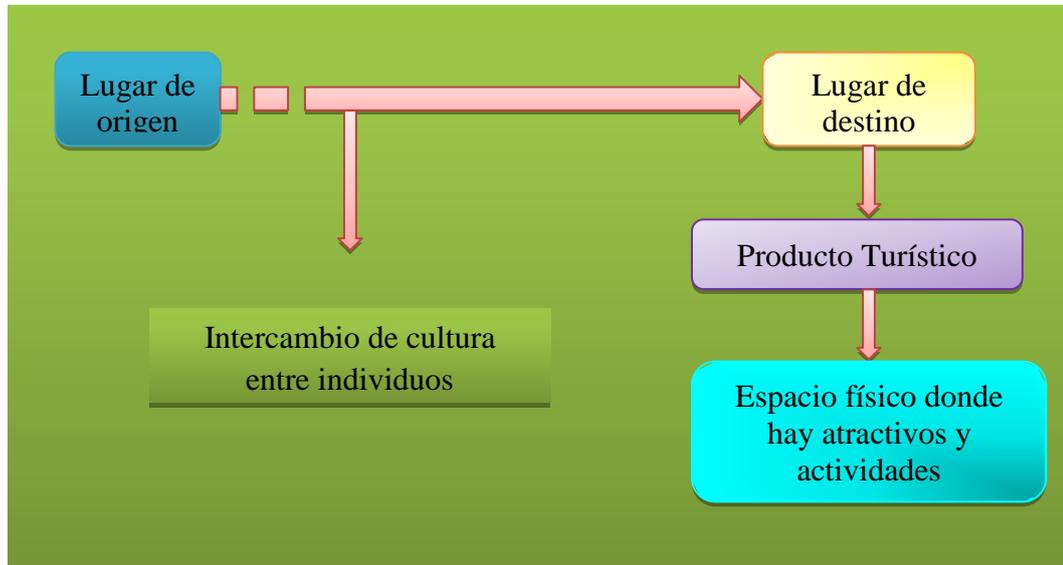
Por su parte (Capece G, 2002) Menciona que:

"La actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación”.

Los objetivos del sistema turístico implican tanto a los turistas como a los individuos que ocupan persistentemente el espacio en el cual se manifiesta la actividad turística, es decir, las comunidades locales o receptoras que junto con los turistas llegan a ser los privilegiados del sistema. A continuación En el esquema N. 6 se muestra una concepción del turismo como sistema.

## ESQUEMA N° 6

### TURISMO COMO SISTEMA



**Fuente:** Turismo y sustentabilidad.

**Elaborado por:** Tomalá I. (2013)

En el esquema anterior se ofrece al lector una perspectiva más completa acerca del turismo, explica como un turista viaja desde su lugar de origen hacia el destino donde se encuentra el producto turístico a visitar, además de identificar los diversos atractivos que dentro del sitio se pueden encontrar, los cuales tienen como finalidad cautivar al turista y convencerlo de que tome una decisión de quedarse y consumir los productos, bienes y servicios que el destino ofrece, en la que se produce un intercambio de conocimientos y costumbres de vida de las personas involucradas.

#### 1.3.6.1. Turismo sustentable

La primera definición de turismo sustentable fue expuesta en el año de 1991, en el marco del 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en

Turismo, y surgió como aplicación del principio de desarrollo sustentable, adicionalmente se presentarán otras definiciones propuestas por diversos autores:

La Organización Mundial del Turismo - (OMT, 2000) señala que:

"El turismo sustentable es aquel que atiende las necesidades de los viajeros actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro".

El autor (Mantero Juan, 2005) define al turismo sustentable como aquel que busca "Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de satisfacciones propias de las generaciones futuras".

Para (Perez Mónica, 2004), el turismo sustentable es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para los siguientes fines:

- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Proveer mayor calidad de experiencia para los turistas y visitantes.
- Preservar la calidad del medio ambiente de la población y del ambiente de los visitantes.
- Lograr mayores niveles de rentabilidad económica gracias a la actividad turística como medio de ingresos para los residentes locales.
- Obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos, que invierten en infraestructura y generan empleos para la localidad.

La biodiversidad, infraestructura, vías de acceso, la riqueza natural y cultural que un determinado sector posee, permiten que sea un atractivo competitivo dentro del mercado turístico, lo que permite impulsar el crecimiento económico de la

comunidad hasta convertirlo en una de las principales fuentes generadoras de divisas.

En la actualidad los proyectos más exitosos de desarrollo turístico plantean un contexto de sustentabilidad, donde nace la necesidad de proteger los recursos naturales que posee para que se conviertan en la base de nuevos proyectos donde se promueva la participación activa de la comunidad, permitiéndoles que los recursos generados por dicha actividad turística cambien su calidad de vida y la de sus generaciones.

El turismo sustentable, como actividad económica, busca garantizar la conservación propia del sector en el que se desarrolla, además que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre la gente nativa y los individuos que vienen de otras ciudades o países, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad turística es compartida de forma equitativa, además los turistas tienen un puesto participativo en su experiencia de viaje dentro del atractivo, mientras que el habitante desarrolla sus capacidades, habilidades y destrezas en las distintas áreas en las que se desenvuelve garantizando la fidelización de los turistas hacia el consumo de su producto.

### **1.3.7. Beneficios del desarrollo del turismo sustentable**

La (OMT, 2002) indica que:

“En cualquier tipo de desarrollo resulta esencial mantener el sentido histórico, cultural y de identidad de la población local del lugar en el que éste se produce, concretamente en el desarrollo turístico, esto se podría lograr tomando en cuenta los siguientes aspectos”:

- El turismo sustentable alienta al entendimiento de los impactos del desarrollo turístico en la naturaleza, la cultura y el comportamiento humano, para crear conciencia del valor turístico que poseen.
- El turismo genera fuentes de empleo, directa o indirectamente tanto en el sector del turismo, como en las otras actividades afines a la actividad turística.
- El turismo genera intercambios de conocimiento, cultura y economía con el exterior.
- El turismo transforma y mejora la economía de la localidad, principalmente en las áreas rurales donde la ganadería, la agricultura y la pesca son su principal fuente de ingresos económicos, pero ven en el turismo otra manera de subsistir sin perjudicar a la naturaleza donde habitan.
- El turismo estimula los cambios en su imagen debido a que se mejoran sus vías de acceso, infraestructura, transportación, las comunicaciones, incremento de la tecnología, entre otros cambios que harán sentir a los turistas conformes dentro del destino.
- El turismo crea zonas de ocio que pueden ser utilizadas por la población local y por los turistas que visitan el destino.

### **1.3.8. Producto turístico**

El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen a los distintos grupos de turistas dentro del mercado en forma individual o combinada para lograr captar su atención y lograr la fidelización cubriendo cada una de sus expectativas.

(Iglesias Tovar, 2007) Menciona que:

“Para un producto turístico el concepto de posicionamiento se extiende hasta involucrar una serie de políticas y prácticas, a través de las cuales se recolectan las estrategias operativas del producto, el destino que lo ofrece y presta y el perceptor turista, que juega un papel indispensable en la prestación de los servicios turísticos dentro de un determinado sector”.

Un producto turístico según (López & De León, 2002) “Es un conjunto de servicios, facilidades y actividades turísticas que se aprovechan, cuyo objetivo principal es el conocer un atractivo que lo motive”.

El producto turístico está compuesto por diversos componentes que integran la actividad y por consiguiente el desarrollo turístico de un determinado atractivo complementando la estadía y visitas frecuentes de los turistas que llegan hacia el destino para consumir todos los productos y servicios que ofrece la comunidad, logrando su desarrollo armónico, tratando de conservar al máximo sus recursos, y realzando la calidad de vida de la localidad. Los componentes de un producto turístico son: atractivos turísticos, planta turística, infraestructura de uso turístico, motivaciones, facilidades y accesibilidad como se presenta en el esquema N. 7

#### ESQUEMA N° 7 PRODUCTO TURÍSTICO



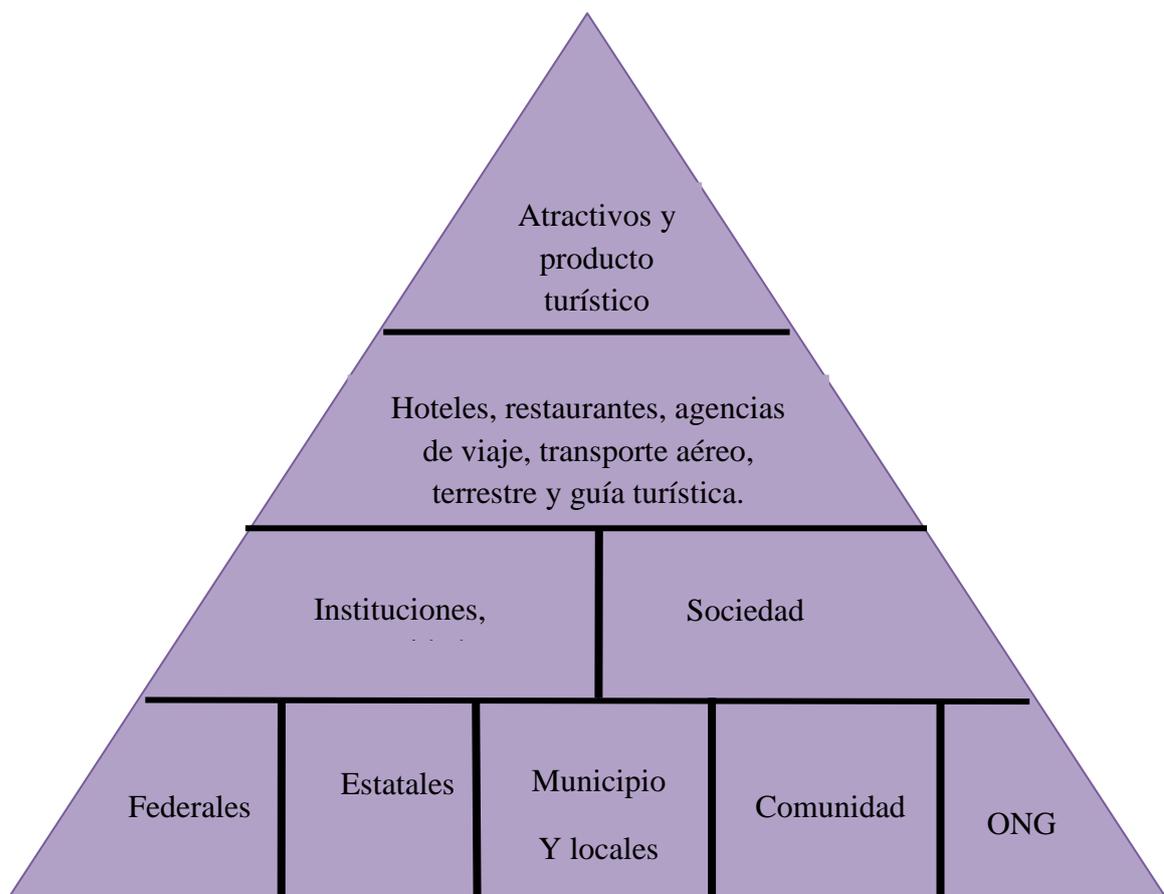
**Fuente:** Paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alterno (López & De León, 2002)  
**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

### 1.3.8.1. Agentes participantes en el producto turístico

Existen muchos agentes que forman parte y complementan el mejoramiento de la prestación del servicio turístico que se les brindan a los visitantes, además permiten incorporar a la planeación estratégica periodos de corto, mediano y largo plazo como herramientas para el diseño de nuevos programas que fortalezcan las actividades turísticas dentro de la zona. A continuación se muestra en el esquema N. 8 a todos los que participan en el proceso turístico.

#### ESQUEMA N° 8

#### Producto turístico



**Fuente:** (Sectur y Semrnat, 2002)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

Este documento pretende ser el marco de acción para el desarrollo sustentable de la actividad turística en la comunidad de Palmar involucrando a todos los actores principales que están al frente de la atención al turista, así como también a quienes aspiran el progreso de la población.

### **1.3.9. Recursos turísticos.**

Para la conceptualización de recurso turístico se utilizó información de varias fuentes como se lo indicará en líneas siguientes; el recurso turístico no se define por su propia subsistencia sino por su capacidad de lograr satisfacer las necesidades de los visitantes, por lo tanto la actividad turística exclusivamente tiene lugar si existen atracciones que motiven a determinado número de personas a abandonar su residencia habitual y permanecer un periodo de tiempo fuera de él, por lo que es necesario que primero exista el recurso, de forma que éstos se consideran como la materia prima del turismo.

Los recursos turísticos para la (OMT, 2002) son:

“Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”.

De la misma manera la OMT hace una diferenciación entre dos conceptos que permitirán entender el significado de recurso turístico:

**Patrimonio Turístico**= Conjunto de potencialidades

**Recursos Turísticos**=Patrimonio turístico + Aportación humana =Patrimonio utilizable.

En definitiva cualquier elemento de la naturaleza, cultura e historia, así como el equipamiento para el ocio, son elementos primordiales de la oferta turística que puedan ocasionar el desplazamiento de las personas con la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual.

### **1.3.10. Espacio turístico**

(Boullón Roberto, 1999) Define al espacio turístico como:

“La consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos, que no se deben de olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico más la planta y la infraestructura turística, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país”.

El autor (Capece G, 2002) resalta su criterio de espacio turístico como aquella:

"Porción geográfica en que se ubican los factores de producción y consumo que permiten la generación de los productos turísticos y del turismo como actividad. Es continuo, con componentes heterogéneos, cuyos límites son imprecisos y llegan hasta donde alcanzan las aspiraciones, propuestas y/o posibilidades de la oferta, y la imagen y uso que del mismo tiene y hace la demanda”.

En ambos conceptos se pueden destacar y coincidir que el espacio turístico comprende la parte geográfica de un determinado sector, y que se encuentran rodeados de servicios como hoteles, restaurantes, centros culturales, centros comerciales, centros artesanales, lugares de diversión diurna y nocturna entre otros, que complementan y garantizan la fidelización de los turistas nacionales e internacionales.

### **1.3.11. Atractivos turísticos**

El autor (Jiménez Guzman, 2006) menciona sobre los atractivos turísticos lo siguiente: “Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres, servicios y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto atraen el interés del visitante”.

(García Silberman, 2011) en cambio indica en su obra que los atractivos turísticos son aquellas “Características y puntos de interés para los turistas que llaman su atención y atrae a los viajeros, es lo que el destino turístico ofrece a quien lo visita”.

El concepto de atractivo turístico es definido por el autor (Muñoz de Escalona, 2005) como el:

“Conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio”.

La comunidad de Palmar es un atractivo que puede ser potencializado, dándole un valor significativo mediante la creación de planes que permitan desarrollar sus actividades, y que le faciliten ampliarse en el ámbito turístico y económico, involucrando a toda la comunidad y formando parte de los atractivos turísticos que destacan en la provincia, teniendo como prioridad los diversos atractivos que posee como la playa, estero, Santuario de la Virgen del Fátima, cerro María Guare, el manglar, tratando de conservarlos y consolidando todas las actividades que se pueden desarrollar, además de disfrutar de la gastronomía y percibir el estilo de vida de los comuneros.

### **1.3.12. TURISTA**

La definición de turista propuesta por (Smith Valene, 2002) es la que a continuación se expone:

"Una persona que tiene tiempo libre en un momento determinado y lo utiliza para visitar voluntariamente algún lugar alejado de su lugar de residencia con objeto de cambiar de ambiente".

(Salas Juan, 2009) indica que se conoce popularmente con el término de turista a:

“Aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino”

Por su parte (Jafari J, 2007) define al turista como la “Persona que se desplaza a otros lugares que sean diferentes a los de su residencia por un periodo transitorio de tiempo mayor de 24 horas”.

El turista es el individuo que practica el turismo, que es el conjunto de diversas actividades que se realizan mientras dura su permanencia en los diferentes lugares que ellos consideran de su atracción, y se encuentran ajenos a sus entornos habituales. Existen muchos motivos por los que el visitante se puede convertir en turista, algunos van hacia un destino y consumen los servicios turísticos para su distracción, esparcimiento, paseos familiares, entre otros, además de aquellos que

viajan por salud y su permanencia es de 24 horas que también se consideran turistas.

### **1.3.13. Clasificación de los atractivos turísticos**

La clasificación de los atractivos de acuerdo a la metodología propuesta por el (Ministerio de Turismo, 2004) se la direcciona hacia sitios naturales y manifestaciones culturales, para lo cual se agrupan en tipos y subtipos. En los capítulos siguientes se especificarán los diferentes atractivos que la comunidad posee.

**Categoría:** Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo su naturaleza.

**Tipo:** Son los elementos de características similares en una categoría.

**Subtipos:** Son los elementos que caracterizan los tipo de los atractivos.

#### **1.3.13.1. Inventario de atractivos**

El (Ministerio de Turismo, 2004) conceptualiza a los inventarios turísticos de la siguiente manera:

“Es el proceso mediante el cual se registran ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales de un determinado atractivo turístico efectivo

o potencialmente puesto en el mercado contribuyendo a confrontar la oferta turística de un sector o del país”.

Los inventarios de atractivos turísticos proporcionan una información importante para el desarrollo de la actividad turística dentro de un determinado lugar y permiten a quienes utilizan dicha información a categorizarlos e identificarlos de una manera exacta.

El plan de desarrollo turístico (PLANDETUR, 2007), menciona los niveles jerárquicos para diferenciar y puntualizar los diferentes atractivos turísticos que un determinado lugar posee. A continuación se indicarán los niveles de jerarquía que se consideran en el ámbito nacional:

- **Jerarquía IV:** Atractivo excepcional de gran significado para el mercado turístico, capaz de motivar una importante corriente masiva de visitantes locales e internacionales actuales o potenciales.
- **Jerarquía III:** Atractivo con rasgos excepcionales en un determinado sector, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- **Jerarquía II:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer masas de personas que lleguen al destino a consumir productos y servicios existentes en la localidad.

- **Jerarquía I:** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico, cabe mencionar que esta jerarquía puede cambiar si el atractivo cumple con otros requisitos que mejoren la calidad de sus recursos actuando correctamente con la actividad turística.

#### **1.3.13.2. Contenido de las fichas del inventario turístico.**

A partir de la clasificación ordenada de los diferentes recursos se plasmará en fichas individualizadas las principales características de estos, intentando recoger la mayor cantidad posible de información.

##### **Contenido de la ficha de inventario:**

- Información básica.
- Identificación del recurso:
- Denominación.
- Localización.
- Descripción del recurso.
- Condiciones climáticas.
- Información fotográfica.
- Relaciones con otros recursos turísticos y circuitos en los que se integra.
- Infraestructura específica del recurso (técnica, de transporte y urbana).
- Señalización y accesos.
- Servicios de información.

- Equipamiento turístico y servicios existentes.
- Propiedad (pública o privada).
- Organismos responsables de su ordenación, conservación y promoción.
- Características particulares de cada recurso.
- Su especificidad en relación con otros recursos de la misma naturaleza.
- Sus facilidades de acceso y su proximidad a centros emisores de demanda.
- La importancia actual del recurso en el conjunto de la zona turística en donde se encuentra.
- Su aprovechamiento y utilización conveniente

Este orden de prioridad o, dicho de otro modo, el valor turístico de la zona, se establece en base a los recursos turísticos que en ella se ubican y las características propias del conjunto de la zona, se establecen 4 jerarquías para la fase de evaluación, de mayor a menor importancia turística como anteriormente se mencionó en la presentación de cada jerarquía.

#### **1.4. MARCO LEGAL**

En este apartado se tomarán en cuenta los diversos artículos de las leyes vigentes en el Ecuador que respaldan la actividad turística, los cuales fueron empleados para realizar el trabajo investigativo entre las que constan: la Constitución de la República, Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Ley de Turismo y el PLANDETUR 2020.

Según la Constitución de la República, capítulo segundo Biodiversidad y recursos naturales se menciona lo siguiente:

- **Sección primera (Naturaleza y ambiente)**

El art. 395, La Constitución de la República del Ecuador reconoce lo siguiente:

El Estado garantiza el modelo sustentable de desarrollo, sin perjudicar su identidad cultural ni la biodiversidad de sus recursos, asegurando la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras. También garantiza la participación activa de las personas pertenecientes a un grupo de trabajo o que pertenece dentro de la comunidad afectada, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

- **En el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.**

En el literal 6.10 Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario, se hace mención a información relevante al trabajo de tesis realizado.

La Constitución del Ecuador recoge conceptualmente dos grandes avances en relación a los temas ambientales: los derechos de la naturaleza y los derechos ambientales en el marco del Buen Vivir como parte del nuevo régimen de desarrollo.

- \* Se considera a la naturaleza como fuente de conocimiento y de información constante, involucrando imprescindiblemente la intervención humana, a su comunidad, las entidades privadas y públicas.
- \* Otra parte busca incorporar una visión de aprovechamiento económico, y además contemplar los niveles de corresponsabilidad con los efectos ambientales. Bajo esta perspectiva resulta imprescindible preparar los

escenarios en que las políticas públicas actúen para aminorar los efectos ambientales que puedan producirse con la actividad turística, y si esto pasa buscar soluciones inmediatas para no perder el recurso y garantizar el progreso de la comunidad.

- \* También constituye el impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, que se presentan, también como actividades alternativas que permite aprovechar el valor paisajístico del destino, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de fuentes de empleo

Estos ejes de trabajo deben responder a visiones de corto, mediano y largo plazo, donde la conservación y el uso sostenible apoyen la construcción de una sociedad basada en el bio-conocimiento. Las acciones que se desarrollen deben asegurar la soberanía alimentaria y la sostenibilidad ambiental.

- **Ley de Turismo del Ecuador**

Art. 2.- El Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos, acompañado de servicios que complementen y garanticen la estadía de los visitantes en el atractivo.

En el Art. 3 resalta que son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a. La iniciativa y la inversión de empresas privadas como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa de empresas que vendan productos y servicios de uso de los viajeros para mantenerlos en el destino, la generación de empleo para la comunidad y la promoción

turística nacional e internacional de los recursos existente dentro del atractivo turístico.

- b. La participación del gobierno provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico a través de la promoción y difusión de sus atractivos.
  - c. El crecimiento de la infraestructura y el mejoramiento de los servicios públicos y básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas que visitan el atractivo.
  - d. La conservación permanente de los recursos naturales y culturales de la comunidad y del país.
  - e. La iniciativa y participación comunitaria con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios.
- El Ministerio de Turismo resalta varios literales que aportan al desarrollo de la actividad turística:
    - a. Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria, al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de los productos turísticos existentes en un determinado sector.
    - b. Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la comunidad y de la nación, como un legado para sus generaciones futuras.
    - c. Proteger al turista y fomentar la conciencia turística, sin perjudicar su medio que les rodea.
    - d. Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística para garantizar la fidelización de los turistas.
    - e. Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con la participación de las entidades públicas y con el sector privado para

establecer vínculos que permitan hacer la estadía de los turistas más placentera.

f. Fomentar e incentivar el turismo interno en toda época del año.

• Dentro de los objetivos generales del PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO (PLANDETUR, 2007) se pueden destacar los siguientes:

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores del sector que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas.
2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible sin la pérdida ni el deterioro de sus atractivos.
3. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales que visitan las comunidades y ciudades donde se encuentran los atractivos.
4. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación involucrando activamente a los pobladores donde se encuentran los atractivos.
5. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia,

así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.

6. Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los objetivos de desarrollo de la comunidad, ciudad o región

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Los instrumentos fueron diseñados a efecto de establecer las variables dependientes e independientes, lo que permitió plantear si “la elaboración de un plan de desarrollo turístico para ayudar a que Palmar sea considerado como destino turístico, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de sus moradores”

#### **2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La modalidad de la investigación en la que se basó este trabajo corresponde a la investigación de campo ya que para la elaboración de un plan de desarrollo turístico sostenible para la Comuna Palmar, Para lo cual resultó necesario viajar por varias ocasiones al destino para el levantamiento de información de los diferentes atractivos turísticos existentes en la comuna. También fue primordial la investigación de documental ya que se realizó investigaciones sobre el origen de la comunidad fue necesario recabar información sobre estudios realizados en la comunidad.

### 2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación que se utilizaron fueron:

**Documental:** La investigación documental fue fundamental en el desarrollo del trabajo de tesis ya que en primera instancia se recopiló información de autores, se investigaron los antecedentes del tema y las diferentes conceptualizaciones de los autores en cuanto a planificación estratégica, terminologías sobre turismo y todo lo que aquello concierne además de los antecedentes de las variables para poder desarrollar lo que fue el marco teórico.

“La investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, puede definirse como una estrategia en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e instrumentos que tiene como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica.” (Hernandez, 2012)

**Investigación de Campo:** investigación caracterizada por el estudio sistemático del problema. Ha sido la más utilizada durante este proceso ya que fue fundamental visitar la comunidad de Palmar para poder identificar las necesidades que posee y de esa manera poder plantear soluciones a los problemas reales a través de la elaboración del plan de desarrollo turístico.

### 2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos utilizados en el proceso de investigación fueron de tres aspectos:

**Deductivo:** es el que va de lo general a lo particular, acción ejecutada por un inventario de atractivos y su diagnóstico, que permitió identificar las fortalezas y debilidades del sector turístico.

Para aplicar este método se estudió el concepto para luego llegar hasta la comunidad y se visitó a las familias, también se tuvo la oportunidad de conversar por determinado tiempo y mientras se conversó se usaron las fichas para el levantamiento de información de los atractivos

**Inductivo:** es el que va de lo particular a lo general, y se basa en el análisis externo; en el detalle del diagnóstico situacional se realizó una visita en la sede de la comunidad en las fechas acordadas y para obtener la información se efectuó el análisis interno y el uso de herramientas como la lluvia de ideas con los participantes socios de la comuna.

Para el procesamiento de la información de la investigación se usaron las técnicas de la encuesta, la entrevista y luego esta información fue procesada.

**La Encuesta:** es una técnica que se usó para para recabar información acerca de las variables, medir opiniones, conocimientos y actitudes de las personas. La información que se obtuvo fue útil debido a que a través de las respuestas se pudo conocer la realidad de la comunidad en relación al turismo; las encuestas fueron dirigidas a turistas, servidores turísticos, y jefes de hogar que se encuentran registrados como comuneros a fin de obtener datos relevantes de las diferentes apreciaciones que poseen sobre la elaboración del plan de desarrollo turístico para la comunidad de Palmar, Provincia de Santa Elena.

**La Entrevista:** la entrevista fue dirigida para los líderes comunitarios, lo que permitió determinar desde otra perspectiva como las autoridades utilizan el turismo como un medio de desarrollo local, las causas que han generado el problema y las posibles soluciones. Esto sirve de mucha utilidad para el desarrollo del plan de desarrollo turístico sostenible.

**La observación:** Permitió visualizar aspectos generales y empíricos que aportan al desarrollo de la investigación y a la elaboración del plan de desarrollo turístico. En este caso se han aplicado fichas de observación para el levantamiento de información denominada caracterización turística de la comunidad, así como las del inventario y la jerarquización.

## 2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población definida para esta investigación se dio a través de determinar una muestra del conjunto de 1765 comuneros, con una característica común para responder a los instrumentos, dado su grado de vinculación con el sector.

**CUADRO N° 3**

**Población**

<b>ENCUESTADOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>
HABITANTES	1765
SERVIDORES TURÍSTICOS	14
TURISTAS	949
<b>TOTAL</b>	<b>2728</b>

**Fuente:** Investigación de Campo(2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

Determinación de muestra de la población

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2(N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

n = Tamaño de la muestra

Z<sup>2</sup> = Nivel de confianza deseado 95% = 1.96

N = Universo

p = Probabilidad a favor 50%

q = Probabilidad en contra 50%

e = error de estimación 5%

Desarrollo para la población:

n=	$(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 1765$
	$0.05^2 \times (1765-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5$

n=	1695,196
	5,3704
n=	<b>315 total encuestas</b>

En lo que respecta a los visitantes se ha tomado en cuenta los datos del monitoreo de capacidad de carga de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, específicamente las estadísticas registradas en el feriado de carnaval del 2013,

considerándose para la muestra un total de 989 visitantes.

Determinación de muestra para visitantes

Desarrollo para los turistas

n=	$(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 989$
	$0.05^2 \times (989-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5$

n=	949,8356
	3,4304
n=	<b>277 total encuestas</b>

#### CUADRO N° 4

#### POBLACIÓN Y MUESTRA

ENCUESTADOS	POBLACIÓN	MUESTRA
HABITANTES	1765	315
SERVIDORES TURÍSTICOS	14	14
TURISTAS	949	277

**Fuente:** Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales Ingerboth. (2013)

Para la formulación del Plan de Desarrollo Turístico de Palmar se llevó a cabo una metodología participativa y de planeación en base al futuro más adecuado, los que resultó un proceso de constante acompañamiento de integrantes de la directiva y miembros de la comunidad. Esta metodología se fundamenta en los siguientes parámetros:

Se estructura con base en la consulta a fuentes secundarias; se define con base en diagnósticos preliminares y revisión de diversas fuentes. El proceso de planificación se complementa con talleres realizados con diversos actores (fuentes primarias).

Los resultados o productos de los talleres fueron procesados y socializados constantemente.

## **2.6. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo de la investigación se ha considerado aplicar métodos y técnicas de investigación de campo, mediante entrevistas, encuestas y conversaciones de forma personal llevadas a cabo con los habitantes de la comunidad de Palmar.

En una primera fase la investigación se inició con la exploración de datos secundarios y como consecuencia de esto se estructuraron los instrumentos viables para determinar la información primaria. Seguidamente en una segunda fase se centró en la necesidad de investigar los recursos y capacidades de los servidores turísticos, el perfil de la demanda y se complementó con un tipo de investigación de carácter descriptivo comunitario.

Los instrumentos fueron diseñados a efecto de establecer las variables dependientes e independientes, las mismas que permitieron plantear si “la elaboración de un plan de desarrollo turístico ayudará para que Palmar sea considerado como un destino turístico que contribuya a mejorar la calidad de vida de sus moradores”. La población definida para esta investigación se dio a través

de determinar una muestra del conjunto de 1765 personas que se encuentran registradas como comuneras, con una característica común para responder a los instrumentos o preguntas que se aplicaron en esta investigación, dado su grado de vinculación con el sector.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA**

La entrevista se la realizó al líder de la comuna Palmar, Sr. Washington Muñoz, con la finalidad de conocer los proyectos y detectar el nivel de conocimiento en el ámbito turístico.

##### **1. ¿La directiva de la comuna ha realizado un diagnóstico situacional para determinar el estado actual de la población en el ámbito turístico?**

El estado actual del turismo en la comuna, por lo que se ha podido determinar y observar, ha aumentado en comparación a épocas anteriores aunque falta mejorar mucho en el aspecto de planificación del turismo por lo que no se ha realizado un diagnóstico turístico técnico sino de manera empírica es como se lleva a cabo el turismo en este sector.

##### **2. ¿La comuna dispone de estudios con base turística para emprendimientos y proyecto?**

Se ha emprendido varios proyectos, ya se cuenta con una página web donde se dan a conocer los atractivos y las actividades, una zona donde están las cabañas, una asociación para la conservación del manglar, pero un estudio con base

turística para la comuna no se ha realizado ya que esta zona es puerto pesquero por lo cual el área turística se ha olvidado un poco.

**3. ¿Cuenta la comuna con una visión o una misión determinada que les permita lograr los objetivos en el ámbito turístico?**

Como toda organización contamos con nuestra misión, visión y objetivos que nos ayuda a mejorar a largo plazo, pero en el ámbito turístico como comuna no se ha elaborado una misión ni visión para desarrollar el turismo.

**4. ¿Cómo reconoce los atractivos turísticos de la comunidad?**

Los atractivos que posee esta comunidad son muy buenos y únicos en la provincia ya que contamos con el manglar, la playa, y el Santuario Nuestra señora de Fátima, que son los lugares por los que entran los turistas a esta comunidad.

**5. ¿Conoce usted si los servicios que actualmente ofertan los servidores turísticos satisfacen la necesidad de los visitantes?**

Los atractivos y servicios turísticos existen pero no se cuenta con una adecuada planificación a largo plazo y capacitación para mejorar el desarrollo turístico y de esa manera satisfacer las necesidades de la poca demanda que existe.

**6. ¿La comunidad se encuentra capacitada para recibir turistas y promocionar el destino?**

En lo concerniente a capacitación en el ámbito turístico para los servidores turístico falta capacitación a los prestadores de servicios turísticos para darles el trato que necesitan los turistas ya que contamos con una página web y se espera

tener buena acogida pero como comuna no se está capacitada para cubrir la demanda que se espera.

**7. ¿Usted como dirigente cuántas veces ha planificado durante su periodo de administración?**

Como comuna se realiza una planificación por periodo y se trabaja con el plan de campaña propuesto para mejorar el estado de la comuna.

**8. ¿Considera que la demanda turística debe mantenerse en temporada baja por medio de alternativas? ¿Cuáles?**

La comunidad con una adecuada planificación y estrategias turísticas bien planteadas y con el apoyo de entes dedicadas a regularizar la actividad turística en esta provincia, puede captar una gran afluencia de turistas y por ende convertirse en un destino turístico muy importante de la provincia.

### **3.2. ANÁLISIS DE LA FICHA DE CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD**

A través de la ficha de caracterización turística de la comunidad se logró obtener información técnica, esta ficha consta de 5 partes: una para datos generales y las otras para recopilar información referente a 4 de los elementos del sistema turístico tales como:

- Planta turística.
- Infraestructura.
- Gobernanza.
- Comunidad receptora.

Toda esta información fue fundamental para poder elaborar el capítulo IV razón por lo cual el desarrollo de esta ficha se podrá apreciar en ese capítulo.

### **3.3. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A SERVIDORES TURÍSTICOS**

La finalidad de la siguiente investigación es analizar la información primaria referente a la opinión de los prestadores de servicios sobre la actividad turística en la comunidad de Palmar, permitiendo la identificación de la necesidad de innovación y diversificación de la actual oferta turística para los visitantes de esta localidad.

#### **3.3.1. ANÁLISIS DEL TIPO DE SERVICIOS**

Para llevar a cabo este punto se realizaron encuestas personales directamente a los prestadores de servicios. Cabe recalcar que las encuestas realizadas cumplen la condición de confianza especificada. El cuestionario utilizado sigue una estructura en la que se agrupan las diferentes variables analizadas en los cinco bloques siguientes:

##### **a. Información general del encuestado:**

Se agrupan las variables directamente relacionadas con el perfil del prestador de servicio: género, edad, profesión, tipo de servicio turístico que presta, nombre y dirección del establecimiento.

**b. Percepción del tipo de viaje:**

Se trata de variables directamente relacionadas con la estancia turística, esto es con la visita específica que realiza el turista a la comunidad de Palmar. Estas son: cuántas veces visita la comunidad, que motiva a los turistas a visitar la comunidad, el tipo de viaje realizado, el tipo de alojamiento, la duración de la estancia.

**c. Información general del gasto y consumos turísticos:**

En este punto se agrupan variables tales como: gasto diario de los turistas, y en que se considera que gastan.

**d. Conocimiento de la actual oferta turística de la comunidad:**

Las diferentes variables de opinión se recogen en este grupo: aspectos como la calidad de los servicios que prestan, conocimiento acerca de estudios realizados anteriormente en la comunidad.

**e. Percepción sobre la necesidad de innovación y diversificación de la oferta turística de la comunidad de Palmar:**

Aquí se tomaron en cuenta variables como: la necesidad de diversificación e innovación de la actual oferta turística, quienes deberían ser los responsables de implementar estas actividades turísticas y que debería mejorarse en esta comunidad.

## A. INFORMACIÓN GENERAL DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

### a. Género

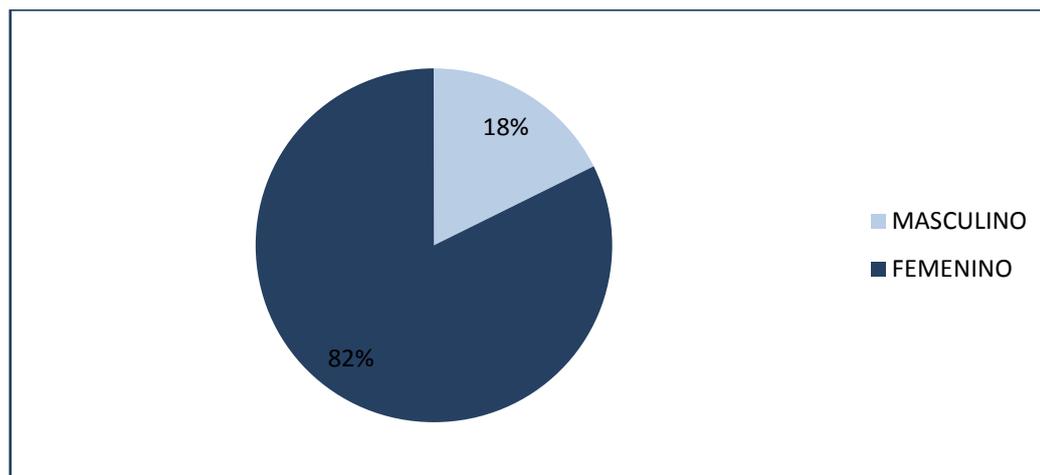
TABLA N°1.Género

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>1</b>	Femenino	<b>14</b>	<b>82%</b>
	Masculino	<b>3</b>	<b>18%</b>
	<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Fuente: Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá, I (2013)

GRÁFICO N°1. Género



Fuente: Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**Interpretación y análisis:** De las personas encuestadas el mayor porcentaje pertenece al sexo femenino (82%) que se dedica a la actividad turística, en relación al 18% que son varones, ya que las amas de casa son las que se dedican a la actividad turística y han hecho de esta labor su fuente de trabajo atendiendo a los turistas que visitan esta comunidad, en la ejecución de la tesis se recomendaría trabajar con las amas de casas que son las dedicadas a la actividad.

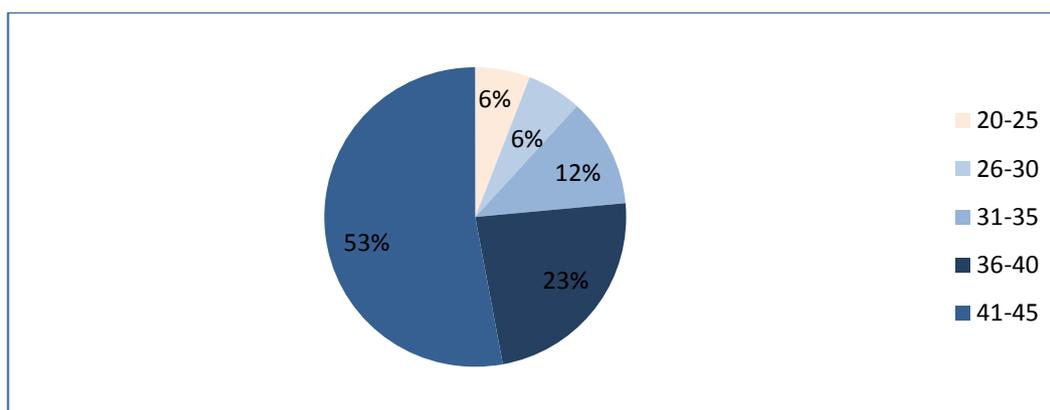
**b. Edad.**

**TABLA N °2 Edad**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>2</b>	20-25	1	6%
	26-30	1	6%
	31-35	2	12%
	36-40	4	23%
	41-55	9	53%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**GRÁFICO N °2 Edad**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** La mayoría de las personas que se dedican a esta actividad varían entre la edad de los 41 a 45 años de edad (53%); mientras que el 23% es de 36 a 40 años; el 12% oscila entre 31 a 35 años; y el 6% es de 20 a 25 años mientras que el otro 6% oscila entre 26 a 30 años, se puede notar claramente que las personas que se dedican a la actividad turística son personas adultas que conservan este trabajo como un modo de vida cotidiana, ya que la comunidad de Palmar posee el recurso necesario para desarrollarse turísticamente.

**c. Profesión**

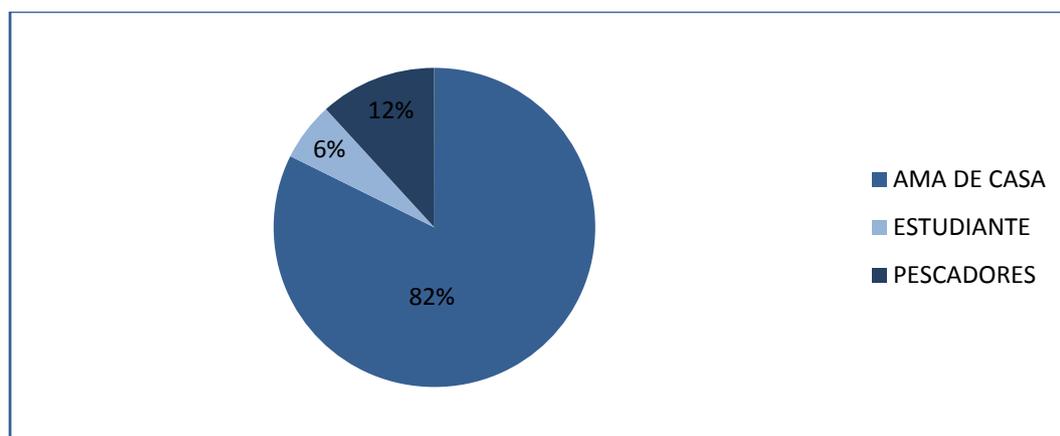
**TABLA N°3 Profesión**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>3</b>	ESTUDIANTES	1	6%
	AMAS DE CASA	14	82%
	PESCADORES	2	12%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 3 Profesión**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según los resultados obtenidos la gran mayoría de los servidores turísticos que se dedican a esta actividad son amas de casa (82%), seguido por estudiantes que también hacen de esta actividad su modo de vida (6%) y un (12%) de pescadores que también le están apuntando a esta actividad. Las amas son las que atienden a los turistas que visitan esta comunidad, por lo cual se puede recomendar trabajar con las amas de casas y con los estudiantes para la ejecución del plan de desarrollo turístico ya que ellos son los actores del turismo y les beneficiaría de manera directa a ellos la ejecución de este plan.

**d. Tipo de servicio turístico que presta.**

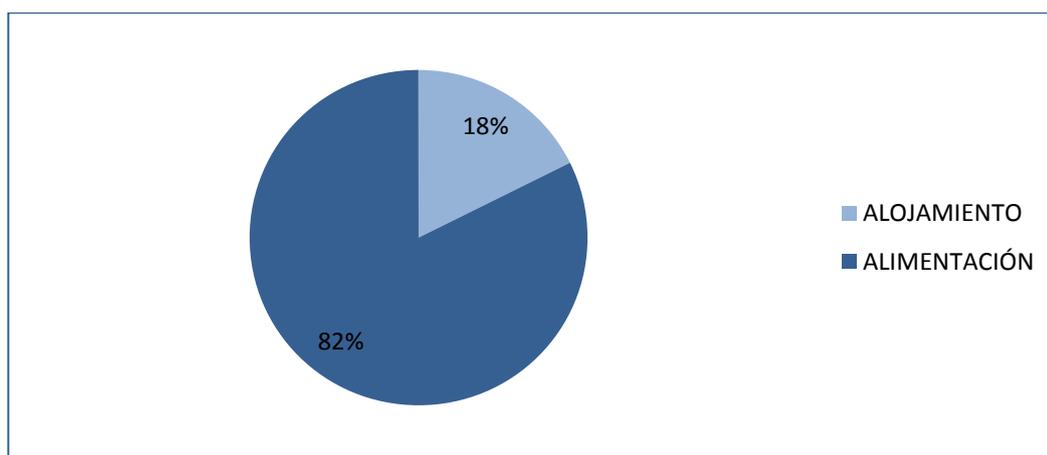
**TABLA N°4 Tipo de servicio**

ÍTEM	Descripción	F	%
4	ALOJAMIENTO	3	18%
	ALIMENTACIÓN	14	82%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**Gráfico N° 4 Tipo de servicio**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** En cuanto al tipo de servicios que se ofrece en la comunidad se ve reflejado que la gran mayoría de los pobladores se dedica a la prestación de servicios gastronómicos, mientras que el 18% se dedica a brindar servicios de alojamiento para aquellos que llegan a visitar la localidad. Los servidores turísticos se dedican más a ofrecer servicios de gastronomía ya que esto es lo que más consumen los turistas al momento que visitan esta localidad, pudiendo deducir que esta actividad les deja una remuneración económica bastante significativa.

## B. PERCEPCIÓN DEL TIPO DE VIAJE

### 1. Los turistas que visitan Palmar lo hacen, según su criterio por:

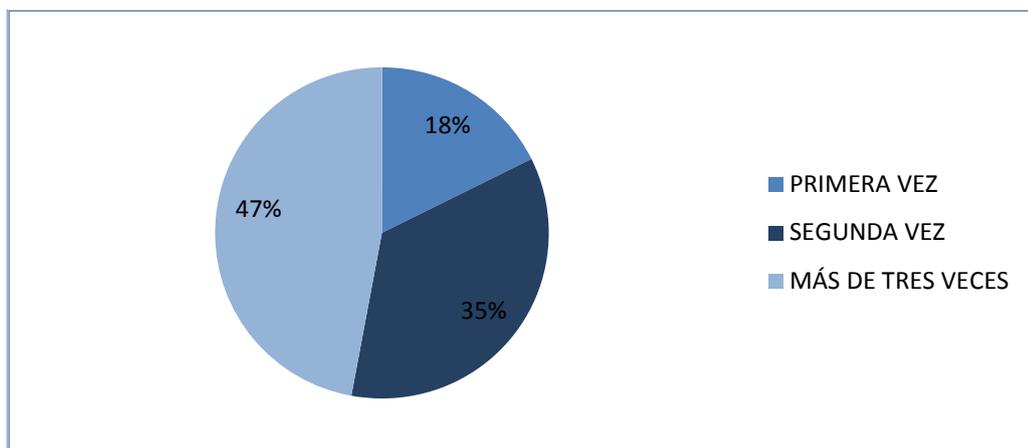
TABLA N °5 Criterio de los prestadores de servicios

ÍTEM	Descripción	F	%
5	Primera vez	3	18%
	Segunda vez	6	35%
	Más de tres veces	8	47%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Fuente: Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

GRÁFICO N °5.Criterio de los prestadores de servicios



Fuente: Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según la percepción de los prestadores de servicios, coincidieron en que los turistas que visitan la comunidad lo hacen más de 3 veces, mientras que en un 35% lo hace por segunda vez ya sea que visitan la comunidad por motivos de trabajo o algún otro motivo por lo que su visita se da por poco tiempo, y el 18% lo hace por primera vez. Pudiéndose considerar que los visitantes llegan en época de feriados, y que estos turistas ya han visitado esta comunidad lo cual significa que les parece atractiva convirtiéndola en un lugar propicio para disfrutar sus vacaciones, razón por la cual es necesario brindar un mejor servicio por lo cual resulta factible ejecutar el plan.

**1.1 Si considera que han venido más de dos veces ¿con que frecuencia cree que visitan Palmar?**

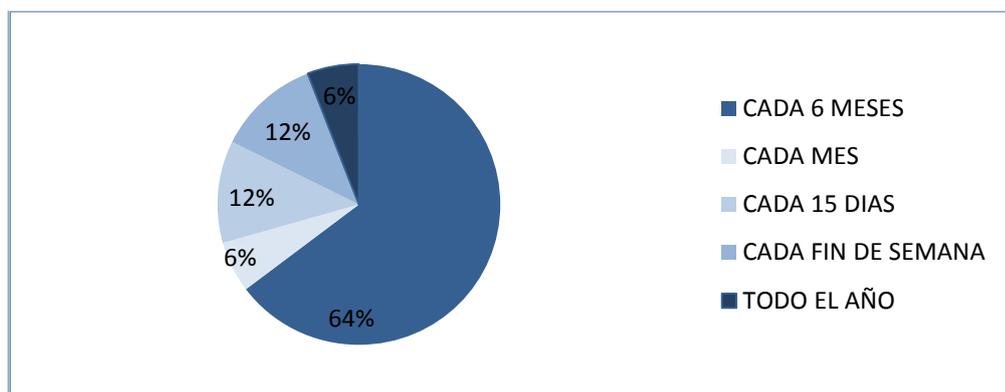
**TABLA N°6 Criterio según la frecuencia de visita de los turistas.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>6</b>	Cada fin de semana	2	18%
	Cada 15 días	2	29%
	Cada mes	1	41%
	Cada 6 meses	11	12%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**Gráfico N°6. Criterio según la frecuencia de visita de los turistas.**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** el gráfico muestra claramente que los servidores turísticos aseguran que el 64% de los turistas que visitan esta comunidad lo hacen cada 6 meses, pudiendo considerar que lo hacen en épocas de vacaciones y escogen este destino como para pasar en unión de familia, lo cual se considera necesario para diversificar la oferta turística para quienes visitan esta población y así poder satisfacer las necesidades de esta demanda y contemplarla como una estrategia dentro del plan de desarrollo.

## 2. ¿Por lo general, considera que viajan solos o acompañados?

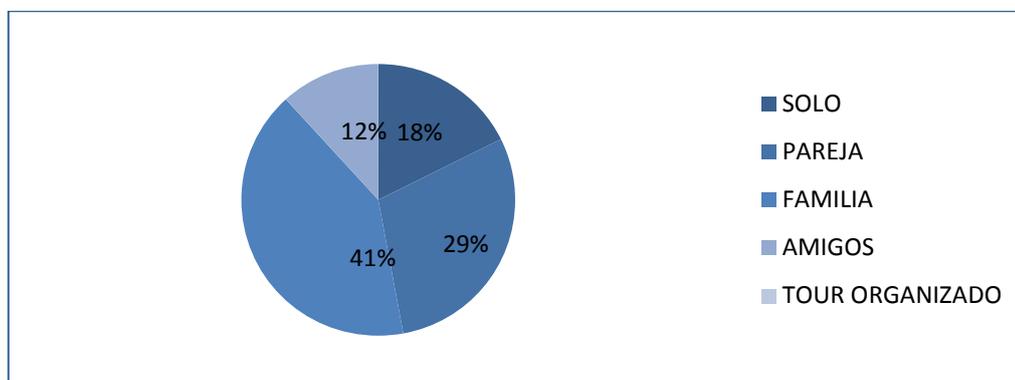
**TABLA N°7 Percepción del tipo de viaje.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
7	SOLO	3	18%
	PAREJA	5	29%
	FAMILIA	7	41%
	AMIGOS	2	12%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**GRÁFICO N°7 Percepción del tipo de viaje.**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá, Rosales, Ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según los resultados de la encuesta aplicada a los servidores turísticos se pudo determinar que el 41% de los encuestados viaja con su familia ya que aprovechan los días de descanso que se dan para pasar un buen momento en compañía de sus allegados disfrutando de un momento ameno; existiendo también un 29% donde los turistas llegan en compañía de sus parejas creando así un entorno familiar y acogedor para todos aquellos que vienen a disfrutar de esos días de descanso y relajación en la provincia de Santa Elena lo cual hace factible la realización del plan de desarrollo en esta comunidad, ya que según la percepción de los servidores turísticos si existe un mercado en el cual se puede trabajar para mejorar la oferta, creando nuevas actividades para quienes visitan este lugar en familia.

**3. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio de los turistas según lo que ha observado?**

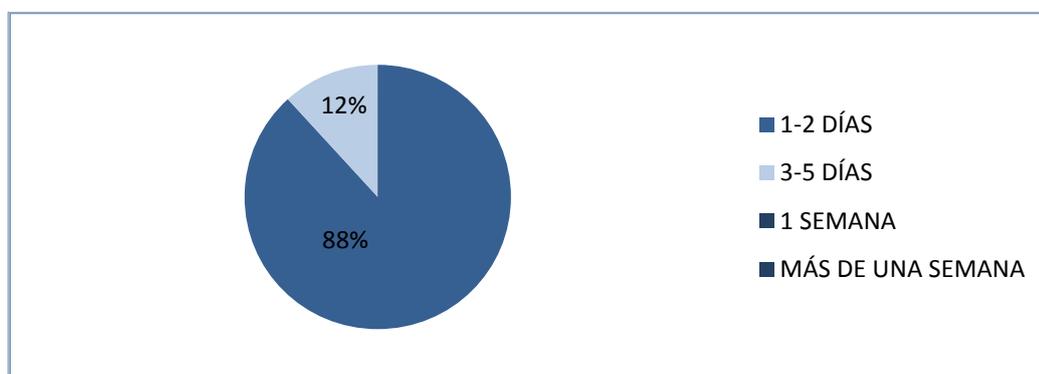
**TABLA N° 8 Estadía promedio de los turistas.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>8</b>	1-2 DÍAS	15	88%
	3-5 DÍAS	2	12%
	1SEMANA	0	0%
	MÁS DE UNA SEMANA	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 8 Estadía promedio de los turistas**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** En cuanto a la permanencia de los visitantes, los encuestados supieron responder que los turistas pernoctan en la comunidad en un promedio de 1-2 días tomando en cuenta que se quedan en el lugar aprovechando los días de feriado, por tanto las visitas son rápidas y por ende la calidad de servicio debe mantenerse de manera permanente, para ofertar sus productos y servicios con la más alta calidad y dar siempre una buena imagen del local y del balneario; mientras que de 3-5 días el 12% permanece en el sitio, considerando que se quedan pernoctando en la comunidad o porque tienen familiares donde quedarse o simplemente permanecen para disfrutar de la comunidad. Si la mayoría de los turistas se queda pernoctando en esta localidad aumentaría el ingreso de los que se dedican a brindar servicios de hospedería, siendo necesario capacitarlos para mejorar el servicio.

## C. INFORMACIÓN GENERAL DEL GASTO Y CONSUMO TURÍSTICOS

### 1. ¿Cuál considera usted que sea el gasto promedio diario de los turistas?

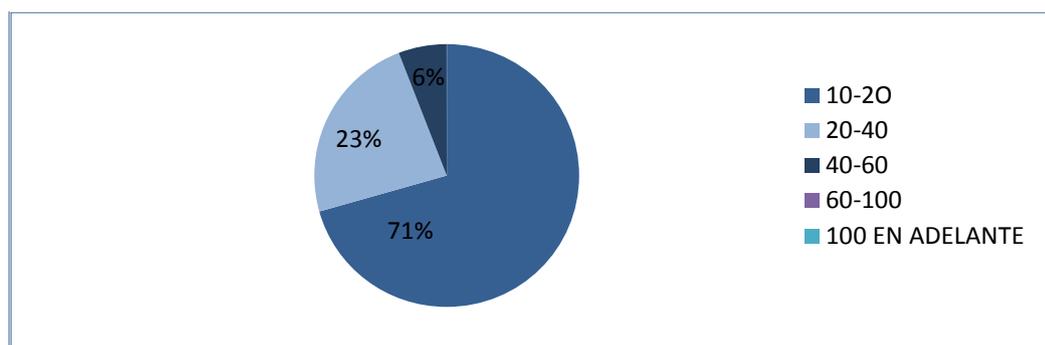
**TABLA N° 9 Gasto promedio diario de los turistas.**

ÍTEM	Descripción	F	%
9	10-20	12	71%
	20-40	4	23%
	40-60	1	6%
	60-100	0	0%
	100 EN ADELANTE	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 9 Gasto promedio diario de los turistas.**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** En referencia al promedio de gasto diario, se consideran que los visitantes, para disfrutar de los beneficios turísticos de la comunidad, el 71% lo hace con un promedio entre 10 y 20 dólares diarios por persona; otro 23% de gasto diario está entre 20-40 dólares, es decir dinero que utilizan cuando se trata de parejas; y finalmente el 6% señala un gasto promedio entre 40 y 60 dólares tomando en cuenta el hospedaje, alimentación y unas que otras necesidades, considerando ese ingreso económico por turistas y con una adecuada planificación se puede lograr una mejor oferta turística y mejorar el equipamiento de sus establecimientos para lo cual es recomendable realizar capacitaciones sobre una adecuada administración.

**D. CONOCIMIENTO DE LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR**

**1. ¿Los servicios que usted presta consideran que son?**

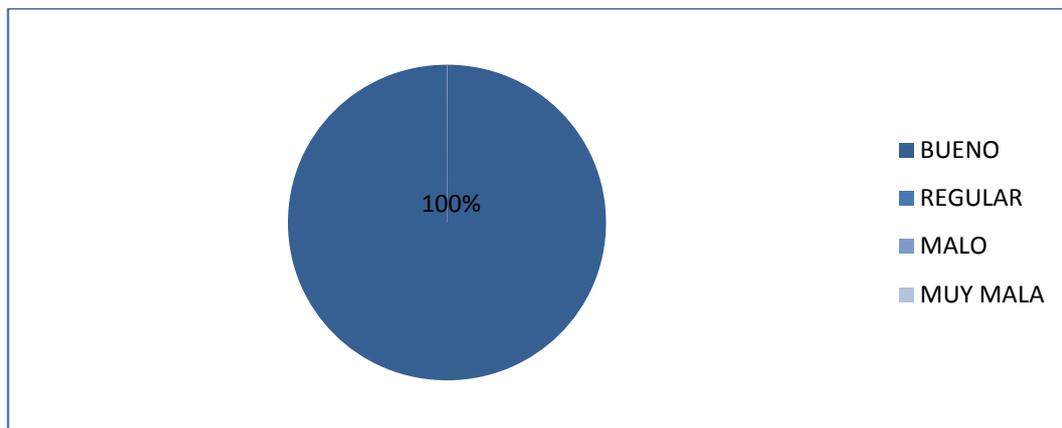
**Tabla N° 10 Valoración del servicio.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>10</b>	BUENO	17	100%
	REGULAR	0	0%
	MALO	0	0%
	MUY MALO	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 10 Valoración del servicio.**



**Fuente:** Servidores turísticos de la comuna palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según los resultados obtenidos en la investigación de mercado aplicada a los servidores turísticos el 100% de los prestadores de servicios manifestó que el servicio que ellos ofrecen es de buena calidad; no descartaron la posibilidad de en algún momento puedan capacitarse o adquirir nuevas estrategias para llegar a dar un buen servicio al turista que visita la localidad.

**2. ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades en la comunidad de palmar?**

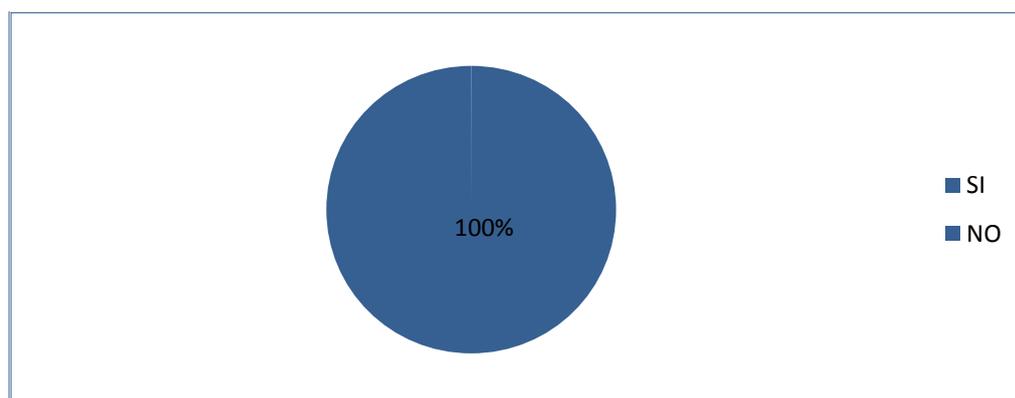
**TABLA N° 11** Apreciación de la actual oferta de servicios.

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>11</b>	SI	0	0%
	NO	17	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRAFICO N° 11** Apreciación de la actual oferta de servicios.



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El gráfico muestra la inconformidad de los prestadores de servicio acerca de la actual oferta turística, en donde el 100% manifestó que no cuenta con los suficientes recursos para así poder brindar un buen servicio a los turistas, ya que ellos están seguros de que Palmar cuenta con los recursos turísticos necesarios para ser desarrollado turísticamente pero al no cuentan con el capital y apoyo necesario. Aunque no poseen todos los recursos tratan de dar un buen servicio, por esta razón la comunidad de Palmar debe emprender un nuevo rumbo en temas turísticos con una adecuada planificación turística.

**3. ¿Conoce usted si se han desarrollado estudios destinados a innovar y diversificar la actual oferta turística de la comunidad?**

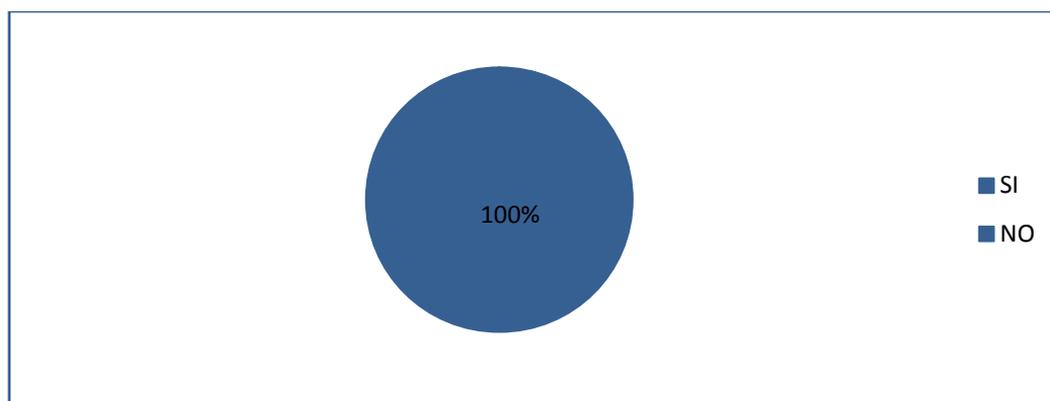
**TABLA N° 12 Conocimiento sobre estudios para innovar la oferta turística.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>12</b>	SI	0	0%
	NO	17	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRAFICO N°12 Conocimiento sobre estudios para innovar la oferta turística.**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** En esta pregunta el 100% manifestó que desconoce que antes se haya desarrollado algún estudio destinado a diversificar la actual oferta turística de esta comunidad, se sienten abandonados en este sentido, por lo que es necesario la implementación de estrategias que busquen el desarrollo turístico de la comunidad, lo cual sería de mucho beneficio para los habitantes al empezar a enfocarse en otra actividad ya que cuentan con el potencial turístico necesario y con personas dispuestas a trabajar en el turismo de esta comunidad.

## E. PERCEPCIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR

### 1. ¿Cuenta la comunidad con lugares propios para la diversificación de actividades recreacionales?

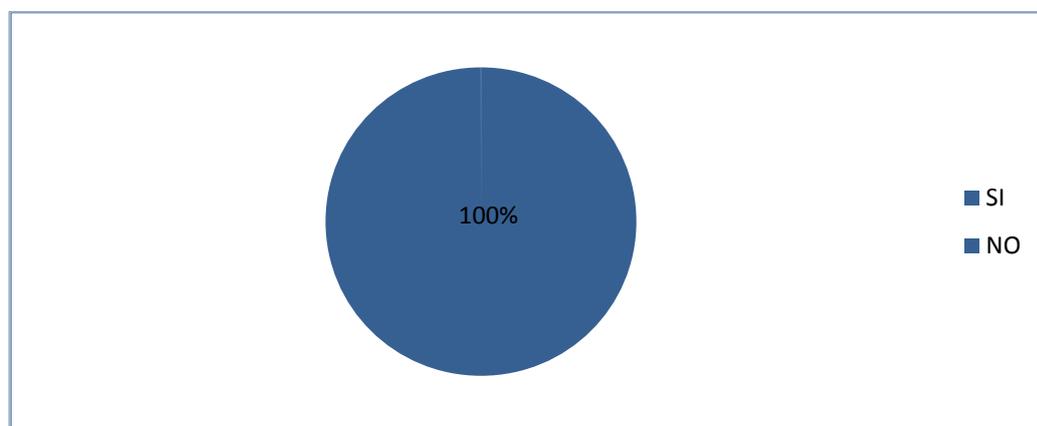
**TABLA N°13 Percepción sobre la innovación de la actual oferta turística.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>13</b>	SI	17	100%
	NO	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 13 Percepción sobre la innovación de la actual oferta turística.**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 100% de los encuestados coincidieron en que la comunidad posee los suficientes recursos como para poder ofrecer más actividades turísticas. Una de ellas es la amplia playa que posee la localidad, en donde se pueden llevar a cabo diferentes actividades turísticas para el disfrute de los visitantes lo cual se puede contemplar dentro del plan como estrategia para mejorar la oferta de este sector para captar una mayor demanda de turistas.

2. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique e innove la actual oferta turística?

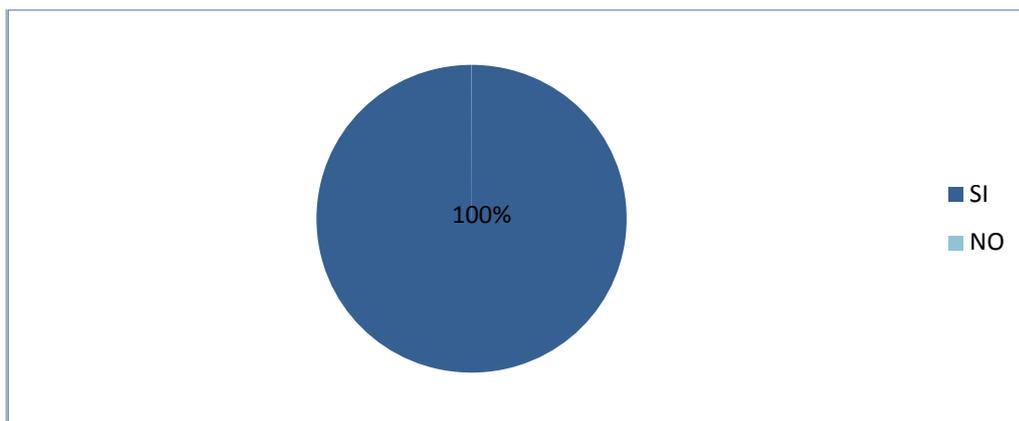
**TABLA N°14 Necesidad de diversificar la actual oferta turística.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>14</b>	SI	17	100%
	NO	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Fuente: Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N°14 Necesidad de diversificar la actual oferta turística.**



Fuente: Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Los servidores turísticos manifestaron que es necesario implementar la diversificación de la actual oferta ya que ellos están seguros de que si se realizarán actividades complementarias tendrían más ingresos y por ende su situación económica podría mejorar, además con una oferta turística innovada ayudaría a descongestionar a los lugares que poseen un nivel de alta demanda dentro de la provincia de Santa Elena, lo cual hace factible la elaboración y ejecución del plan de desarrollo turístico en esta comunidad.

3. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas?

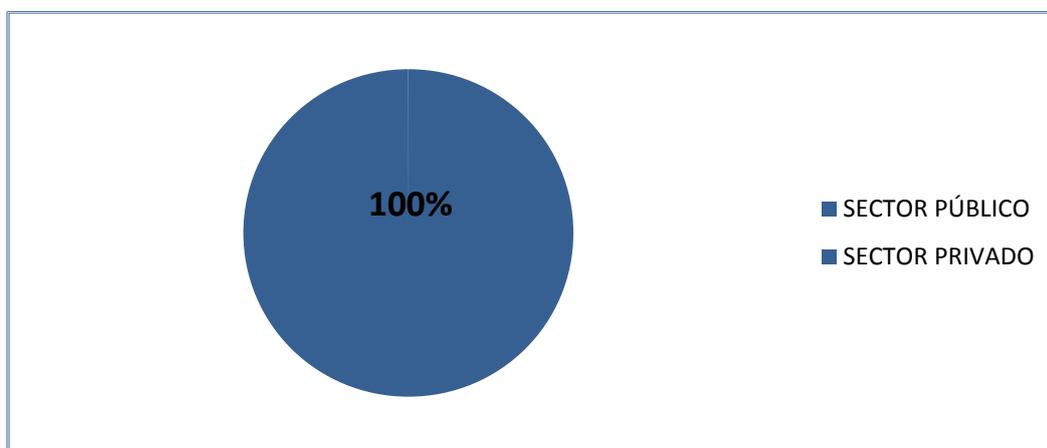
**TABLA N°15 Opinión acerca de los encargados de la diversificación de la oferta.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>15</b>	SECTOR PÚBLICO	17	100%
	SECTOR PRIVADO	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Grafico N°15 Opinión acerca de los encargados de la diversificación de la oferta.**



**Fuente:** Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Los pobladores manifestaron que el encargado de mejorar y diversificar la oferta turística de Palmar es el sector público, ya que es a ellos quienes les compete directamente esta tarea, manifestando que se sienten abandonados por las autoridades locales de la provincia. El plan que se propone para esta comunidad involucra al sector público para que trabaje mancomunadamente para el beneficio turístico de esta comunidad.

4. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?

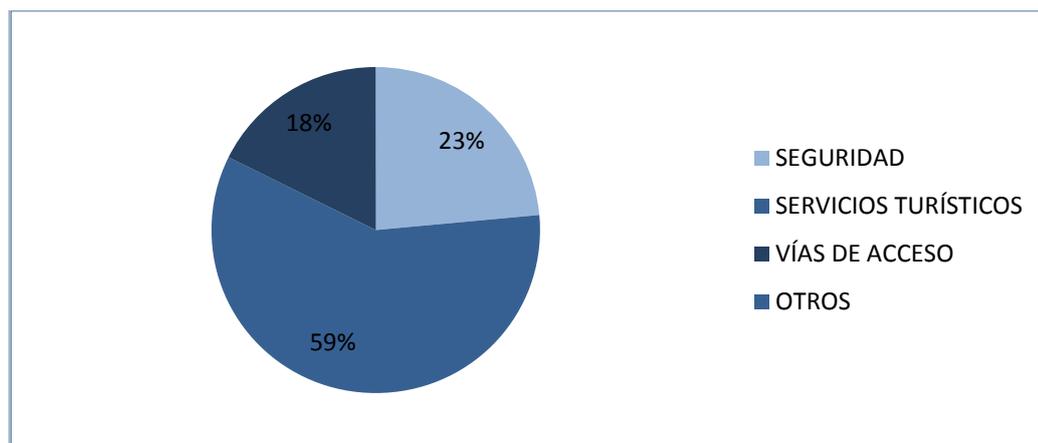
Tabla N°16 Criterios para mejorar en Palmar

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>16</b>	SEGURIDAD	4	24%
	SERVICIOS TURÍSTICOS	10	59%
	VÍAS DE ACCESO	3	18%
	OTROS	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Fuente: Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

Gráfico N°17 Criterios para mejorar en Palmar



Fuente: Servidores turísticos de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** En base a los estudios realizados los servidores manifestaron que se debe mejorar o implementar los servicios turísticos (59%) en donde se ven reflejadas una serie de necesidades primordiales para cubrir la seguridad y protección de quienes llegan a pernoctar en dicho lugar (23%) y su estadía sea algo placentera para regresar a visitar nuevamente la comuna y un (18%) manifestó que se deberían mejorar las vías de acceso.

### 3.3. ENCUESTAS REALIZADAS A HABITANTES DE LA COMUNIDAD DE PALMAR

#### A. INFORMACIÓN GENERAL DEL ENCUESTADO

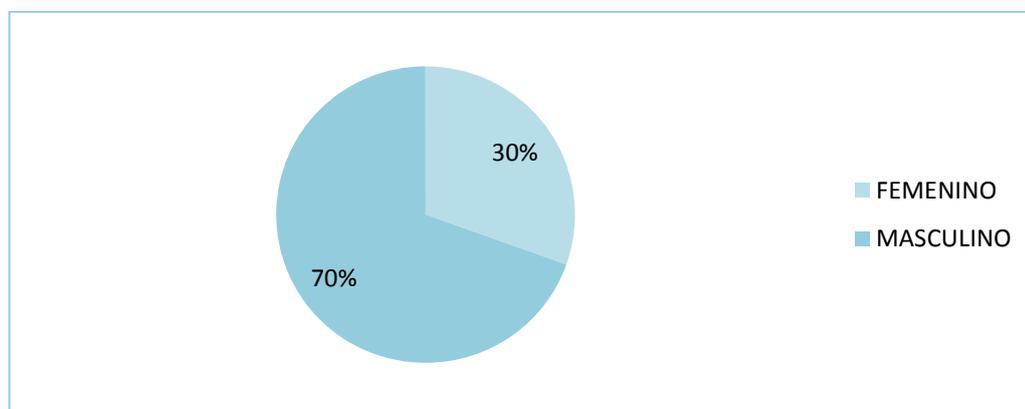
##### a. Género

Tabla N° 17 Sexo

ÍTEM	Valoración	F	%
<b>17</b>	FEMENINO	96	30%
	MASCULINO	219	70%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

Gráfico N° 17 Sexo



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** De las personas encuestadas el 70% pertenece al sexo masculino debido a que para estas encuestas se tomó en consideración a los jefes de hogar para conocer su punto de vista en el ámbito turístico y determinar el nivel de conocimiento que poseen, pudiendo determinar que el conocimiento que poseen es bajo, para lo cual sería necesario capacitar a los habitantes sobre los beneficios del turismo para la comunidad.

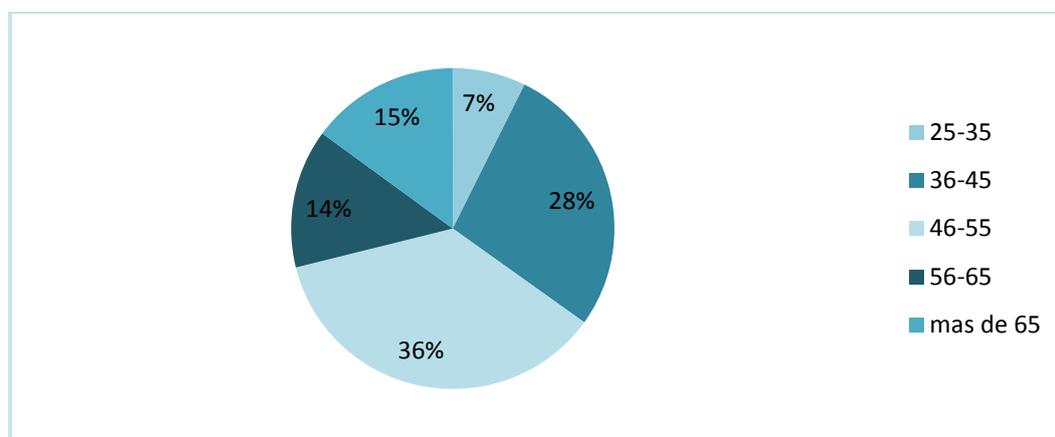
**b. Edad.**

**Tabla N° 18 Edad**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>18</b>	25-35	23	7%
	36-45	87	28%
	46-55	114	36%
	56-65	44	14%
	Más de 65	47	15%
	<b>TOTAL</b>		<b>315</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 18 Edad**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** La edad promedio de los encuestados en un 36% es de 46-55 años; mientras que en el 28% es de 25-35 años el 14% va de 56-65 y más de 65 corresponde a un 15% mientras que un 7% es de 25 a 35 años; la edad de los jefes de hogar va de 46 a 55 ya que ellos son las personas que han habitado en este lugar y ellos conocen las necesidades y los cambios que hayan existido en esta comunidad. Se los consideró a los jefes de hogar para desarrollar talleres que involucren a los habitantes de este sector en el ámbito turístico.

**c. Profesión**

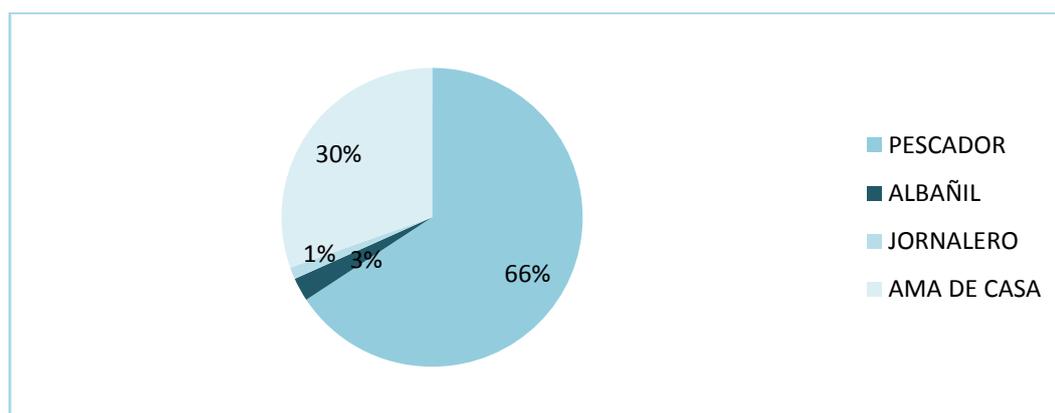
**Tabla N° 19 Profesión de los encuestados**

ÍTEMS	Valoración	F	%
<b>19</b>	PESCADOR	207	66%
	ALBAÑIL	8	3%
	JORNALERO	4	1%
	AMA DE CASA	96	30%
	TOTAL	315	100%

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 19 Profesión de los encuestados**



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Como se muestra en el gráfico la profesión de los jefes de hogares que fueron encuestados, un 66% de la población se dedica a la pesca; mientras que el 3% se dedica a la albañilería, el 1% es jornalero y el 30% son amas de casa. Los jefes de hogar son los que se dedican en la pesca ya que ellos manifiestan que es el negocio al que se han dedicado siempre y han hecho de este trabajo su estilo de vida, no ven otra manera de trabajar dentro de su comunidad, pero si existiera otra fuente de trabajo con una remuneración considerable se dedicarían a trabajar en aquello, para lo cual es necesario desarrollar a la actividad turística dentro de este sector como otra fuente de ingresos para los habitantes.

## B. PERCEPCIÓN DEL TIPO DE VIAJE

### 1. Los turistas que visitan Palmar según su criterio los hacen por

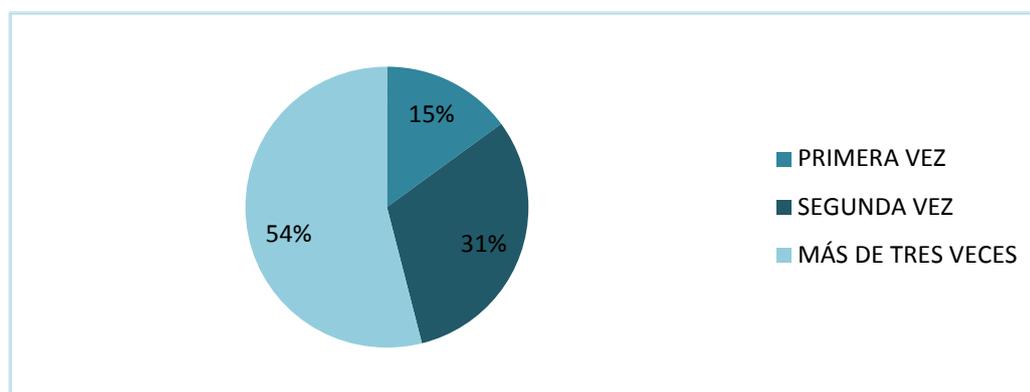
**Tabla N° 20 Criterio de los habitantes sobre la visita de los turistas.**

ÍTEM	Descripción	F	%
20	Primera vez	47	25%
	Segunda vez	98	31%
	Más de tres veces	170	44%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 20 Criterio de los habitantes sobre la visita de los turistas.**



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según la percepción de los servidores turísticos de esta comunidad el 15% lo hace por primera vez, y el 54% de los turistas que los visitan lo han hecho más de tres veces, pudiéndose considerar que sus visitas han sido efectuadas en épocas de feriado; mientras que el 31% manifiesta que lo han hecho por segunda vez ya sea que su estadía en la comunidad haya sido por motivos de trabajo por lo que su visita ha sido por poco tiempo. La comunidad ya cuenta con un pequeño grupo de turistas que ha escogido este destino para disfrutar de sus vacaciones, razón por la cual es necesario mejorar la oferta turística con una adecuada planificación.

**2. Si considera que han venido más de dos veces ¿con qué frecuencia cree que visitan Palmar?**

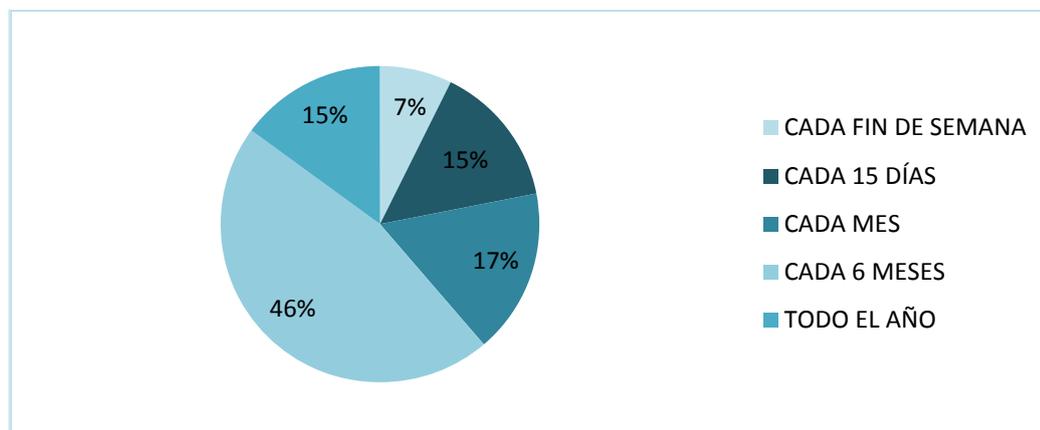
**TABLA N° 21 Percepción sobre la frecuencia de visita de los turistas.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>21</b>	Cada fin de semana	23	7%
	Cada 15 días.	46	15%
	Cada mes.	53	17%
	Cada 6 meses.	146	46%
	Todo el año.	47	15%
	<b>TOTAL</b>		<b>315</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 21 Percepción sobre la frecuencia de visita de los turistas.**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 46% de los encuestados coincidió en que los turistas vienen cada 6 meses; el 17% señaló que vienen cada mes; el 15% indicó que llegan a Palmar cada 15 días; otro 7% dijo que los turistas visitan Palmar cada fin semana; finalmente el 15% lo hace todo el año. Los jefes de hogar respondieron que los turistas los visitan cada 6 meses con lo cual se puede deducir que existe un interés por parte de los turistas en las visitas en temporada alta lo cual resulta beneficioso ya que se cuenta con un flujo de turistas; de esta manera con la aplicación de buenas prácticas de turismo Palmar llegará a ser un destino turístico consolidado para la Provincia.

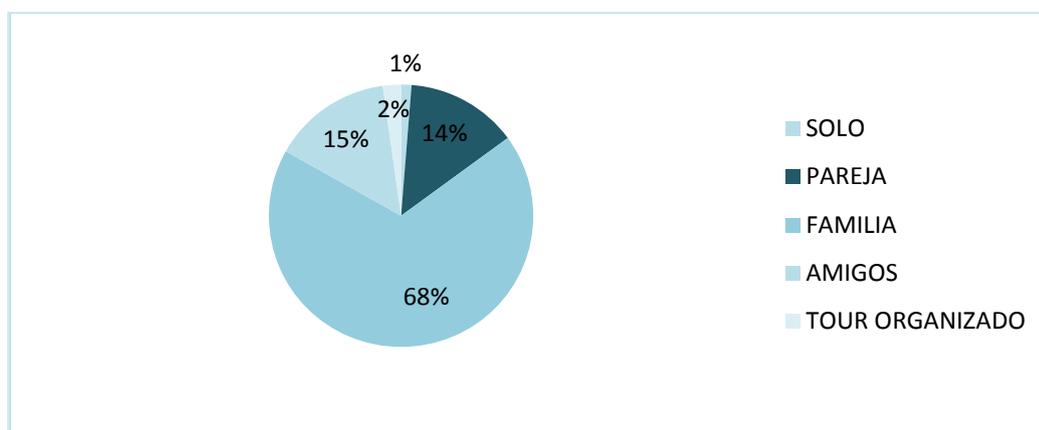
### 3. ¿Considera que los turistas viajan?

**TABLA N° 22** Apreciación sobre el modo de viaje de los turistas.

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>22</b>	SOLO	4	1%
	PAREJA	43	14%
	FAMILIA	215	68%
	AMIGOS	46	15%
	TOUR ORGANIZADO	7	2%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 22** Apreciación sobre el modo de viaje de los turistas.



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** En esta pregunta el 68% contestó que los turistas viajan con su familia, mientras que el 14% lo hacen en pareja y un 15% amigos, el 1% lo hace solo, y un 2% en tour organizados. Según los resultados de la encuesta se pudo determinar que el 68% de los encuestados viaja con su familia ya que aprovechan los días de descanso que se dan para pasar un buen momento en compañía de sus allegados y así salir y pasar un momento ameno, creando así un entorno familiar y acogedor para todos aquellos que vienen a disfrutar de esos días de descanso y relajación en la provincia de Santa Elena.

**4. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio de los turistas según lo que ha observado?**

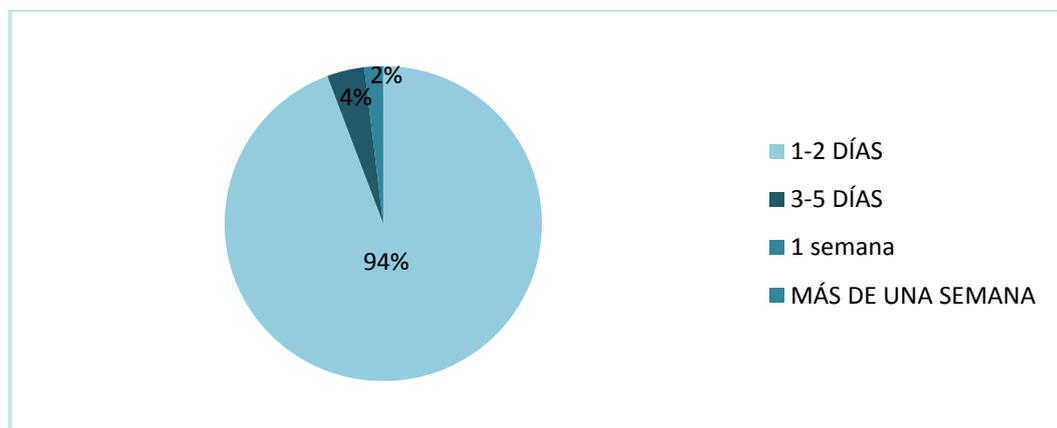
**TABLA N° 23 Estadía promedio de los turistas**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>23</b>	1-2 DÍAS	297	94%
	3-5 DÍAS	12	4%
	1SEMANA	6	2%
	MÁS DE UNA SEMANA	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 23 Estadía promedio de los turistas**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Se puede apreciar que la gran mayoría de los encuestados (94%) permanece en el lugar de 1 a 2 días ya que se considera que se quedan pernoctando en la comunidad, porque tienen familiares donde quedarse o simplemente se quedan a disfrutar de la comunidad; de 3-5 días el 4% permanece en el sitio, tomando en cuenta de que se quedan en el lugar aprovechando los días de feriado. Por tanto las visitas son rápidas y por ende la calidad de servicio debe mantenerse de manera permanente, para ofertar sus productos y servicios con la más alta calidad y dar siempre una buena imagen del local y del balneario se considera dentro del plan mejorar el servicio a través de capacitación a los prestadores de servicios.

## C. INFORMACIÓN GENERAL DEL GASTO Y CONSUMO TURÍSTICO

### 1. ¿Cuál considera usted que sea el gasto promedio diario de los turistas?

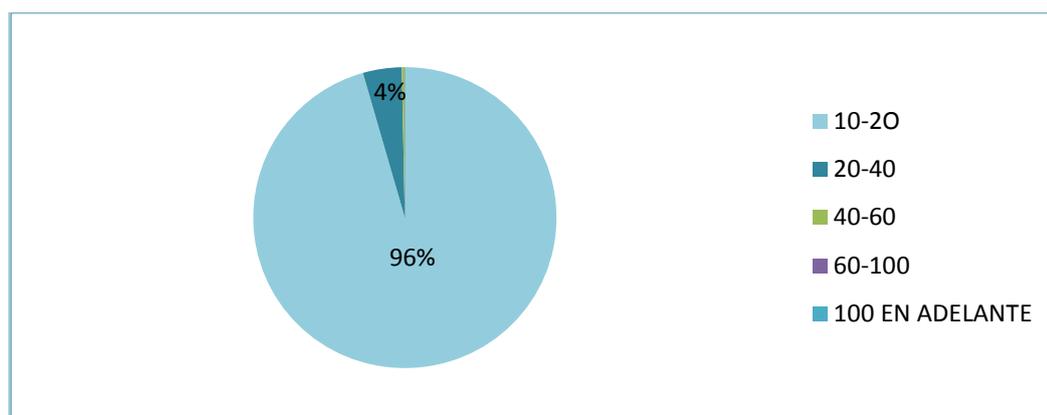
**TABLA N° 24 Gasto promedio diario de los turistas**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>24</b>	10-20	301	96%
	20-40	13	4%
	40-60	1	0%
	60-100	0	0%
	100 EN ADELANTE	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N°24 Gasto promedio diario de los turistas**



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 96% coincidió en que el gasto promedio diario de los turistas es de \$10 a 20 dólares; mientras que el 4% señaló que el consumo diario es de 20 a 40 dólares, y que en lo que más gastan es en hospedaje, alimentación y combustible. Considerando un ingreso por turismo como el antes mencionado resulta más factible mejorar el equipamiento de los establecimientos lo cual dará una mejor apreciación para los turistas.

**D. CONOCIMIENTO DE LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR.**

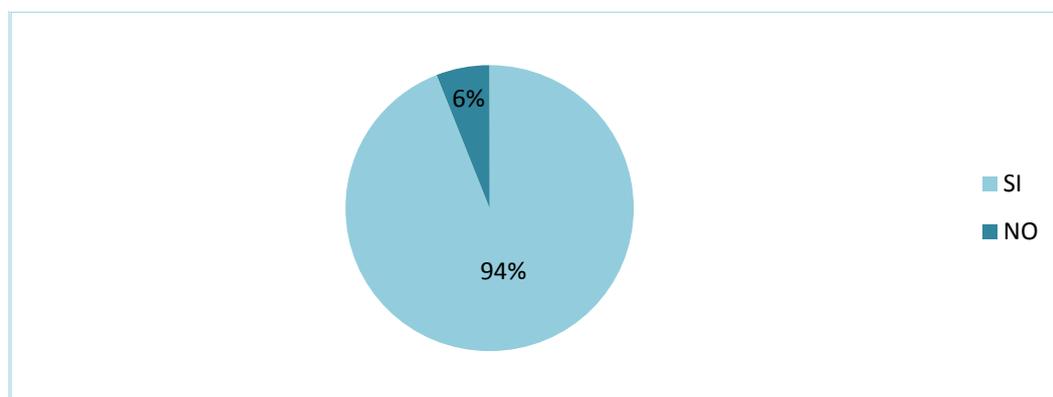
**1. ¿Está usted de acuerdo con la creación de normas que regulen la actividad turística?**

**TABLA N°25 Creación de normas que regulen la actividad turística.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>25</b>	SI	13	4%
	NO	302	96%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 25 Creación de normas que regulen la actividad turística.**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 94% de los habitantes respondió que sí están de acuerdo con la creación de normas que regulen la actividad turística y el 6% dijo no estar de acuerdo. La creación de nuevas estrategias que se implementen para el desarrollo turístico de la comunidad será de mucha importancia dentro de su progreso para que los precios vayan de acuerdo al servicio consumido y todos los establecimientos estén mejor regulados.

**2. ¿Usted ha consumido o utilizado alguna vez estos servicios o productos recreacionales en esta comunidad?**

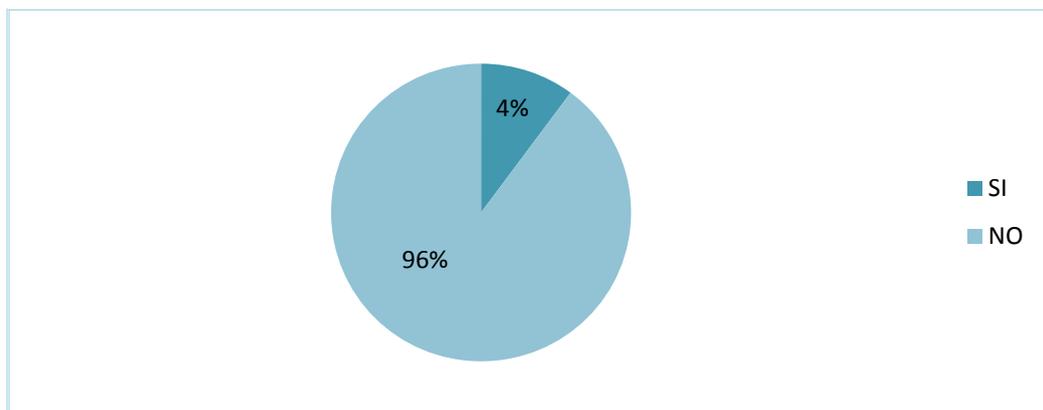
**TABLA N° 26 Consumo del servicio por parte de los habitantes.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>26</b>	SI	13	4%
	NO	302	96%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 26 Consumo del servicio por parte de los habitantes.**



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 96% de los encuestados manifestaron que no han consumido los productos turísticos que su comunidad ofrece, mientras que el 6% dijo haber consumido estos servicios. Los habitantes de la comunidad en su mayoría no han consumido los servicios turísticos ya que por vivir dentro de la comunidad no les motiva o simplemente no tienen conocimiento de cuáles son sus servicios turísticos, el objetivo del proyecto es que Palmar sea reconocido como destino turístico y que este empiece dentro de la comunidad lo cual resulta necesario para realizar capacitaciones a los habitantes sobre el turismo y realizar jornadas de sensibilización turística para ellos.

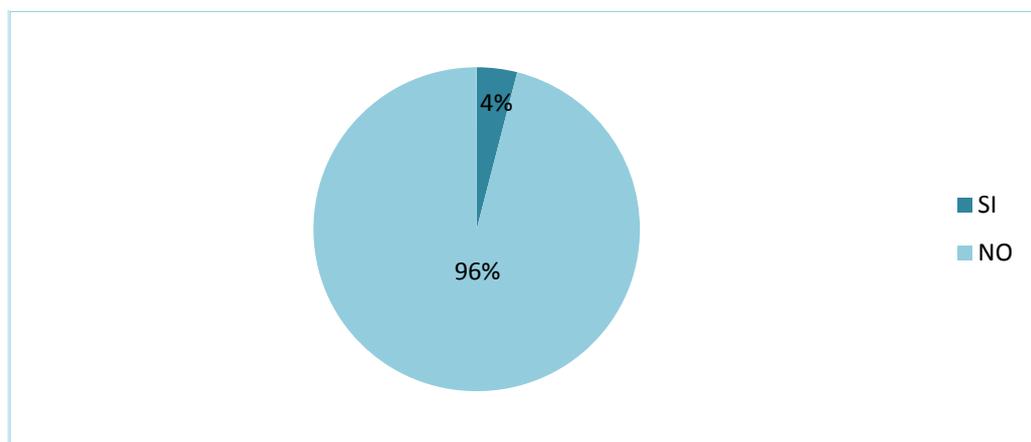
**3. ¿Considera suficiente la actual oferta de los servicios, productos turísticos?**

**TABLA N° 27 Percepción sobre la innovación de la oferta turística.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>27</b>	SI	13	4%
	NO	302	96%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 27 Percepción sobre la innovación de la oferta turística.**



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 96% de los encuestados contestó no estar de acuerdo con la actual oferta turística de la comunidad, mientras que el 4% manifestó estar de acuerdo, esto es debido a que Palmar con una adecuada planificación podrá captar la atención de los turistas y ayudaría a descongestionar otras comunidades a través del plan de desarrollo turístico.

## E. PERCEPCIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTUAL OFERTATURÍSTICA DE LA COMUNIDAD

### 1. ¿Considera necesaria la diversificación, innovación y promoción de la actual oferta turística en su comunidad?

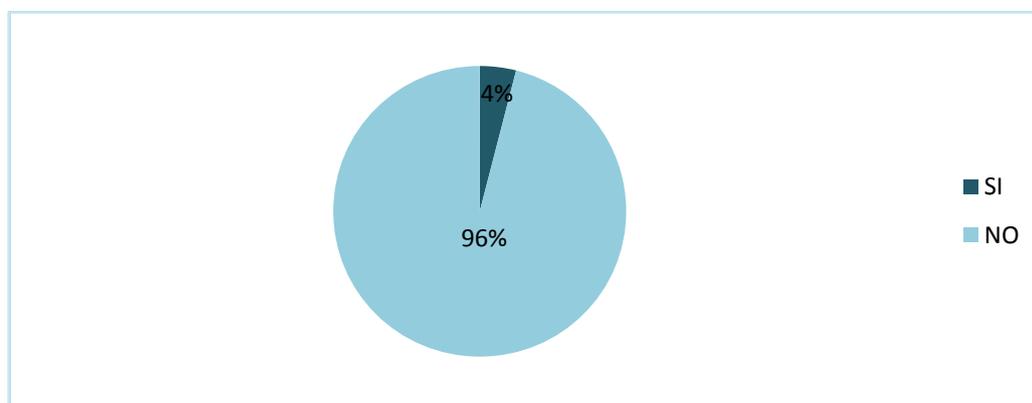
**TABLA N° 28** necesidad de la diversificación, innovación y promoción de la actual oferta turística.

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>28</b>	SI	13	4%
	NO	302	96%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 28** Necesidad de diversificación, innovación y promoción de la actual oferta turística.



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 96% de los encuestados considera necesaria la diversificación, innovación, y promoción de la actual oferta turística en su comunidad, lo cual hace factible la ejecución de este plan para mejorar la oferta turística en esta comunidad.

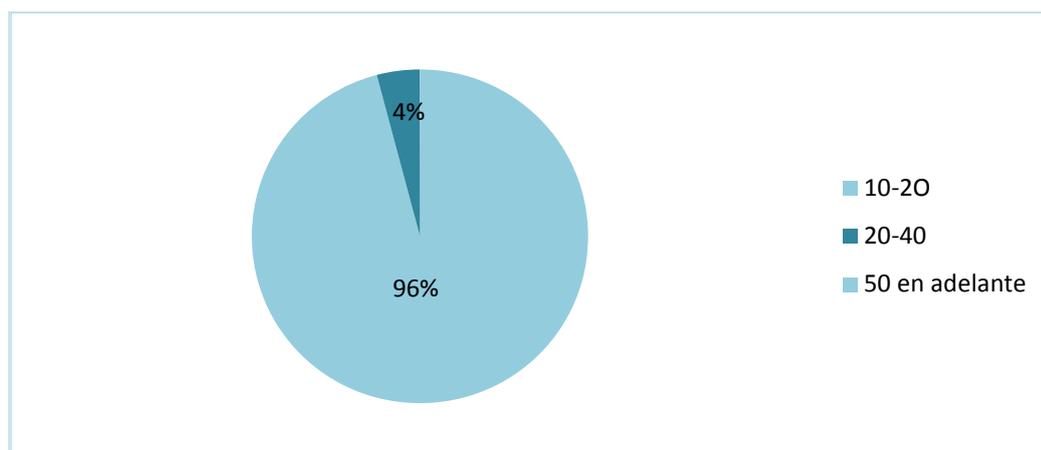
**2. ¿Cuánto cree que estarían dispuestos a pagar los turistas por las diferentes actividades turísticas que se realizan en la comunidad?**

**TABLA N° 29** Percepción sobre el costo de las actividades turísticas.

ITEMS	Descripción	F	%
<b>29</b>	10-20	302	96%
	20-40	13	4%
	50 en adelante	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
 Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 29** Percepción sobre el costo de las actividades turísticas.



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
 Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Los resultados de la encuesta que se realizó a los Habitantes de La comunidad, indican que en un 96% que los turistas estarían dispuestos a pagar 10 a 20 dólares por las diferentes actividades turísticas que se realizaría en la comunidad, y el 4% contestó que podrían pagar de 20 a 40 dólares por dichos servicios, esto si se ofrecen actividades turísticas que compensen el valor que se cancela, mejorando y diversificando la actual oferta turística con servicios de calidad.

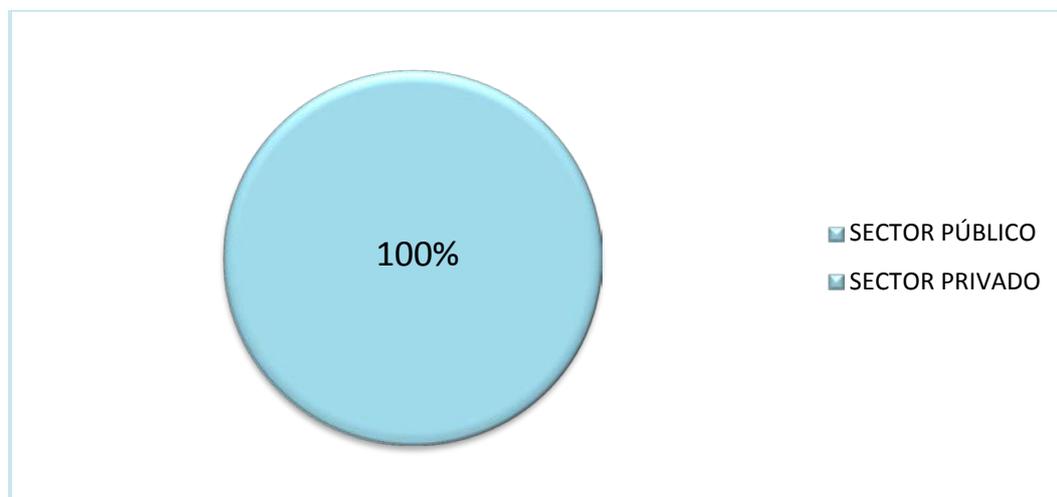
**3. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas?**

**Tabla N° 30 Quiénes deberían implementar las actividades.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>30</b>	SECTOR PÚBLICO	315	100%
	SECTOR PRIVADO	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 32: Quiénes deberían implementar las actividades?**



**Fuente:** Habitantes de la Comuna Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** los habitantes en su totalidad respondieron que el sector público es el responsable de implementar la oferta turística, el plan de desarrollo dentro de las acciones que se plantean involucra a las autoridades del sector público para que con su aporte se pueda llevar a cabo la ejecución del mismo.

#### 4. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?

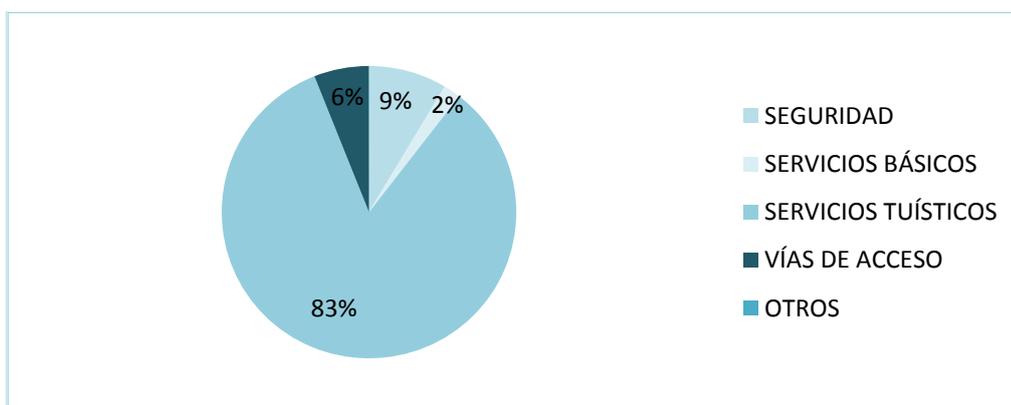
**Tabla N° 31 Criterio sobre que debería mejorarse en Palmar**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>31</b>	SEGURIDAD	27	9%
	SERVICIOS BÁSICOS	6	6%
	SERVICIOS TURÍSTICOS	263	83%
	VÍAS DE ACCESO	19	6%
	OTROS	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 31 Criterio sobre que debería mejorarse en Palmar**



Fuente: Habitantes de la Comuna Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 83% de los encuestados manifestaron que lo que se debería mejorar en esta comunidad son los servicios turísticos; mientras que el 2% cree que se debe implementar servicios básicos; el 9% dijo que se necesita mejorar la seguridad finalmente el 6% manifestó que era necesario mejorar las vías de acceso. Dentro del plan se contempla el ordenamiento turístico territorial y actividades para mejorar los servicios turísticos e implementar a esta comunidad de equipamiento turístico para dar una mejor imagen a los visitantes ya que es lo que los turistas necesitan.

### 3.4. ENCUESTAS A TURISTAS QUE VISITARON LA COMUNIDAD DE PALMAR.

En este punto se incluye un análisis de la demanda de turismo en la comuna Palmar realizada a los visitantes.

#### A. INFORMACIÓN GENERAL DEL ENCUESTADO

##### 1. Género.

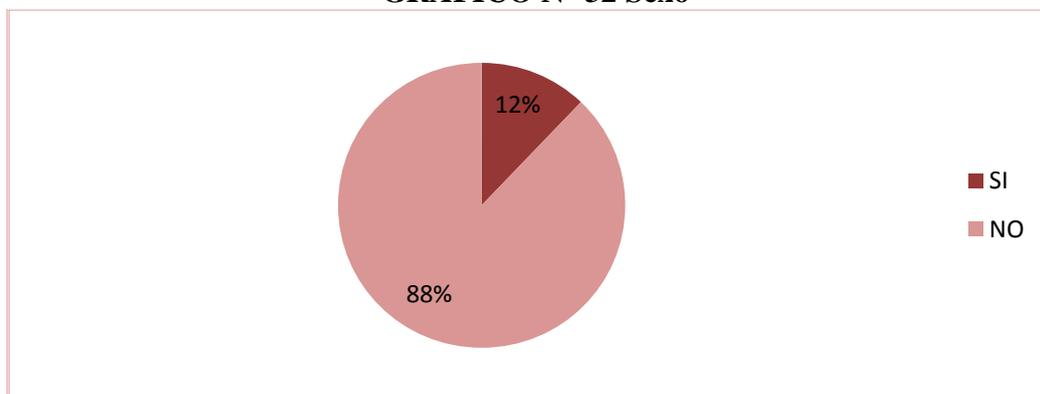
TABLA N° 32 Sexo

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>32</b>	MASCULINO	20	61%
	FEMENINO	13	39%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

GRÁFICO N° 32 Sexo



Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** De las personas encuestadas el mayor porcentaje pertenece al sexo masculino (88%), por lo que se determina que la afluencia es mayor por parte de las varones entre padres de familias, e hijos, amigos, etc., en cambio las mujeres estuvieron representadas por un (12%), siendo importante tomar en cuenta a este grupo encuestado, teniendo un alto grado de importancia la afluencia de visitantes mujeres.

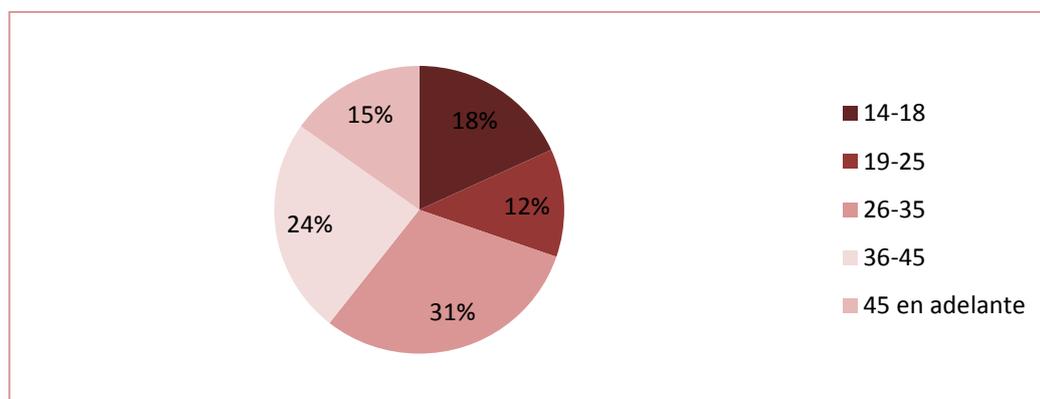
**b. Edad.**

**TABLA N° 33 Edad**

ÍTEM	Descripción	F	%
33	14-18	6	18%
	19-25	4	12%
	26-35	10	31%
	36-45	8	24%
	45 en adelante	5	15%
	<b>TOTAL</b>		<b>33</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 33 Edad**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Se aprecia que entre las edades que ingresaron a la comuna el 31% corresponde a personas entre los 26- 35, con lo que se puede concluir que la mayor parte de turistas que asisten a la comuna Palmar, son adultos quienes en su gran mayoría buscan diversión y con un sentido moderado en cuanto a exigencia de servicio, que de igual forma sirve como referencia para aquellos que aún no han visitado este paradero turístico en la Ruta del Spondylus.

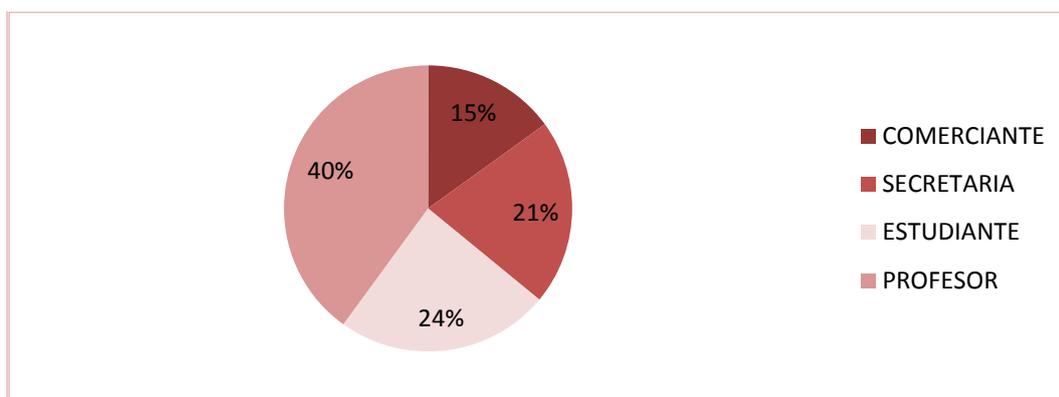
### c. Profesión

**TABLA N° 34 Profesión de los turistas encuestados**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>34</b>	Comerciante	6	15%
	Secretaria	4	21%
	Estudiantes	10	24%
	Profesor	8	40%
	<b>TOTAL</b>		<b>33</b>

Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)  
Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 34 Profesión de los turistas encuestados**



Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)  
Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 40% de los turistas encuestados son profesores; el 24% estudiantes; el 21% secretarías; mientras que el 15% es comerciante. Estos resultados muestran que los turistas que visitan esta comunidad lo hacen en vacaciones ya que consideran un lugar propicio para descansar debido que no es tan concurrido, esta comunidad debe prepararse para cada temporada del país siendo necesario mejorar la oferta turística existente para brindar más opciones a este mercado de profesionales.

**d. Lugar de procedencia**

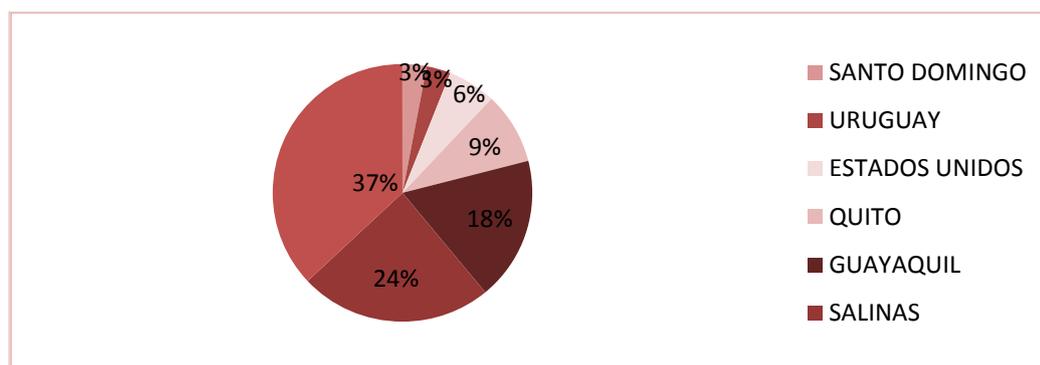
**TABLA N°35 Origen del turista.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>35</b>	Santo Domingo	1	3%
	Uruguay	1	3%
	Estados Unidos	2	6%
	Quito	3	9%
	Guayaquil	6	18%
	Salinas	8	24%
	La Libertad	12	37%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 37 Origen del turista.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El resultado de esta pregunta es algo interesante y a la vez muy importante, ya que mediante estos resultados se está conociendo la acogida que actualmente tiene la comuna a nivel nacional, concluyendo que la mayoría de personas provinieron de la región costa, considerando que el mayor porcentaje proviene de esta región, en su mayoría de la ciudad de Guayaquil, Salinas y La Libertad, en donde también se pudo observar que existe un flujo considerable de turistas que fueron de la sierra, verificando así el impacto turístico que tiene Palmar debido a que hay que debe considerarse la distancia como un factor importante que los turistas de la región sierra tienen que recorrer para disfrutar del encanto de este sector peninsular.

## B. PERCEPCIÓN DEL TIPO DE VIAJE

### 1. ¿Es la primera vez que visita la comunidad de Palmar?

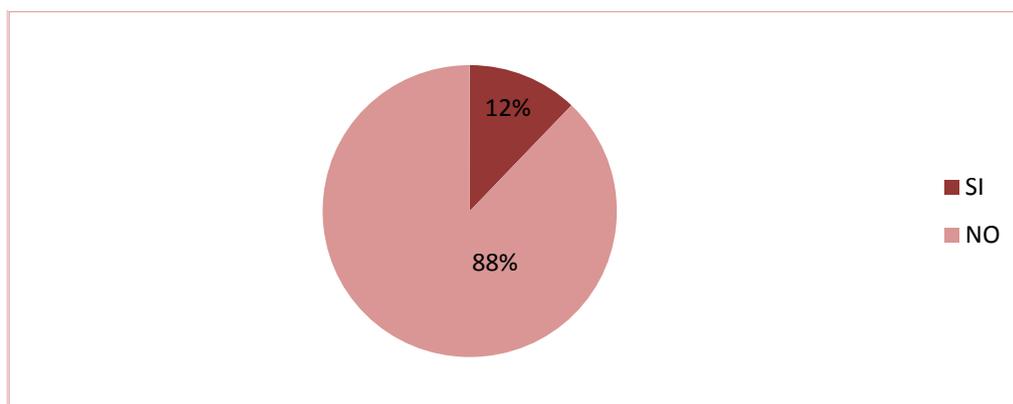
TABLA N° 36 Percepción de viaje.

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>36</b>	SI	4	12%
	NO	29	88%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

GRÁFICO N° 36 Percepción de viaje.



Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** En los resultados de las encuestas que se realizaron a los turistas ellos afirmaron que no es la primera vez que visitan esta comunidad (88%), ya que lo han hecho en otras ocasiones, y lo que los motivó a regresar fue la tranquilidad y los atractivos con los que cuenta la comunidad; el 12% estaba visitando por primera vez la comunidad. Es importante señalar que hay interés por visitar este lugar, existiendo un pequeño grupo que respondió que es la primera vez que visita el lugar.

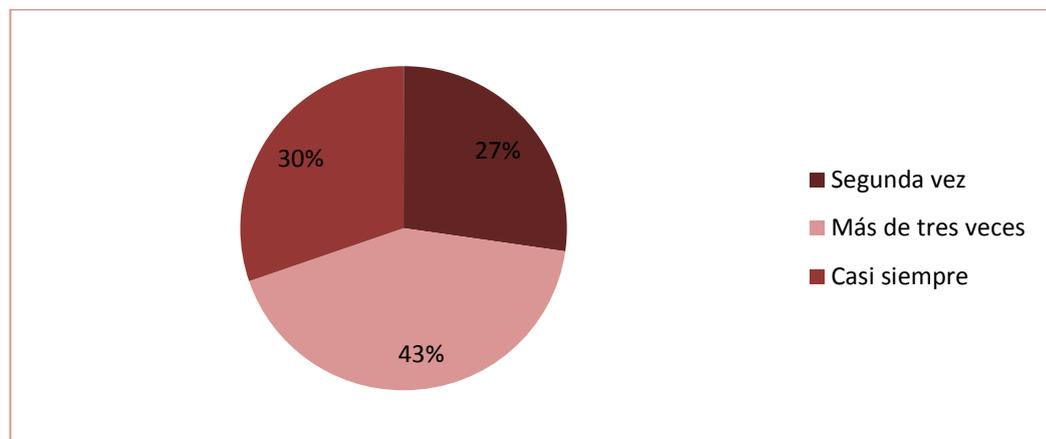
### 1.1.¿Cuántas veces ha visitado esta comunidad?

**TABLA N° 37 Número de veces de visita.**

ÍTEM	Valoración	F	%
<b>37</b>	Segunda vez	9	27%
	Más de tres veces	14	43%
	Casi siempre	10	30%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 37 número de veces de visita.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** La mayoría de los turistas encuestados afirmaron que han visitado más de tres veces la comuna (43%), considerando que la mayoría lo hizo en épocas de feriado o aprovechando los puentes vacacionales; el 30% de los encuestados asisten a la comunidad casi siempre por diferentes tipos de motivos, ya sea por trabajo o simplemente tienen familias en dicho lugar.

## 2. ¿Con qué frecuencia visita Palmar?

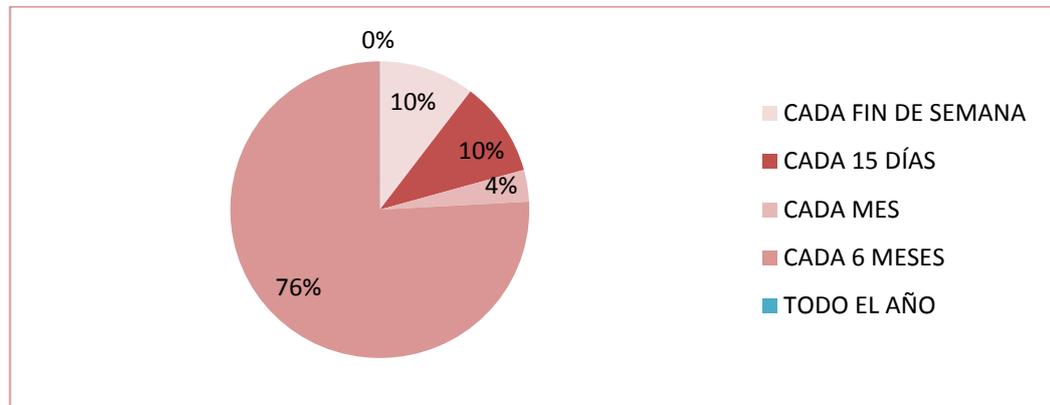
**TABLA N° 38 Frecuencia de visita.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>38</b>	Cada fin de semana	3	10%
	Cada 15 días	3	10%
	Cada mes	1	4%
	Cada 6 meses	22	76%
	Todo el año	0	0%
	<b>TOTAL</b>		<b>33</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 38 Frecuencia de visita.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** La frecuencia con que los turistas visitan la localidad de Palmar es generalmente cada 6 meses tomando en cuenta que su visita puede ser por motivos de trabajo o algún otro impulso por lo que su visita se da solo poco tiempo, estos datos ayudarán a determinar la frecuencia de visitas de los turistas hacia la población y para preparar el ambiente para los turistas en sus visitas a la localidad.

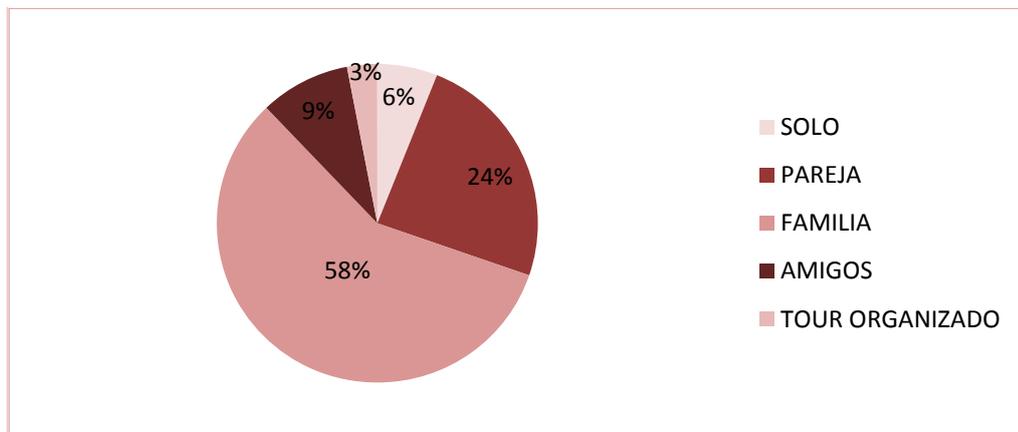
### 3. ¿Por lo general, viaja solo o acompañado?

**TABLA N° 39 Modo de viaje.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>39</b>	SOLO	2	6%
	PAREJA	8	24%
	FAMILIA	19	58%
	AMIGOS	3	9%
	TOUR ORGANIZADO	1	3%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 39 Modo de viaje.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según los resultados de la encuesta se pudo determinar que el 58% de los encuestados viaja con su familia aprovechando los días de descanso que se dan para pasar un buen momento en compañía de su allegados, salir y pasar un momento ameno, creando así un entorno familiar y acogedor para todos aquellos que vienen a disfrutar de esos días de descanso y relajación en la provincia de Santa Elena.

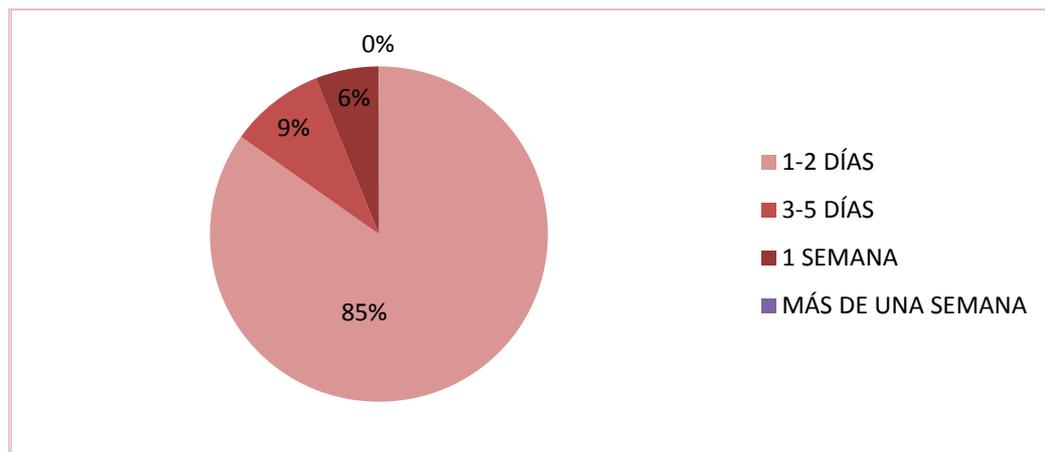
**4. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio que suele hospedarse cuando visita esta localidad?**

**TABLA N° 40 Tiempo de estadía promedio.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>40</b>	1-2 DÍAS	28	85%
	3-5 DÍAS	3	9%
	1SEMANA	2	6%
	MÁS DE UNA SEMANA	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 40 Tiempo de estadía promedio.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Con referencia al tiempo que perduran en la comunidad, la mayoría de los turistas adquieren el servicios de hospedaje en un promedio de dos días, por lo que se consideran que los turistas visitan la comunidad los fines de semana, existiendo también personas que se quedan por más tiempo visitando la localidad ya que tiene familias y amigos dónde hospedarse por más tiempo.

## 5. ¿Cuándo visita esta localidad donde prefiere alojarse?

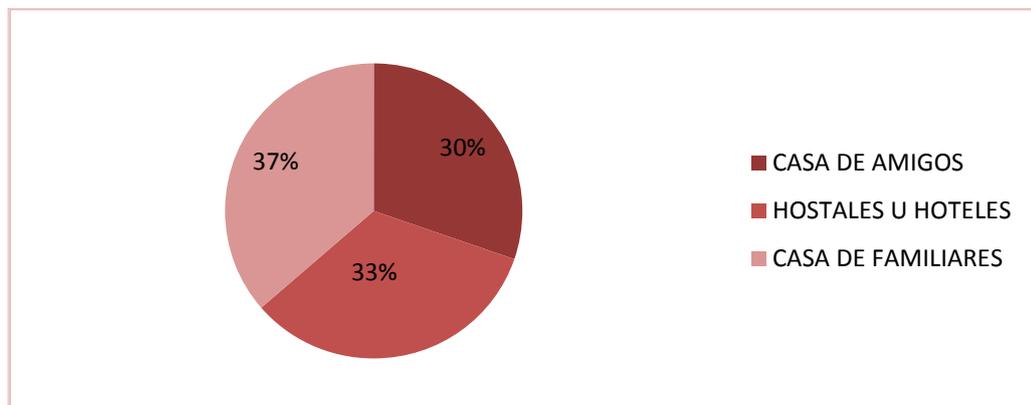
**TABLA N° 41 Preferencia de hospedaje.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>41</b>	Casa de amigos	10	30%
	Hostales u hoteles	11	33%
	Casa de familiares	12	36%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 41 Preferencia de hospedaje.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** La mayoría de los turistas encuestados afirmaron que suelen alojarse en casas de familiares, existiendo la probabilidad de que lleguen de visita al lugar con el fin de encontrarse con sus familiares y amigos residentes en la comunidad, mientras que un 33% prefiere alojarse en hostales u hoteles existentes en el lugar, esto refleja que existen turistas que consumen hospedaje.

## 6. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza?

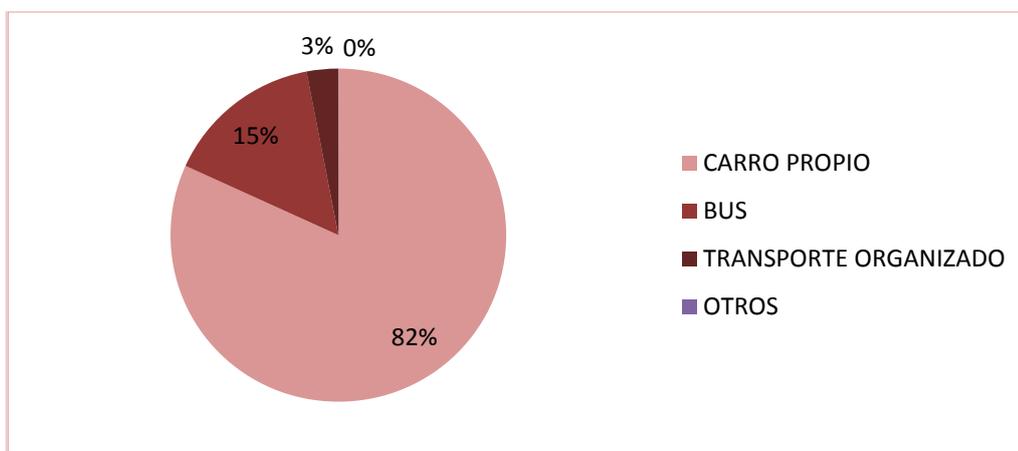
**TABLA N° 42 Medio de transporte que utiliza.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>42</b>	Carro propio	27	82%
	Bus	5	15%
	Transporte organizado	1	3%
	Otros	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 42 Medio de transporte que utiliza.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según los resultados de la encuesta se pudo determinar que los turistas se trasladan a esta comunidad utilizando sus carros propios como medio de transporte; existiendo también un grupo considerable que utiliza como medio de transporte para llegar al lugar los buses que existen para trasladarse a la comuna

## 7. ¿Cómo se enteró de la existencia de este lugar?

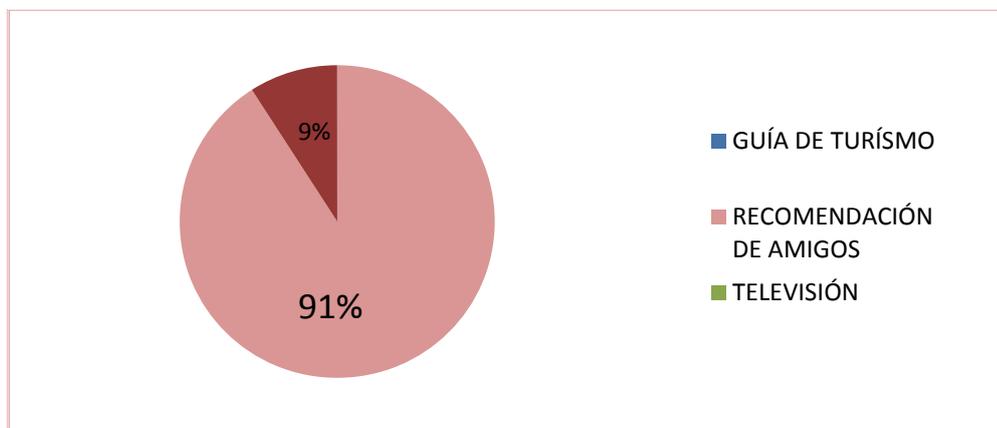
**TABLA N° 43 Información del lugar.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>43</b>	Guía de turismo	0	0%
	Recomendación de amigos	30	91%
	Televisión	0	0%
	Publicación de diarios o revistas	0	0%
	Promoción en ferias turísticas	0	0%
	Internet	0	0%
	Otros	3	9%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 45 Información del lugar.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 91% de las personas que visitan este destino lo han hecho por recomendaciones de amigos que han visitado este lugar, el cual les ha parecido un destino de relajación y tranquilidad para pasar un momento ameno, y otras personas han conocido este lugar por otros medios.

## C. INFORMACIÓN GENERAL DEL GASTO Y CONSUMO TURÍSTICO

### 1. ¿Cuál es el gasto promedio diario cuando visita esta comunidad?

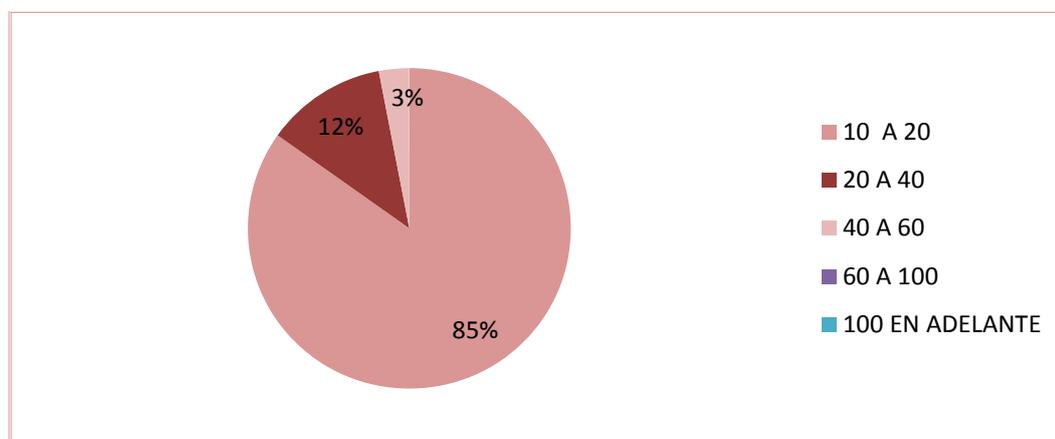
**TABLA N° 44 Gasto promedio diario.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>44</b>	10 a 20	28	85%
	20 a 40	4	12%
	40 a 60	1	3%
	60 a 100	0	0%
	100 en adelante	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 44 Gasto promedio diario.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** En cuanto al promedio de gasto diario, los visitantes manifiestan en gran porcentaje que para disfrutar de los atractivos y actividades en Palmar lo hace con un promedio de 10a 20 dólares, tomando en cuenta que este promedio es solo para una persona; otro gran porcentaje de gasto diario es de 20 a 40 dólares cuando se trata de parejas; los turistas llegan a gastar hasta 60 dólares cuando visitan la comuna en compañía de la familia integrada por 4 individuos.

## D. CONOCIMIENTO DE LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR

### 1. Los servicios que ha consumido hasta ahora consideran que son

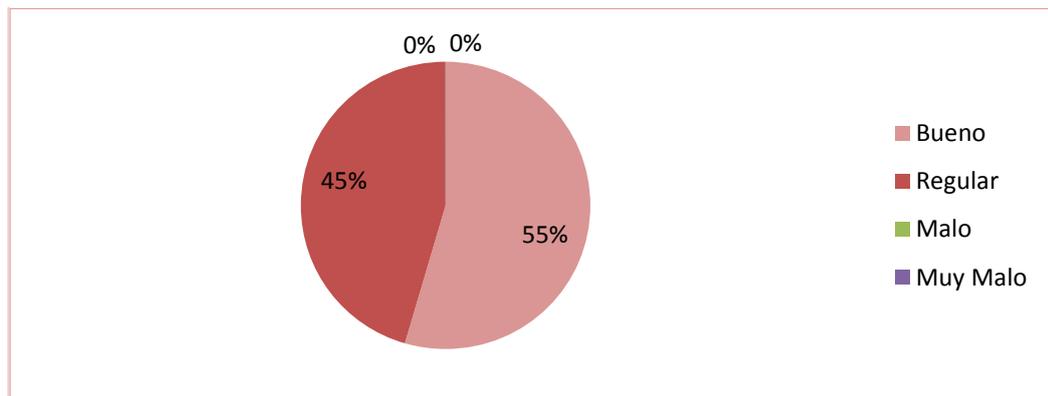
**TABLA N° 45** Valoración del servicio.

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>45</b>	BUENO	18	55%
	REGULAR	15	45%
	MALO	0	0%
	MUY MALO	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 45** Valoración del servicio.



Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según los resultados obtenidos, se puede ver que de las personas encuestadas un alto porcentaje consideró que el servicio de atención al cliente que recibió fue bueno, esto debido a que por el exceso de turistas descuidaron la atención hacia los mismos, mientras que el 45% respondió que el servicio que obtuvieron fue regular. Se puede determinar que debido a la afluencia de turistas los prestadores de servicio con el afán de incrementar sus ventas olvidaron el trato hacia los turistas, con esto se puede establecer que la eficiencia del servicio depende también de la capacidad de atención que tenga cada uno de los locales.

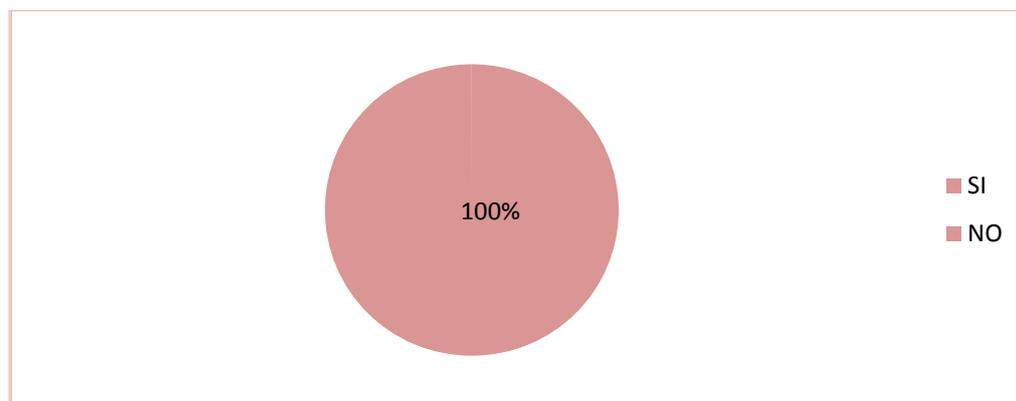
**2. ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades en la comunidad de Palmar?**

**TABLA N° 46 Percepción sobre la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>46</b>	SI	0	0%
	NO	33	100%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 46 Percepción sobre la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Los turistas respondieron en su totalidad que no están de acuerdo con la calidad de la actual oferta turística. Lo cual hace factible la realización del Plan de Desarrollo ya que en este plan se contemplan actividades que ofrecen la capacitación para los prestadores de servicios turísticos y de esta manera mejorar el servicio a los turistas.

### 3. ¿Cómo calificaría la experiencia vivida en esta comunidad?

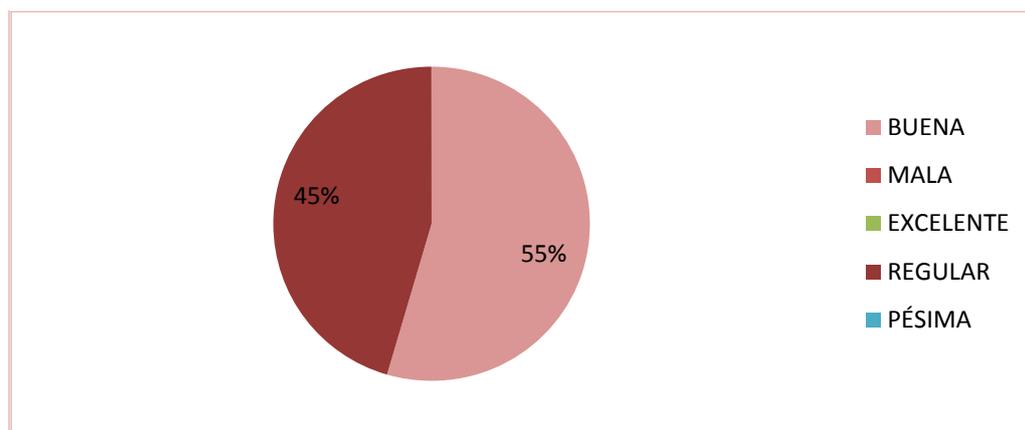
**TABLA N° 47 Valoración sobre la experiencia en el destino.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>47</b>	BUENA	18	55%
	MALA	0	0%
	EXCELENTE	0	0%
	REGULAR	15	45%
	PÉSIMO	0	0%
	<b>TOTAL</b>		<b>33</b>

Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 47 Valoración sobre la experiencia en el destino.**



Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá, I (2013)

**Análisis e interpretación:** Según los resultados obtenidos los turistas consideraron que la experiencia vivida en la comunidad fue buena por lo que consideraron que a los prestadores turísticos les hace falta reforzar ciertas temáticas que servirán de pauta para conocer de qué servicios carecen, entre los que se puede mencionar mejorar el servicio al cliente, lo cual varía de acuerdo a las condiciones en que el turista recibió los servicios prestados en cada uno de los establecimientos por lo que la aplicación de un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable servirá para desempeñarse mejor en sus puestos de trabajo y por ende brindar un servicio de calidad hacia los turistas.

#### 4. ¿Si tuviera la oportunidad de regresar a esta comunidad lo haría?

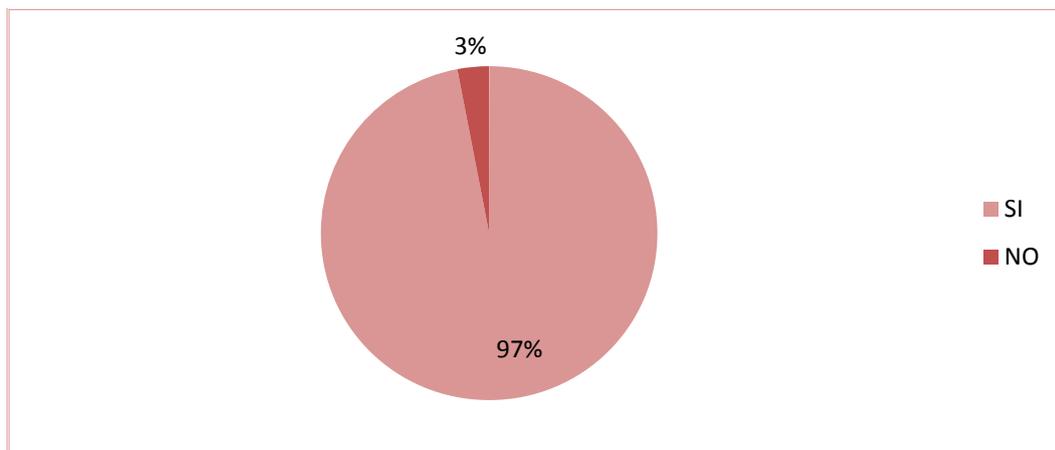
**TABLA N°48 Opinión del retorno al destino.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>48</b>	SI	32	97%
	NO	1	3%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N°48 Opinión del retorno al destino.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)

**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 97% de los turistas aseguraron que si regresarían a esta comunidad porque a pesar de ser un lugar con falta de servicios turísticos es un lugar tranquilo para pasar en familia, además el mayor atractivo es su playa y el santuario, los cuales tienen mucha acogida por parte de quienes visitan el lugar, mientras que el 3% aseguró que no regresaría. Los turistas retornarían al destino lo cual hace factible y proporciona una demanda asegurada para la comunidad.

## E. PERCEPCIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR

### 1. ¿Cuenta la comunidad con lugares propicios para la diversificación de actividades recreacionales?

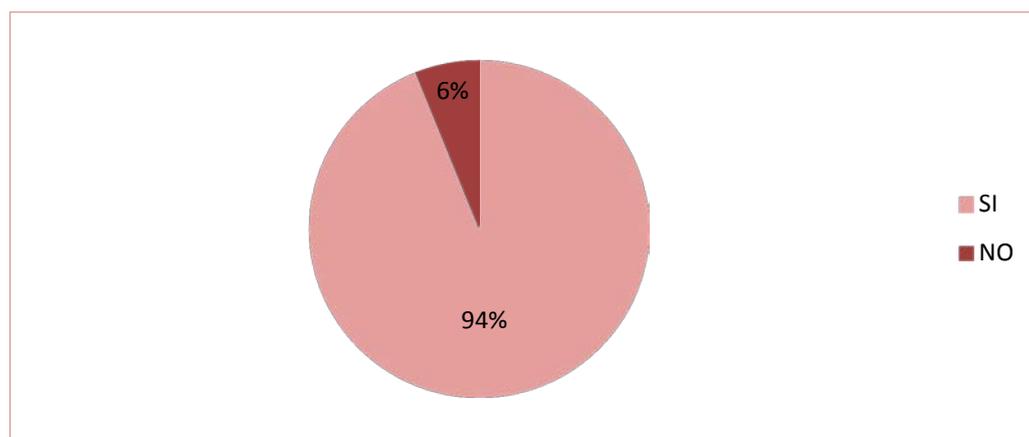
**TABLA N°49 Identificación del potencial turístico.**

ÍTEM	Descripción	Frecuencia	%
<b>49</b>	SI	2	6%
	NO	31	94%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 49 Identificación del potencial turístico.**



Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Como se puede apreciar el gráfico muestra que la respuesta de los turistas que visitaron esta comunidad en su mayoría, con un 94%, afirmó que esta comunidad posee los recursos necesarios para ser considerado y desarrollado como un sector con un nivel alto de desarrollo turístico, pero al no contar con los recursos para llevar a cabo y darle el impulso turístico necesario que requiere se hace necesario que Palmar empiece un desarrollo turístico ya que cuenta con el potencial turístico y un mercado claramente identificado.

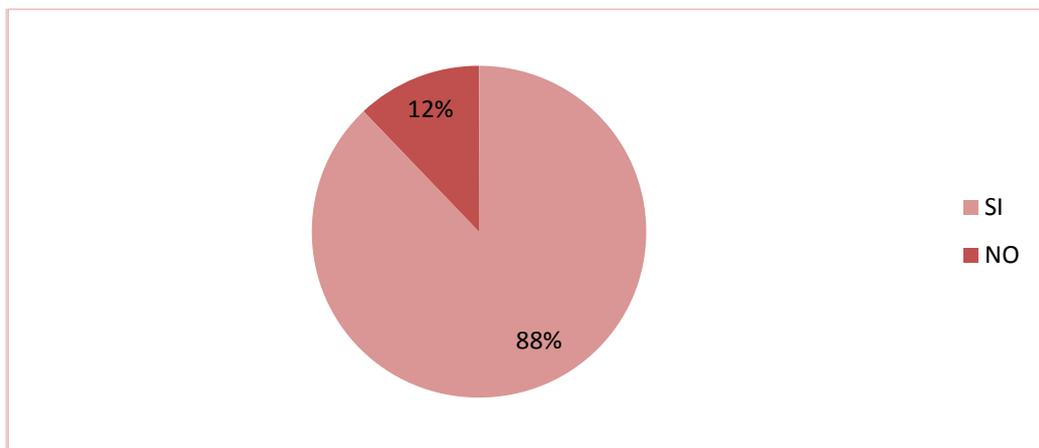
**2. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique la actual oferta turística de esta comunidad?**

**TABLA N°50 Opinión sobre la necesidad de diversificación de la oferta.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>50</b>	SI	29	88%
	NO	4	12%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N°50 Opinión sobre la necesidad de diversificación de la oferta.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 88% de los turistas que visitaron Palmar afirmaron que si es necesario diversificar la oferta turística actual, implementando servicios de información turística, publicidad, locales de artesanías, caminatas, entre otras; con el objetivo de cubrir las exigencias y necesidades de los consumidores, mientras que el 12 % manifestó que no era necesario, los turistas que visitan este lugar anhelan otras actividades dentro del lugar ya que afirman que en este lugar posee el potencial y creen que es necesario mejorar la oferta turística del sector.

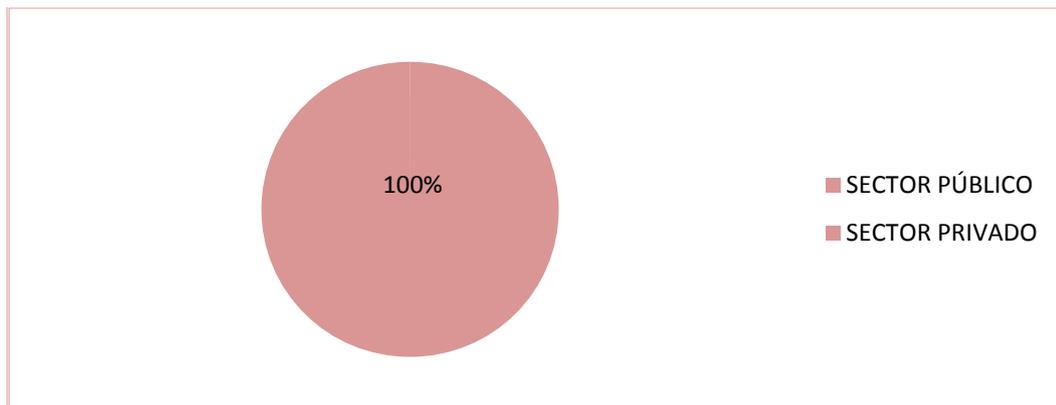
**3. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas?**

**TABLA N° 51 Responsables de implementar las actividades turísticas.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>51</b>	SECTOR PÚBLICO	33	100%
	SECTOR PRIVADO	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**GRÁFICO N° 51 Responsables de implementar las actividades turísticas.**



**Fuente:** Turistas que visitaron Palmar (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** El 100% de los turistas afirmó que a quienes les compete esta tarea es exclusivamente al sector público ya que ellos son los encargados de llevar a cabo el desarrollo turístico de cada lugar que posee la provincia de Santa Elena, en la propuesta del plan de desarrollo turístico se involucra al sector público para el aporte y progreso de la actividad de esta comuna.

#### 4. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?

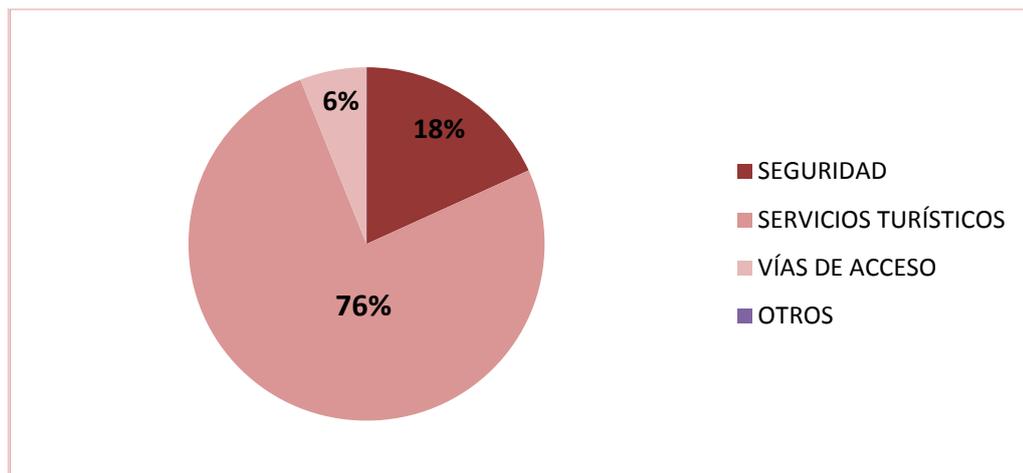
**TABLA N° 52 Criterio la regeneración en el destino.**

ÍTEM	Descripción	F	%
<b>52</b>	SEGURIDAD	6	18%
	SERVICIOS TURÍSTICOS	25	76%
	VÍAS DE ACCESO	2	6%
	OTROS	0	0%
	<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Gráfico N° 52 Criterio la regeneración en el destino.**



Fuente: Turistas que visitaron Palmar (2013)

Elaborado por: Tomalá rosales, ingerboth (2013)

**Análisis e interpretación:** Según el criterio de los turistas el 76% opinó que lo que se debería mejorar son los servicios turísticos, debido a que es un lugar considerado para visitar, por lo que el adquirir nuevas técnicas o temáticas le ayudará a desempeñar un buen servicio hacia el turista con el objetivo de cubrir las exigencias y necesidades de los consumidores, en cuanto a los productos que consumen o adquieren.

## **2. CONCLUSIONES**

- Los resultados de las encuestas arrojan una gran inconformidad en cuanto al ámbito turístico dentro de la comunidad de Palmar.
- Los servidores turísticos, habitantes y los turistas se encuentran totalmente de acuerdo que el potencial turístico que posee esta comunidad puede ser desarrollado con una adecuada planificación y por ende obtener mejores resultados en cuanto al ámbito turístico y poder llegar a ser un importante destino turístico dentro de la provincia de Santa Elena.
- La diversificación de la oferta turística ayudará a descongestionar los lugares que en estos momentos tienen una gran afluencia de visitantes.

### **3. RECOMENDACIONES**

- La ejecución del plan ayudara a satisfacer las necesidades de los turistas y por ende mejorará el incremento de turistas en la comunidad y esto mejorar el nivel de vida de los habitantes abriendo nuevas plazas de trabajo.
- El plan de desarrollo debe ser un tema de diálogo para los líderes comunitarios en el ámbito turístico, al igual que se recomienda elaborar estrategias que involucren a los habitantes de la comunidad.
- Es recomendable la capacitación a los prestadores de servicios turísticos para mejorar la calidad de los servicios, como también es recomendable realizar estrategias para diversificar la actual oferta turística de la comunidad.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE DE LA COMUNIDAD DE PALMAR**

#### **4.1. PRESENTACIÓN**

La comunidad de Palmar actualmente no cuenta con un plan de desarrollo turístico, motivo por el cual no cuenta con un adelanto prolongado en la actividad. Por esta razón es necesario plantear el modelo de desarrollo turístico que contemple los parámetros de calidad, competitividad y sustentabilidad con la finalidad de mejorar su actual oferta turística; en este plan se contemplan los siguientes programas: Ordenamiento Turístico en el Territorio, Puesta en Valor del Recurso Turístico, Promoción, Comercialización e imagen turística de Palmar, Participación de la Población Local en el Desarrollo Turístico, cada una con 2 proyectos por cada programa y con sus respectivas acciones que dependen de la magnitud del proyecto.

#### **4.2. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN**

El plan de desarrollo que se plantea para la comuna Palmar nace de la necesidad de una adecuada planificación turística para la comunidad, ya que esta no cuenta con un flujo de turistas en comparación a otras poblaciones que se encuentran en

la misma ruta del Spondylus, que por ser una ruta netamente turística esta comunidad debería estar desarrollada turísticamente pero, debido a muchos factores no ha prosperado a tal punto de ser considerada como otros destinos aledaños a este sector.

Esta comunidad cuenta con el potencial necesario para desarrollarse siendo importante mencionar que el flujo de turistas es bajo, razón por la cual es necesario la elaboración y ejecución del plan de desarrollo turístico sustentable en este sector considerando que es tiempo de que la comuna palmar empiece a tener otra fuente de ingresos y de esta manera mejorar la calidad de vida de sus habitantes así como lo han logrado muchos países y ciudades del país.

#### **4.3. MODELO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA LA COMUNA PALMAR**

El modelo que se plantea para la comunidad de Palmar persigue 3 fases:

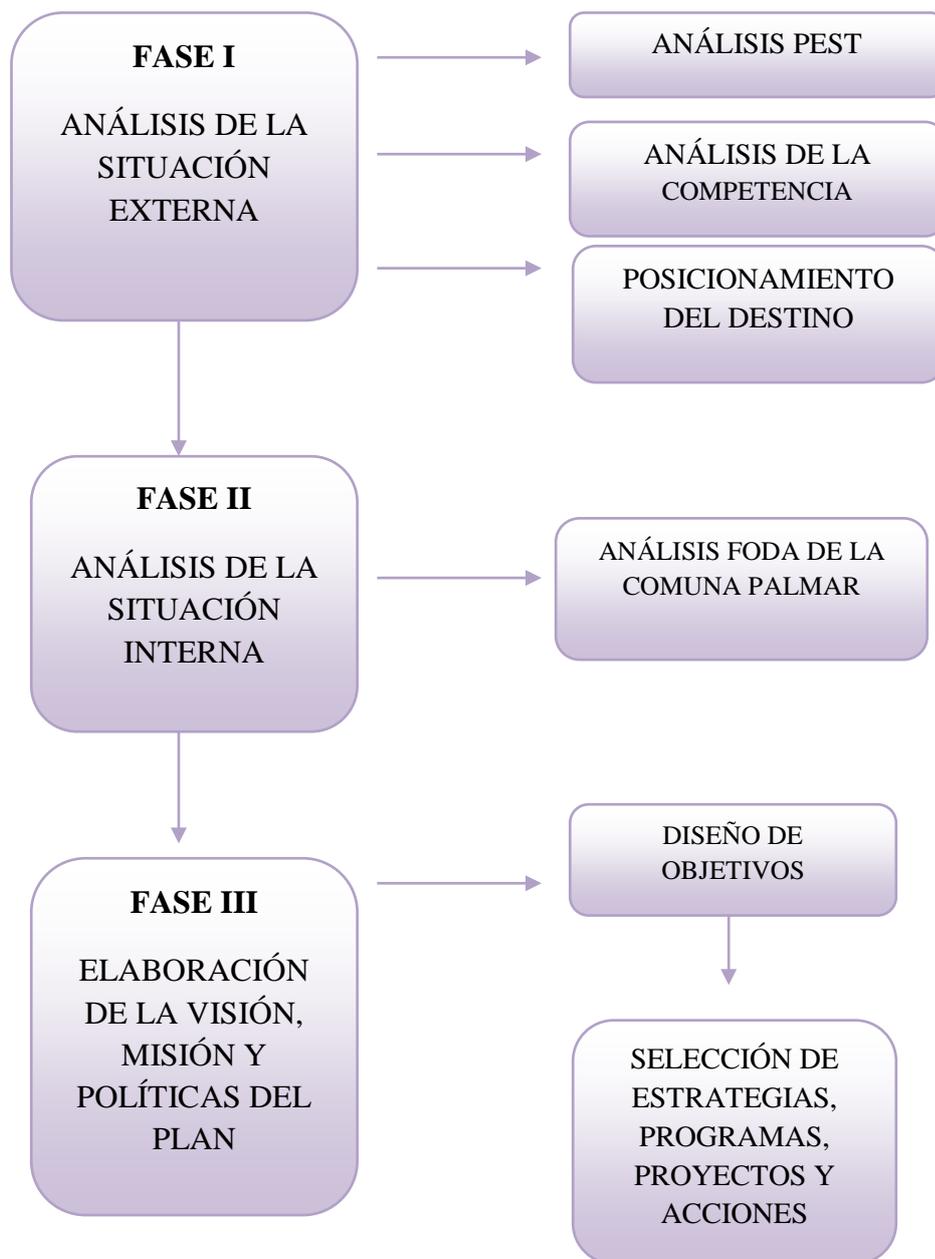
**FASE I** comprende el análisis de la situación externa; en este apartado se elabora el análisis PEST de la comunidad el cual es muy importante ya que permite conocer que es lo que afecta al entorno, realizándose el análisis de la competencia y el posicionamiento del destino.

**FASE II** en la fase 2 se realizó el análisis de la situación interna de la comunidad Palmar con la aplicación del análisis FODA y la valoración de los atractivos turísticos.

**FASE III** esta es la fase más importante porque es donde se elabora la Visión Misión y objetivos que persigue el plan, también se diseñan las estrategias, programas, proyectos y acciones.

**ESQUEMA N° 9**

**MODELO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA PALMAR**



**Fuente:** Investigación de Campo (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth. (2013)

#### **4.4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNA PALMAR**

##### **4.4.1. Análisis de oferta**

Con respecto a la actual oferta de servicios turísticos Palmar cuenta con 3 Hostales, 1 zona de camping que brinda exclusivamente alojamiento, también cuenta con lugares que brindan servicios de alimentación distribuidos en 14 cabañas restaurantes, 1 kiosco de comida, y 4 zonas de esparcimiento distribuidos de la siguiente manera: 2 discotecas y 2 instalaciones deportivas, para la distracción de los habitantes y turistas que visitan esta comunidad.

##### **4.4.1.1. Servicios complementarios**

En este sector no existe una variada oferta de servicios complementarios, es poco lo se puede mencionar en este punto para poder desarrollarlo, el destino que se estudia cuenta con 4 Corresponsales No Bancarios “Banco del Barrio” del Banco de Guayaquil, 3 Corresponsales No Bancarios “Mi Vecino” del Banco de Pichincha y una gasolinera, todos distribuidos en sectores estratégicos de la comunidad para que las personas y turistas que visitan puedan hacer uso de aquello.

**4.5. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS,  
SISTEMATIZACIÓN DE  
INFORMACIÓN DE CADA  
ATRACTIVO**

**ATRACTIVO N° 1**

**1) DATOS GENERALES:**

Nombre del atractivo: Manglar

Propietario: comuna Palmar

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: bosques

Subtipo: Manglar

Jerarquía: II



**2) UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Latitud: 0529151

Longitud: UTM 9776833

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Comuna Palmar

**3) CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS:**

Ayangue 3.8 KM

**4) CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:**

**- Valor intrínseco:**

Es un bosque natural extenso a la rivera del estuario que se forma por la unión del mar y los ríos Miñay y Grande, en la ribera derecha de la comuna existe una

carretera asfaltada y al margen izquierdo detrás del bosque del manglar se encuentran camarónicas, posee una extensión aproximada de 36.86 hectáreas, su clima es cálido-húmedo, y la temperatura varía de 18°C como mínima y 38°C como máxima, con una humedad relativa del 90%. Presenta una gran diversidad de especies de flora y fauna, terrestre y acuática propias de este ecosistema; formado por especies de las familias Rhizophoraceae y Avicenniaceae, las especies que más se distinguen son: *Rhizophora mangle*, y *Avicennia germinans*. En cuanto a su fauna se pueden observar especies de aves como: *Fragata magnificens*, *Pelicanus occidentalis*, y otras especies que anidan en estos sitios; además por su característica especial de agua, es el hábitat excepcional para anfibios, cangrejos, entre otros.

- **Valor extrínseco**

Este atractivo actualmente posee un gran significado para sus habitantes, ya que existen 2 instituciones que están realizando proyectos para su debida conservación y su futuro desarrollo turístico.

**5) ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

El atractivo actualmente se encuentra conservado ya que existen 2 instituciones asociadas para conservar este entorno tales como: fundación Neo Juventud y asociación para el Uso y Manejo del Manglar, estas son las encargadas del desarrollo de este atractivo y de la conservación del mismo para evitar que se realicen talas de manglar sino más bien reforestarlo y darle el cuidado que se merece y evitar la extinción de la fauna existente en este importante atractivo para la comunidad.

**6) ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:**

El entorno al igual que el atractivo se encuentra de igual manera conservado ya que como se menciona anteriormente existen 2 fundaciones que se encargan del uso y conservación del atractivo.

**7) INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

El ingreso a este atractivo se puede realizar durante los 365 días del año, y existe un único ingreso que es a través del estero mediante botes.

**8) INFRAESTRUCTURA BÁSICA:**

Dentro del atractivo actualmente no se cuenta con ningún tipo de servicios básicos.

**9) ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

El atractivo está asociado con la playa y el estero denominado La Boca

**10) CONOCIMIENTO DEL ATRACTIVO:**

El atractivo en la actualidad no es reconocido por los visitantes aunque cabe recalcar que se está trabajando para fomentar la actividad turística dentro de este importante atractivo.

**CUADRO N° 5**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL ATRACTIVO 1.**

**Nombre del atractivo:** Manglar

Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	a) Valor extrínseco	5
	b) Entorno	10
	c) Estado de conservación(y/o organización)	10
	<hr/>	
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros Atractivos	5
	<hr/>	
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
	<hr/>	
	<b>TOTAL</b>	55

**Fuente:** Investigación de Campo(2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**JERARQUIZACIÓN:** Jerarquía asignada II

## **ATRACTIVO N° 2**

### **1) DATOS GENERALES:**

Nombre del atractivo: Estero  
La Boca  
Propietario: comuna Palmar  
Categoría: Sitios Naturales

Tipo: costas o litorales  
Subtipo: estero

Jerarquía: II



### **2) UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Latitud: 0529151  
Provincia: Santa Elena  
Parroquia: Colonche

Longitud: UTM 9776833  
Cantón: Santa Elena  
Sector: Comuna Palmar

### **3) CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS:**

Ayangue 3.8 KM

### **4) CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:**

#### **- Valor intrínseco:**

Se ubica a 8 msnm., en el barrio Los Esteros, con una temperatura de 23°C, se forma en el recorrido del río Miñay, cuyo cauce avanza hasta su desembocadura en el Océano Pacífico, con afloramiento natural rocoso, y continúa en forma de riachuelo por un cauce angosto hasta llegar al manglar. En cuanto a su fauna se observa peces y diferentes aves.

Este atractivo no lo conocen fuera de este sector pero dentro solo lo utilizan para el desembarque de pesca.

Este lugar por mucho tiempo se lo conoció como “ESTERO DE BALSAS” por la gran cantidad de balsas que atraía hasta esta comunidad cuando se realizaba la bajamar.

- **Valor extrínseco**

Este atractivo en la actualidad es utilizado únicamente para embarque y desembarque de pesca, la comuna cuenta con una oferta turística pero en esta no incluyen este atractivo con mucho potencial.

**5) ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

El atractivo se encuentra en estado de conservación por su proximidad al manglar.

**6) ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:**

El entorno lamentablemente no está conservado ya que solo lo utilizan los pescadores.

**7) INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

Se puede realizar el ingreso a 5 minutos en vehículo por carretera de tercer orden y transitable los doce meses del año; también se puede llegar caminando haciéndolo por la playa para disfrutar mejor el entorno.

**8) INFRAESTRUCTURA BÁSICA:**

No existe ningún tipo de infraestructura básica.

## **9) ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

Este atractivo se asocia directamente con el manglar y con la playa, ya que este atractivo se encuentra en la parte media de estos dos.

## **10) CONOCIMIENTO DEL ATRACTIVO:**

El atractivo es reconocido únicamente por los comerciantes de pesca que visitan esta comunidad por esta actividad.

## **11) CONCLUSIONES**

Como conclusión se puede decir que el área es propia para realizar actividades turísticas y con un poco más de planificación turística se podrá obtener grandes beneficios para esta comunidad.

## **12) RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar limpieza de troncos que es traída por el río, Colocación de letreros interpretativos, de la misma manera es importante recomendar la Señalización de la vía de acceso, así como Delimitación del sitio para incrementar el camping y la Colocación de basureros y de baterías sanitarias, también es importante la coordinación con los dueños de los botes pescadores para restringir el área. Y Se pueden realizar varias actividades turísticas complementarias como:
  - Camping.
  - Kayak.
  - Pesca deportiva.

**CUADRO N° 6**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL ATRACTIVO 2.**

**Nombre del atractivo:** Estero la boca.

Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	b) Valor intrínseco	3
	d) Valor extrínseco	4
	e) Entorno	5
	f) Estado de conservación(y/o organización)	4
	<hr/>	
APOYO	d) Acceso	7
	e) Servicios	3
	f) Asociación con otros Atractivos	5
	<hr/>	
SIGNIFICADO	e) Local	2
	f) Provincial	
	g) Nacional	
	h) Internacional	
	<hr/>	
	<b>TOTAL</b>	33

**Fuente:** Investigación de Campo(2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**JERARQUIZACIÓN:** Jerarquía asignada II

### **Atractivo N° 3**

#### **1) Datos generales:**

Nombre del atractivo: playa

Palmar

Tipo: costas o litorales

Subtipo: Playa

Jerarquía: II



#### **2) UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Latitud: 17M 0529367

Longitud: UTM 9776160

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Comuna Palmar

#### **3) CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS:**

Ayangue 3.8 KM

#### **4) CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:**

##### **- Valor intrínseco:**

Se ubica a 10 msnm., en el barrio Los Esteros con una temperatura de 24°C, es de estado normal, es una playa amplia con una extensión de 2.5km., el tono de la arena es de coloración gris, se lo utiliza como puerto pesquero por ser una desembocadura a mar abierto, la playa ubicada al noroeste de la población, presenta rocas de considerable dimensión en unos de los extremos.

- **Valor extrínseco**

Este atractivo es reconocido por los habitantes locales de la Provincia y en la actualidad es utilizado para embarque y desembarque de pesca.

**5) ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

El atractivo se encuentra en estado de conservación.

**6) ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:**

El entorno también se encuentra conservado.

**7) INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

Este atractivo tiene accesibilidad los 12 meses del año, se puede acceder por carretera transitable y por el mar.

**8) INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

Existe poca infraestructura en este atractivo.

**9) ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

Este atractivo se asocia directamente con el Manglar y el estero.

## **10) CONOCIMIENTO DEL ATRACTIVO**

El atractivo es reconocido por los visitantes locales y por los comerciantes de pesca que visitan esta comunidad por esta actividad.

## **11) CONCLUSIONES**

Se puede decir que el área es propia para realizar actividades turísticas y con un poco más de planificación turística se podrá obtener grandes beneficios para esta comunidad.

## **12) RECOMENDACIONES**

- Es recomendable realizar paseos en lancha, caminatas a la playa rosada, Realizar actividades como deportes acuáticos, y torneos deportivos, así como también la colocación de basureros y de batería sanitaria, duchas y eventos en la playa.

**CUADRO N° 7**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL ATRACTIVO 3.**

**Nombre del atractivo:** playa de Palmar

Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	c) Valor intrínseco	3
	g) Valor extrínseco	2
	h) Entorno	8
	i) Estado de conservación(y/o organización)	5
	<hr/>	
APOYO	g) Acceso	10
	h) Servicios	5
	i) Asociación con otros Atractivos	5
	<hr/>	
SIGNIFICADO	i) Local	2
	j) Provincial	
	k) Nacional	
	l) Internacional	
	<hr/>	
	<b>TOTAL</b>	40

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**JERARQUIZACION:** Jerarquía asignada II

## **ATRACTIVO N° 4**

### **1) DATOS GENERALES:**

Nombre del atractivo:  
Nuestra Señora de Fátima.

Propietario: comuna Palmar

Categoría: Manifestaciones  
Culturales

Tipo: arquitectura y espacios  
Urbanos

Subtipo: Santuarios

Jerarquía: III



### **2) UBICACIÓN GEOGRÁFICA:**

Latitud: 0529927

Longitud: UTM 9775495

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Comuna Palmar

### **3) CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS:**

Colonche 4KM

### **4) CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:**

#### **- Valor intrínseco:**

Se ubica a 61 msnm., es un sitio natural con vista de 90° al mar y hacia toda la comunidad. Es de contraste con la antigüedad de la iglesia de Colonche, representa la arquitectura moderna, está ubicado sobre el cerro María Guare, su

arquitectura también responde a la reforma litúrgica propuesta por el Vaticano y cada detalle que integra el Santuario tiene una simbología bíblica.

### **Valor extrínseco**

Este atractivo tiene un gran significado para la comunidad y para la Provincia en especial para los creyentes de la religión católica convirtiéndose en un lugar donde todos los domingos se dan cita. Este atractivo por su gran valor religioso es reconocido a nivel Nacional.

#### **5) ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

El atractivo se encuentra en estado conservado.

#### **6) ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:**

El entorno se encuentra conservado.

#### **7) INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

Se puede realizar el ingreso en carro o caminando por la gradas que facilita el ingreso.

#### **8) INFRAESTRUCTURA BÁSICA:**

No existe ningún tipo de infraestructura básica.

#### **9) ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

Este atractivo se asocia directamente con el Santuario Nuestra Señora de Fátima.

## **10) CONOCIMIENTO DEL ATRACTIVO**

Este atractivo es reconocido ya que aquí se realizan ceremonias netamente religiosas y acuden a este lugar personas de otras partes del mundo.

## **11) CONCLUSIONES**

El área es propicia para realizar actividades turísticas y con un poco más de planificación turística se podrá obtener grandes beneficios para esta comunidad.

## **12) RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar fotografías, colocación de letreros interpretativos la señalización de la vía de acceso y la delimitación del sitio para incrementar el camping.

**CUADRO N° 8**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL ATRACTIVO 4.**

**Nombre del atractivo:** Santuario Nuestra Señora de Fátima

Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	d) Valor intrínseco	15
	j) Valor extrínseco	7
	k) Entorno	10
	l) Estado de conservación(y/o organización)	10
	<hr/>	
APOYO	j) Acceso	8
	k) Servicios	0
	l) Asociación con otros Atractivos	10
	<hr/>	
SIGNIFICADO	m) Local	2
	n) Provincial	
	o) Nacional	
	p) Internacional	
	<hr/>	
	<b>TOTAL</b>	<b>67</b>

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**JERARQUIZACION:** Jerarquía asignada III

## **ATRACTIVO N° 5**

### **3.4.1.1. DATOS GENERALES:**

Nombre del atractivo:

Costumbres y tradiciones

Propietario: comuna Palmar

Categoría: Folklore

Tipo: Creencias Populares

Subtipo: Leyendas, mitos  
platos típicos

Jerarquía: II



### **UBICACIÓN GEOGRÁFICA:**

Latitud: 9776 000 N

Longitud: 530 000 E

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Comuna Palmar

### **CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS:**

Ayangue 3.8 KM

### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:**

#### **- Valor intrínseco:**

Estos atractivos tienen un gran valor para la comunidad ya que son muy significativos para ellos, tal es el caso de que esta comuna fue tomada en cuenta para la película denominada “Santa Elena en Bus” que se filmó en varias comunidades de la provincia donde se resaltaban las leyendas de cada comunidad con sus respectivas tradiciones.

### **ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

Los atractivos en la actualidad se encuentran conservados ya que se realizan con bailes folklóricos.

### **ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:**

El entorno se encuentra en estado conservado

### **INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

### **INFRAESTRUCTURA BÁSICA:**

La infraestructura vial no se encuentra en buen estado ya que las calles de esta comuna están deterioradas.

### **ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

Este atractivo se asocia directamente con todos los atractivos enlistados anteriormente

### **CONOCIMIENTO DEL ATRACTIVO**

En esta comunidad solo se realizan ferias gastronómicas, por lo tanto solo se conoce la gastronomía de esta comunidad, en cuanto a los demás atractivos no se los reconoce

**CUADRO N°9**  
**FICHA DE EVALUACIÓN DEL ATRACTIVO 5.**

**Nombre del atractivo:** costumbres y tradiciones

Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	e) Valor intrínseco	3
	m) Valor extrínseco	2
	n) Entorno	7
	o) Estado de conservación(y/o organización)	3
	<b>TOTAL</b>	15
APOYO	m) Acceso	5
	n) Servicios	5
	o) Asociación con otros Atractivos	5
	<b>TOTAL</b>	15
SIGNIFICADO	q) Local	3
	r) Provincial	
	s) Nacional	
	t) Internacional	
	<b>TOTAL</b>	3
<b>TOTAL</b>		33

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**JERARQUIZACION:** Jerarquía asignada II

## 4.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 4.6.1. Perfil del turista

A continuación se presenta una tabla con el perfil del turista que visita la comunidad de Palmar

**CUADRO N° 10**

#### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR**

<b>Origen</b>	<b>Nacional</b>
<b>Tiempo de estancia</b>	Menos de 1 día
<b>Gasto promedio</b>	De 10 a20 dólares
<b>Tipo de servicio que consume</b>	Restaurantes

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

Esta población en cada temporada turística del país presenta un bajo nivel de demanda en comparación a otras comunidades aledañas que gracias a esta actividad han diversificado sus fuentes de ingreso y mejorado su calidad de vida, originando así que el flujo de turistas que anualmente visitan la Provincia de Santa Elena en busca de diversión visiten los sectores que se encuentran ubicados en los alrededores tales como: Ayangue, Montañita y Olón.

Los datos obtenidos en el monitoreo de los resultados de capacidad de carga turística de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) muestran que en el último feriado de carnaval del 2012 tuvo un flujo de 989 visitantes. Palmar posee una frecuencia de estacionalidad rentable solo en temporada alta, con visitantes que se desplazan de una forma de viaje independiente, siendo estos únicamente nacionales con un tiempo de estancia menor a un día con un gasto aproximado de 10 a 20 dólares; ya que lo que más les atrae es la playa y el Santuario Nuestra Señora de Fátima, acotando también que los servicios turísticos que consumen los visitantes es en alimentación.

## 4.7. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA

Existen varios métodos para evaluar la situación externa es por eso que a continuación se presenta la herramienta PEST, para determinar los factores externos de la comunidad de Palmar.

### 4.7.1. Análisis Pest de la Comuna Palmar

College (2010) en su página web define al análisis Pest como:

“un marco para analizar una situación, desde el punto de vista: Político, Económico, Social y Tecnológico. Es una herramienta de gran utilidad que mide el mercado (competencia, clientes, movilidad social, actualización tecnológica, innovaciones, etc.) donde se piensa desarrollar algo.”

#### CUADRO N° 11

##### ANÁLISIS PEST DE LA COMUNIDAD DE PALMAR

POLÍTICO – LEGAL	ECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none"><li>Políticas gubernamentales</li><li>– Período gubernamental y cambios.</li><li>– Grupos de presión local</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tendencias en la economía local</li><li>- Asuntos generales de impuestos</li><li>- Intereses y tasas de cambio</li></ul>
SOCIAL	TECNOLÓGICO
<p>Demografía</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La cultura no se ha deteriorado</li><li>- Factores étnicos y religiosos</li><li>- Cambios de leyes que afecten factores sociales</li></ul>	<p>Madurez de la tecnología</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Potencial de innovación</li><li>- Asuntos de propiedad intelectual</li><li>- Capacidad y madurez del producto</li></ul>

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

### 3.7.2 Análisis de la competencia

Este análisis ayudó a conocer la competencia, y con quienes y en qué mercado se está tratando de incursionar, por ende ha ayudado a mejorar y brindar un mejor servicio.

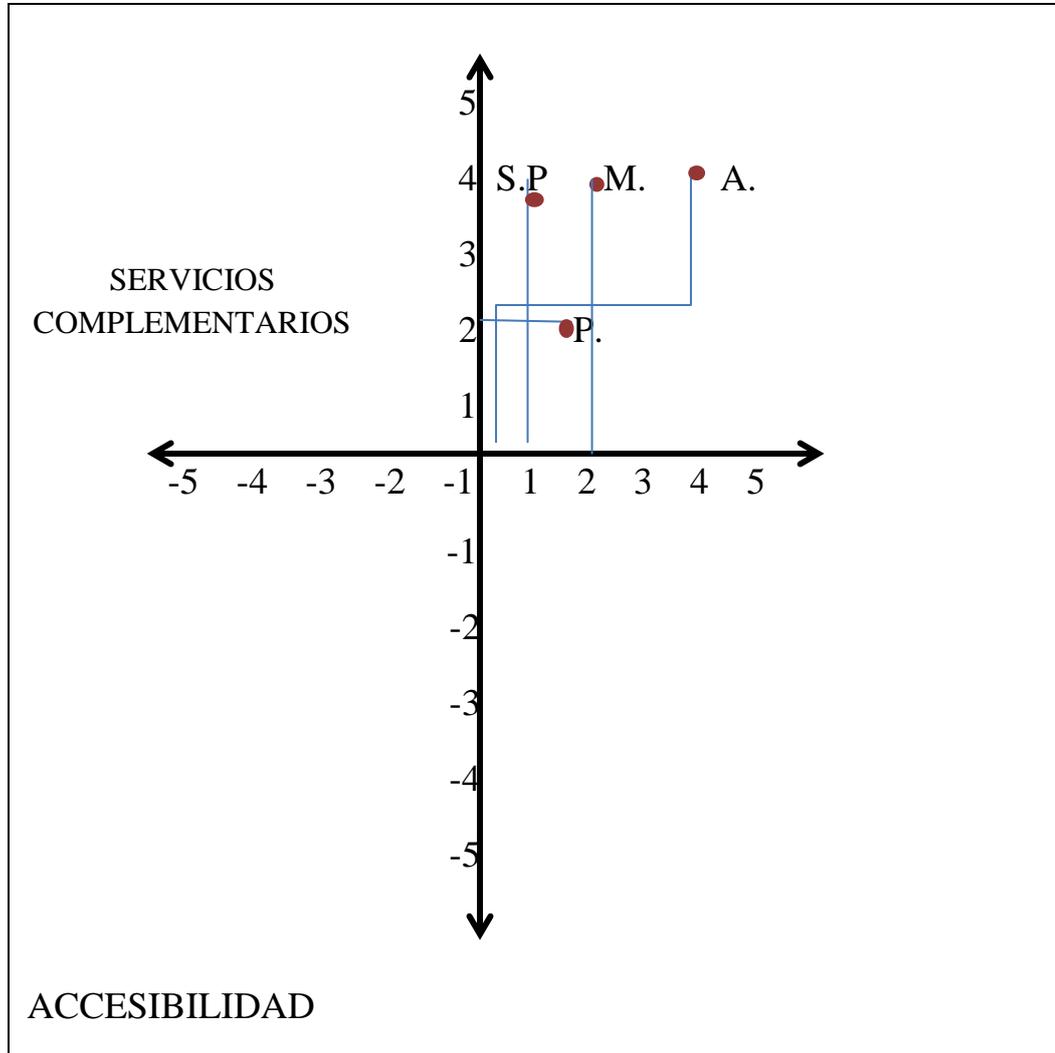
**CUADRO N° 12**  
**ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DE PALMAR**

DESTINO	ATRIBUTOS		MERCADO
	Accesibilidad	Servicios complementarios	
Ayangue	+4	+4	
Manglaralto	+4	+2	
Palmar	+2	+2	Religión (sierra)
San Pedro	+4	+1	

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**CUADRO #13**  
**POSICIONAMIENTO DEL DESTINO**



**Fuente:** Investigación de Campo (2013)  
**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

Este cuadro representa el posicionamiento de la comunidad de Palmar, en el cual se aprecia que aún se encuentra en vía de desarrollo, ya que la accesibilidad desde la cabecera cantonal se encuentra en buen estado. Pero en lo que corresponde a la comunidad las vías están deterioradas en comparación con los otros destinos; con respecto a los servicios complementarios Palmar posee algunos pero no están debidamente trabajados en comparación con Manglaralto, San Pedro y Ayangue, la posición competitiva de Palmar es de nivel bajo, debido a la falta de adecuación en la estructura turística.

**CUADRO N°14**

**4.8. ANÁLISIS DE SITUACIÓN INTERNA**

**4.8.1. Análisis foda de la Comunidad Palmar**

FODA	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La poca cultura turística.</li> <li>➤ Los establecimientos que prestan servicios turísticos no están acreditados, por los organismos competentes.</li> <li>➤ Falta de fuerza competitiva.</li> <li>➤ Poca capacitación para los prestadores de servicios turísticos.</li> <li>➤ El precio de los productos turísticos no cubre la calidad del mismo.</li> <li>➤ No existe innovación en la oferta turística.</li> <li>➤ Falta de profesionales de turismo vinculados en el área.</li> <li>➤ No existe señalización para los atractivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ubicación Geográfica, situado en la ruta del Spondylus.</li> <li>➤ El manglar por la gran diversidad de flora y fauna.</li> <li>➤ La cultura que posee, ya que la hace diferente a otra.</li> <li>➤ El santuario Nuestra Señora de Fátima.</li> <li>➤ Potencial de atractivos naturales, culturales, los que se traducen en un importante patrimonio y posibilitan el desarrollo turístico.</li> <li>➤ Existen actores comprometidos con el desarrollo del turismo.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mayor relevancia del turismo en la ruta del Spondylus como área económica dentro de la provincia.</li> <li>▪ Construcción del terminal marítimo en la comuna Monteverde, lo que permitirá mejorar el flujo de visitantes por su cercanía.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIA DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Innovación de la oferta turística</li> <li>➤ Ofrecer servicios de calidad.</li> <li>➤ Aprovechar la relevancia del turismo en la provincia.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIA FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aprovechar la ubicación geográfica para convertirlo en un destino turístico consolidado.</li> <li>➤ Utilizar el recurso natural, único que posee la comunidad, para desarrollarlo de manera sustentable.</li> <li>➤ Trabajar con el personal comprometido con el desarrollo turístico.</li> </ul>

AMENAZAS	ESTRATEGIA DA	ESTRATEGIA FA
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Desastres Naturales.</b></li> <li>▪ <b>Fuerte competencia en promoción de destinos nacionales, de la provincia</b></li> <li>▪ <b>Inexistencia del alcantarillado.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar un plan de contingencia para los desastres naturales que puedan presentarse.</li> <li>➤ Elaborar señalética para diferenciar los atractivos identificados.</li> <li>➤ Elaborar capacitaciones con los servidores turísticos para ser un destino competitivo, y que los establecimientos puedan ser acreditados por las entidades correspondientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aprovechar los atractivos Naturales y culturales de este destino, para diferenciarse de la fuerte competencia.</li> <li>➤ Buscar el apoyo de las entidades competentes para tratar de darle solución a esta problemática.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

## **4.9. FORMULACIÓN FILOSÓFICA**

### **4.9.1. Misión**

Que la comunidad de Palmar practique las normas de sustentabilidad y responsabilidad turística, y oferte productos de calidad a través de un personal altamente capacitado para la prestación de servicios turísticos.

### **4.9.2. Visión**

Ser un destino turístico consolidado y relativo para los otros destinos turísticos de la Provincia de Santa Elena, ayudando a descongestionar comunas que tienen un alto número de visitantes, con servicios turísticos de calidad que demuestren eficacia y eficiencia en los procesos.

### **4.9.3. Políticas**

Son algunas reglas básicas que se aplican para desarrollar la actividad turística de manera organizada y sustentable, las políticas se enmarcan en las macro políticas del PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO (PLANDETUR 2020).

A continuación se mencionan las políticas que persigue el Plan de desarrollo de la comuna Palmar:

1. El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión de la comuna Palmar para dinamizar la economía.

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 optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas pueden 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 para el aporte local al turismo.

#### **4.10. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un Plan de desarrollo sustentable para la Comunidad de Palmar que oriente al desarrollo turístico sustentable, fortaleciendo la actual oferta turística a través de programas, proyectos y acciones específicas para la comunidad de Palmar.

##### **4.10.1. Objetivos específicos**

A continuación se enlistan los objetivos que persigue el plan de desarrollo.

1. Desarrollar sosteniblemente el sector turístico teniendo en cuenta aspectos territoriales, así como la intervención coordinada de los entes públicos, privados

y comunitarios implicados, para que la comunidad sea un destino turístico consolidado dentro de la provincia.

2. Ofertar servicios y productos turísticos en el mercado que capten una demanda con mayor gasto turístico.
3. Transmitir una imagen acorde con las características para el desarrollo del turismo sostenible.
4. Establecer los parámetros para que el sector turístico local cuente con infraestructuras adecuadas, y proporcione servicios de calidad con su capital humano capacitado técnicamente.

#### **4.11. ESTRATEGIAS DE TURISMO SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE**

##### **CUADRO N°15**

##### **ORDENAMIENTO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO.**

<b>PROGRAMA 1</b>	<b>1. Ordenamiento turístico en el territorio.</b>
<b>La elaboración del programa de ordenamiento turístico para la comunidad ofrece la oportunidad para planificar el desarrollo de la actividad a largo plazo.</b>	
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar uso del suelo con fines turísticos.</li> <li>• Determinar la capacidad de carga para la zona.</li> <li>• Definir la infraestructura para cada zona de actuación.</li> </ul>
<b>PROYECTO 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenamiento turístico comunitario.</li> <li>• Impulso a la regulación, normativa y políticas de la actividad turística.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

#### **4.12. ELABORACIÓN DE PROYECTOS, PROGRAMAS Y ACCIONES PARA EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNA PALMAR**

**PROGRAMA N° 1:** Ordenamiento turístico en el territorio.

**OBJETIVO:** Determinar el uso del suelo con fines turísticos, conciliando el uso turístico con otros usos productivos definiendo una infraestructura para cada zona de actuación.

##### **PROYECTO N° 1: Ordenamiento Turístico Comunitario**

La elaboración de planes de ordenamiento turístico ofrece una oportunidad para planificar el desarrollo de la actividad a largo plazo.

##### **ACCIÓN N° 1: Diseño y elaboración de un manual de ordenamiento turístico para la comunidad**

El ordenamiento turístico, permitirá determinar usos racionales del espacio físico en un marco de sustentabilidad.

El proyecto constará de dos componentes:

a) un documento de diagnóstico que servirá de referencia para determinar las áreas prioritarias de actuación en base a lo siguiente:

- presencia de atractivos turísticos
- estructura y estado de las vías de acceso
- equipamiento y servicios
- demanda turística actual y potencial
- interés local en el turismo.

b) un plan de actuaciones para cada una de las áreas identificadas en el componente a.

## **OBJETIVOS**

- Definir infraestructura para cada zona de actuación
- Determinar la capacidad de carga para la zona.

## **RESULTADOS ESPERADOS**

Se espera la adecuación del desarrollo turístico con el resto de actividades productivas locales.

- Organización del sistema turístico de la comuna.

## **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Planes de ordenamiento turístico

**PRESUPUESTO APROXIMADO \$10.000,00**

**ACCIÓN N°2. Realizar un estudio de revisión y adecuación de las políticas y actuaciones de la comuna en el ámbito turístico.**

Se propone elaborar un análisis de las implicaciones para el sector turístico que saldrán de la aplicación y desarrollo de la política de desarrollo territorial.

## **OBJETIVOS**

- Establecer cuáles pueden ser los resultados e impactos de la aplicación de la política de desarrollo territorial.

- Contar con una base de información para no duplicar esfuerzos técnicos y financieros, y actuar de manera coordinada en el ámbito turístico.

### **RESULTADO ESPERADO**

- A través de la ejecución de este programa se espera recibir un informe que sirva como referencia para las entidades relacionadas al área turística en la comunidad y de esta manera puedan tomar decisiones para las políticas de desarrollo territorial.

### **INDICADORES DE EJECUCIÓN.** Estudio realizado

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$350,00

### **ACCIÓN N°3: Socializar los resultados de las políticas y actuaciones resultantes de la primera acción**

Se propone presentar a los involucrados las políticas y reglamentos para el desarrollo turístico de la comunidad y que este sea aprobado por la Asamblea.

### **OBJETIVOS**

- Contar con políticas de actuación para el ordenamiento turístico.

### **RESULTADO ESPERADO**

- Aprobación de las políticas y manual de ordenamiento turístico comunitario.

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$ 165,00

**PROYECTO N°2: Impulso a la regulación de normativas de la actividad turística.**

**OBJETIVO:** Elaborar normas de cumplimiento obligatorio para los visitantes y habitantes de la comunidad sobre los atractivos turísticos y buen uso del entorno natural.

**ACCIÓN N° 1: Redacción y publicación de reglamentos que recojan las normas del ordenamiento turístico territorial.**

En esta acción se propone la elaboración, puesta en eficacia y vigilancia del cumplimiento de las normas que se deriven del ordenamiento turístico, debiendo priorizar:

- Reglamentos para la conservación y valoración de sitios y atractivos turísticos.
- Reglamentos para la conservación y buen uso de los entornos naturales.

**OBJETIVO:**

- Regular la actividad turística como factor de desarrollo económico y social.

**RESULTADO ESPERADO:**

- Cumplimiento de las normas de los distintos reglamentos.

**INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Reglamentos comunales diseñados y publicados

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$400,00

**ACCIÓN N<sup>o</sup>2: Coordinación con las entidades competentes para regularizar los locales de prestación de servicio.**

En esta acción se propone regularizar los locales donde se prestan los servicios turísticos tales como cabañas restaurantes, hostales, y que puedan tener la documentación y acreditación para la prestación de servicios turísticos.

**OBJETIVOS:**

- Regularizar los establecimientos que se ofertan como servicios turísticos.
- Obtener la licencia para cada establecimiento para la debida atención a los turistas.

**RESULTADOS ESPERADOS:**

Se espera trabajar correctamente con documentación en regla y de esta manera obtener un buen desarrollo turístico.

**INDICADOR DE EJECUCIÓN**

Regularizar los establecimientos de servicios turísticos.

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$70,00

**ACCIÓN N<sup>o</sup> 3: Socializar los reglamentos para el ordenamiento turístico territorial.**

En esta acción se propone dar a conocer a los entes involucrados, los reglamentos y normativas para el buen uso de las actividades turísticas.

**OBJETIVO:**

- Regular el desarrollo turístico.

**RESULTADO ESPERADO:**

Aprobación de los reglamentos y normas para el ordenamiento turístico.

**PRESUPUESTO APROXIMADO:**\$70,00

LÍNEA ESTRATÉGICA/ PROGRAMA																			
1. ORDENAMIENTO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO		2015		2016		2017		2018		2019		2020		Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo	
		1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S						
PROYECTOS	ACCIONES																		
1.1. Ordenamiento turístico comunitario.	Diseño y elaboración de un manual de ordenamiento turístico para la comunidad													Asociación caída del sol, Municipio, Comuna	10.000,00	Municipio comuna	Alta	Corto	
	Realizar un estudio de revisión y adecuación de políticas y actuaciones de la comuna en el ámbito turístico.													Asociación caída del sol Ministerio de turismo.	350	Ministerio de turismo	Alta	Corto	

LÍNEA ESTRATÉGICA/ PROGRAMA																			
1. ORDENAMIENTO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO		2015		2016		2017		2018		2019		2020		Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo	
		1S	2S	1S	2S	1S	2 S	1S	2 S	1S	2S	1S	2S						
PROYECTOS	ACCIONES																		
1.1 Ordenamiento turístico comunitario.	Socializar los resultados de las políticas y actuaciones resultantes de la primera acción													Asociación caída del sol		Asociación de turismo	Alta	Corto	
														Líderes comunitarios	165				
														Ministerio de Turismo					
	Socializar los reglamentos y normas para el ordenamiento turístico territorial.													Asociación caída del sol	165	Asociación de turismo	Alta	Medio	
													Ministerio de turismo						

1. ORDENAMIENTO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO		2015		2016		2017		2018		2019		2020		Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S															
1.2. Impulso a la regulación, normativa y política de la actividad turística.	Redacción y publicación de reglamentos que recojan las normas del ordenamiento turístico comunal													Ministerio de turismo, asociación de cabañas caída del sol	400	Ministerio de Turismo, asociación de turismo de la comuna	Alta	Media
	Socializar los reglamentos y normas para el ordenamiento turístico territorial.													Asociación de cabañas caída del sol Ministerio de turismo	165	Asociación de turismo	Alta	Medio

LÍNEA ESTRATÉGICA/ PROGRAMA																								
1. ORDENAMIENTO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO		2015		2016		2017		2018		2019		2020		Responsables		Presupuesto		Fuente de financiamient o		Prioridad		Plazo		
		1S	2S	1S	2S	1S	2 S	1S	2 S	1S	2S	1S	2S											
<b>PROYECTOS</b>																								
ACCIONES																								
1.2.Impulso a la regulación, normativa y política de la actividad turística.															Ministerio de turismo, asociación de cabañas caída del sol		1,200.00		Asociación de turismo		Alta		Alta	
Coordinación con las entidades competentes para regularizar los locales de prestación de servicios turísticos.															Municipalidad de Santa Elena.				Comuna					

**CUADRO N° 16  
PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

<b>PROGRAMA 2</b>	<b>2. Puesta en valor de recursos turísticos</b>
<b>La puesta en valor turístico de los atractivos de un territorio debe partir de una valoración previa, deberá responder a las necesidades de sistematizar toda la información sobre espacios con potencial de uso turístico, con miras a realizarse posteriormente una evaluación y seleccionar cuales deben ser puestos en valor, su nivel de prioridad, sus medidas de conservación y mantenimiento.</b>	
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar aquellos equipamientos de uso público con que debe dotarse a cada espacio identificado con su respectiva capacidad de carga.</li> </ul>
<b>PROYECTO 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a la creación de una oferta innovadora de actividades complementarias en segmentos turísticos.</li> <li>• Creación de equipamiento de uso público en áreas públicas vinculadas a recursos turísticos.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

**PROGRAMA N° 2: PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.**

**OBJETIVO:** Identificar aquellos equipamientos de uso público con que debe dotarse a cada espacio identificado con su respectiva capacidad de carga.

**PROYECTO N<sup>o</sup> 1: Apoyo a la creación de una oferta innovadora de actividades complementarias en segmentos turísticos.**

La especialización de las empresas turísticas se configura como una acción básica para incrementar sus niveles de competitividad.

**ACCION N<sup>o</sup>1. Estudio de oportunidades de implementación de empresas turísticas dirigidas a segmentos especializados.**

La elaboración de este estudio tendrá como finalidad la selección de un conjunto de actividades complementarias tales como snorkeling, pesca deportiva, caminatas, kayak, etc. que tras un análisis de su viabilidad económica y técnica, puedan implantarse en la zona para responder a las necesidades de la demanda turística actual y potencial.

**OBJETIVO**

- Identificar un conjunto de actividades complementarias especializadas con potencial suficiente para atraer a empresas.

**RESULTADO ESPERADO**

- Incremento de la especialización de la oferta empresarial turística y de actividades de ocio de Palmar.

**INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Realización y entrega del informe

**PRESUPUESTO APROXIMADO \$700,00**

## **ACCIÓN N°2: Asistencia técnica y asesoramiento especializado a emprendedores.**

Esta acción considera proporcionar asistencia técnica y asesoramiento a empresas y Microempresas interesadas en la puesta en funcionamiento de actividades turísticas especializadas, así como el fortalecimiento de los prestadores de servicios ya establecidos. Con esta asistencia se pretende contribuir a la creación de estrategias que conlleve a una mejora de los servicios.

### **OBJETIVOS**

- Diversificar la oferta turística complementaria dirigida a segmentos turísticos.
- Generar diversas actividades, capaces de aumentar el número de visitantes y pernoctaciones.

### **RESULTADOS ESPERADOS**

- Fortalecimiento del género empresarial turístico de microempresas con mayor grado de especialización y competitividad a través de la asistencia técnica en turismo.

### **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Asistencia técnica realizada

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$720,0

### **ACCIÓN N° 3: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos.**

Esta acción considera proporcionar capacitación a los prestadores de servicios turísticos para mejorar la atención a los turistas, así como también la manipulación de los productos que se ofrecen.

#### **OBJETIVOS:**

- Mejorar la manipulación de los productos.
- Mejorar la atención a los clientes.

#### **RESULTADOS ESPERADOS**

- Más afluencia de turistas
- Satisfacción de los clientes al momento de consumir los productos.

**PRESUPUESTO APROXIMADO \$ 850,00**

### **PROYECTO N° 2: Equipamientos de uso público en áreas vinculadas a atractivos turísticos**

La interacción y conocimiento del medio natural, cultural y social en que los turistas desarrollan su actividad resultan aspectos cada vez más valorados. Para una correcta puesta en valor de los recursos se pretende dotar de un equipamiento adecuado para cada tipología de recurso y con capacidad para cubrir la demanda existente.

## **ACCION N<sup>o</sup> 1. Detección de necesidades de equipamiento de uso público vinculados a los atractivos turísticos.**

En Palmar existen espacios geográficos como el manglar y la playa que son recursos naturales importantes que se pueden establecer como zonas de protección y uso público especializado. Como paso previo a esta puesta en funcionamiento se estima necesario realizar un estudio que identifique cuales deberían ser los equipamientos de uso público para cada recurso y el orden de prioridad de ejecución.

### **OBJETIVO**

- Identificar aquellos equipamientos de uso público con que debe dotarse a cada espacio identificado con su respectiva capacidad de carga.

### **RESULTADO ESPERADO**

- Existencia de un listado de equipamientos cuya construcción o acondicionamiento resulte necesario para su puesta en marcha y funcionamiento.

### **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Realización y entrega de estudio

**PRESUPUESTO APROXIMADO \$200,00**

## **ACCIÓN N<sup>o</sup> 2: Acondicionamiento de equipamientos de uso público vinculados a la actividad turística.**

A partir del estudio de detección de necesidades de equipamiento de uso público, esta acción contempla el diseño y construcción de equipamientos de acogida, información, interpretación y de recreación.

## **OBJETIVOS.**

- Incrementar la oferta de equipamientos de uso público tales como baños, vestidores, asociadas a la actividad turística

## **RESULTADOS ESPERADOS**

- Sitios de interés turístico dotados de equipamiento de uso público.
- Mayor interacción turista - destino.
- Incremento del tiempo de la visita a los recursos turísticos.
- Diversificación de actividades turísticas.

## **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Equipamientos diseñados

Equipamientos creados.

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$ 8.000,00

PROGRAMA 2																		
1. Puesta en valor de los recursos turísticos		2014		2015		2016		2017		2018		2019		RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S															
2.1. Apoyo a la creación de una oferta innovadora de actividades complementarias en segmentos turísticos.	Estudio de oportunidades de implementación de empresas turísticas dirigidas a segmentos especializados													Asociación de cabañas caída del sol, comuna	700,00	Municipio	Medio	Largo
	Asistencia técnica y asesoramiento especializado a emprendedores.													Comuna Municipio	720,00	Municipio	Alta	Largo
	Capacitación a los prestadores de servicios turísticos													Ministerio de cabañas caída del sol Comuna	850,00	Ministerio de turismo	Alto	Corto
2.2 Equipamientos de uso público en áreas con afluencia turística	Detección de necesidades de equipamiento de uso público vinculados a los atractivos turísticos.													Ministerio de turismo Asociación de cabañas caída del sol	200,00	Comuna	Alto	Corto
	Acondicionamiento de equipamientos de uso público vinculados a la actividad turística.													Ministerio de turismo Municipalidad de Santa Elena	8.000,00	Municipio	Alto	Medio

## CUADRO N° 17

### PROMOCIÓN, COMERCIALIZACIÓN E IMAGEN TURÍSTICA DE PALMAR.

<b>PROGRAMA 3</b>	<b>Promoción, comercialización e imagen turística de Palmar.</b>
<b>Elaborar una marca e imagen turística propia para la comuna Palmar, con la finalidad de ser identificada y diferenciarse del resto de destinos del país, manteniendo siempre la armonía y coherencia con la imagen y el mensaje que pretende transmitir la marca de Ecuador.</b>	
<b>OBJETIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lograr una adecuada promoción de la comunidad.</li></ul>
<b>PROYECTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diseño de la imagen turística de la comuna Palmar.</li><li>• Campaña de promoción de Palmar como destino turístico en el mercado nacional e internacional.</li></ul>

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

#### **PROGRAMA N° 3: Promoción, comercialización e imagen turística de Palmar.**

**OBJETIVO:** Lograr una adecuada promoción de la comunidad a través del diseño de la imagen turística de la comuna Palmar para lograr mayor atención de los turistas convirtiendo a Palmar un destino turístico consolidado.

## **PROYECTO N° 1: Diseño de la imagen turística de la comuna Palmar**

El objetivo de la creación de una imagen turística es institucionalizar la comunidad como destino turístico. Se trata de transmitir a la opinión pública que Palmar y su entorno no son solamente un lugar con atractivos para ser visitado, sino que se trata de un lugar altamente preparado para el desarrollo de la actividad turística.

### **ACCIÓN N° 1: Coordinación y consenso para el diseño de una marca turística única**

Lo que se pretende con esta acción es recibir la aprobación para la elaboración de la marca turística de la comunidad de Palmar.

#### **OBJETIVO:**

- Autorizar la marca del destino para el posicionamiento del destino en el mercado competitivo

#### **RESULTADOS ESPERADOS:**

- Penetrar en el mercado turístico con la marca del destino.

#### **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Elaboración y entrega de la marca.

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$ 40,00

## **ACCIÓN N° 2. Elaboración de un estudio sobre la imagen turística proyectada de la comuna Palmar sobre diferentes mercados emisores.**

Para estar en condiciones de definir y diseñar una imagen turística de Palmar acorde con la realidad turística, es conveniente disponer de Palmar en los principales mercados emisores.

### **OBJETIVOS**

- Poseer información detallada y actualizada sobre la imagen que proyecta Palmar como destino turístico.
- Conocer su posicionamiento respecto a otros destinos principales competidores.

### **RESULTADO ESPERADO**

- Obtención de información estructurada como base para la toma de decisiones para el diseño de la imagen turística de Palmar.

### **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Elaboración y entrega de estudio

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$150,00

## **PROYECTO N° 2: Campaña de promoción de Palmar como destino turístico en el mercado nacional e internacional**

Una campaña de promoción turística es un elemento clave con el que debe contar un destino turístico, tanto en la fase de desarrollo como en la fase posterior de

consolidación. La campaña intenta tener una vocación de permanencia en el tiempo y contribuirá al posicionamiento de la imagen de Palmar y su consolidación a largo plazo. La campaña estará dirigida a:

- Poblaciones que rodean a Palmar.
- Mercados emisores del tipo de turismo que se ofrece en Palmar.
- Usuarios de Internet en todo el mundo

### **ACCIÓN N° 1: Edición de medios y soportes para la promoción y comercialización.**

En esta acción se editará el material promocional necesario indicado en la fase de diseño y definición de acciones promocionales para la comunidad de Palmar.

#### **OBJETIVO**

- Contar con el material promocional adecuado a las necesidades de Palmar para la labor de promoción de este destino turístico.

#### **RESULTADO ESPERADO**

- Disposición de material promocional adecuado y suficiente para una correcta promoción turística.

#### **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Material promocional diseñado

**PRESUPUESTO APROXIMADO: \$7.500,00**

## **ACCIÓN N° 2: Promoción de la comuna Palmar a nivel provincial y nacional**

La promoción de Palmar como destino turístico de primer nivel estará apoyada en una extensa campaña dirigida al mercado nacional e internacional. La campaña deberá apoyarse en la imagen turística desarrollada en la acción anterior y deberá desarrollar acciones de mercadeo para diferentes segmentos de turistas.

### **OBJETIVOS**

- Establecer los medios y herramientas de promoción adecuados a las características de Palmar como destino turístico.
- Desarrollar la capacidad de motivar al visitante a que tome la decisión de viaje a Palmar

### **RESULTADO ESPERADO**

- Puesta del documento a disposición de los entes con competencia turística, a efecto de acelerar la promoción del destino y sus productos en los mercados previstos.

### **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Campaña de promoción diseñada

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$5.000,00

## **ACCIÓN N° 3: Presentación a los medios de comunicación de la imagen turística de Palmar.**

Esta acción consiste en la realización de un acto público de presentación de los resultados del estudio sobre la imagen turística de Palmar que acompañará a cualquier elemento promocional de la comunidad.

## **OBJETIVOS**

- Dar a conocer la imagen turística de Palmar
- Sensibilizar a los actores públicos y privados sobre la importancia de la imagen en el éxito turístico de Palmar.

## **RESULTADO ESPERADO**

Mejora del posicionamiento de Palmar como destino turístico a nivel nacional e internacional.

## **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Presentación al público

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$2.500,00

## **ACCIÓN N<sup>o</sup> 4: Red de puntos de información**

Esta acción consistirá en la realización de los proyectos necesarios para su posterior ejecución y puesta en funcionamiento de los puntos de información turística.

## **OBJETIVOS**

- Dotar de infraestructura y equipamiento necesario para su correcto funcionamiento a cada punto de información que se integre en la red.
- Facilitar información turística in situ

## **RESULTADO ESPERADO**

- Puesta en marcha de la red de puntos de información turística.

## **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Puntos de información en funcionamiento

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$ 1.300,00

### **ACCIÓN N 5: Colocación de la imagen turística sobre materiales publicitarios**

Se colocará la imagen turística sobre el material promocional necesario indicado en la fase de diseño y definición de acciones promocionales para Palmar.

#### **OBJETIVO**

- Contar con el material promocional adecuado a las necesidades de Palmar para la labor de promoción de este destino turístico.

#### **RESULTADO ESPERADO**

- Disposición de material promocional adecuado y suficiente para una correcta promoción turística.

## **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Material promocional diseñado

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$7.500,00

PROGRAMA 3																		
3. Promoción, comercialización e imagen turística de Palmar.		2014		2015		2016		2017		2018		2019		RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S															
3.1 Diseño de la imagen turística de la comuna Palmar	Elaboración de un estudio sobre la imagen turística proyectada de la comuna Palmar sobre diferentes mercados emisores.													Asociación de cabañas caída del sol	150	Municipio comuna	Alta	Corto
														Municipio				
														Comuna				
	Coordinación y consenso para el diseño de una marca turística única para Palmar.													Asociación de cabañas caída del sol Ministerio de turismo.	40	Comuna	Alta	Corto
	Asistencia técnica para el diseño de la imagen turística de Palmar													Asociación de cabañas caída del sol	500.00	C.P.R	Alta	Corto

3. Promoción, comercialización e imagen turística de Palmar.		2014		2015		2016		2017		2018		2019		RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROGRAMA 3		1S	2S	1S	2S	1S	2 S	1S	2 S	1S	2S	1S	2S					
PROYECTOS	ACCIONES																	
3.2. Campaña de promoción de Palmar como destino turístico en el mercado nacional e internacional.	Asistencia técnica para el diseño de la campaña de promoción turística en el mercado nacional e internacional.													Ministerio de turismo	200	Comuna	Alta	Corto
	Promoción de la comuna Palmar a nivel provincial y nacional.													Ministerio de turismo Municipalidad de Santa Elena	5.000,00	Comuna y junta Parroquial	Medio	Alta

<b>3. Promoción, comercialización e imagen turística de Palmar.</b>		2014		2015		2016		2017		2018		2019		RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S															
3.2. Campaña de promoción de Palmar como destino turístico en el mercado nacional e internacional.	Edición de medios y soportes para la promoción y comercialización													Asociación de turismo de Palmar	7,500.00	Comuna	Medio	Alta
	Red de puntos de información.													Asociación de turismo, C.P.R	1.300,00	Comuna junta Parroquial	Alta	Medio

## CUADRO N°18

### PARTICIPACIÓN DE LA POBLACIÓN LOCAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO.

<b>PROGRAMA 4</b>	<b>Participación de la población local en el desarrollo turístico.</b>
<b>Para garantizar un desarrollo turístico sostenible en un determinado sector resulta necesario asegurar la participación e integración de la población local.</b>	
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incrementar el interés por formar parte del modelo turístico que se pretende desarrollar en Palmar.</li><li>• Concienciar a los integrantes de estos colectivos de la importancia que tiene su colaboración para alcanzar el plan de desarrollo turístico.</li></ul>
<b>PROYECTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomento de la cultura turística en la comunidad.</li><li>• Concienciación empresarial para impulsar una cultura de calidad en la prestación de servicios de calidad.</li></ul>

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

## **PROGRAMA N<sup>o</sup> 4: Participación de la población local en el desarrollo turístico.**

### **PROYECTO N<sup>o</sup> 1: Fomento de la cultura turística en las comunidades locales**

Para garantizar un desarrollo turístico sostenible en un territorio determinado, resulta indispensable asegurar la participación e integración de la población local. En este sentido la concienciación de la población receptora, se toma como punto de partida previo la participación activa en el sector.

#### **ACCIÓN N<sup>o</sup> 1: Campaña de concienciación ciudadana**

Se contemplan actividades de educación turística y ambiental en las escuelas de la localidad. Esta campaña estará compuesta por las fases siguientes.

- Diseño de actividades de información y difusión sobre la importancia del turismo para el desarrollo de la localidad.
- Acuerdos con entes de base para organizar actividades y convocar a los asistentes.

#### **OBJETIVOS**

- Favorecer una actitud positiva por parte de la población local hacia el turismo.
- Incrementar el interés por formar parte del modelo turístico que se pretende desarrollar en Palmar.

## **RESULTADO ESPERADO**

- Aceptación del turismo por parte de la ciudadanía, como alternativa clave para mejorar el bienestar de la sociedad implicada directa e indirectamente en esta actividad.

## **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Actividades de información realizada.

**PRESUPUESTO APROXIMADO \$ 720,00**

## **ACCIÓN N° 2: Talleres de capacitación sobre el turismo**

Con esta acción lo que se contempla es capacitar a la población sobre la importancia o los beneficios de una adecuada planificación turística para su comunidad.

## **OBJETIVO**

- Incrementar el interés por formar parte del modelo turístico que se pretende desarrollar en Palmar.

## **RESULTADO ESPERADO**

- Aceptación de la planificación turística para el desarrollo del sector y que la población se involucre en esta actividad.

## **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Actividades de información realizada.

**PRESUPUESTO APROXIMADO: \$ 720,00**

### **ACCIÓN N° 3: Elaboración de un manual de buenas prácticas para entes locales**

Luego de las jornadas de sensibilización se pondrá en marcha la acción que tiene como finalidad la elaboración de un manual de buenas prácticas para entes locales. También contempla el manual de buenas prácticas existentes para hospederías comunitarias y restaurantes.

#### **OBJETIVO**

➤ Disponer de un documento de síntesis en que queden recogida una serie de buenas prácticas orientadas a la mejora de la calidad de los servicios prestados en Palmar.

#### **RESULTADOS ESPERADOS**

➤ Entes del sector público y privado han mejorado una serie de competencias de cara al trato con turistas.

➤ Administración municipal para tomar decisiones en el sector turístico, acorde con la misión y visión del plan de desarrollo turístico.

#### **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Manual realizado y entregado

**PRESUPUESTO APROXIMADO** \$720,00

### **PROYECTO N° 2: Concienciación empresarial para implementar una cultura de calidad en la prestación de servicio turístico.**

Con este programa se pretende sensibilizar y desarrollar entre los empresarios del sector turístico de la comunidad de Palmar, en un sentido real y práctico, la

importancia de la prestación de un servicio de calidad al turista durante el desempeño de las actividades.

### **ACCIÓN N<sup>o</sup> 1: Estudio de necesidades de capacitación por tipo de servicio turístico prestado.**

Esta acción consiste en la realización de un estudio de necesidades de formación de los servidores del sector turístico de Palmar, basándose en un análisis de la actual situación, de la formación en el sector y un diagnóstico de un déficit de competencias profesionales en el sector. El estudio se centrará en los sectores de alojamiento y alimentación. Entre los aspectos a considerarse se encuentra una capacitación en atención al público, gestión de los recursos humanos (motivación, comunicación, seguridad e higiene laboral), tecnologías de información, (Internet, gestión informatizada), mantenimiento de instalaciones, etc.

#### **OBJETIVOS**

- Conocer las necesidades formativas de los distintos trabajadores del sector turístico
- Evaluar la necesidad formativa presente y futura del sector.
- Establecer recomendaciones sobre capacitación adaptada a las demandas específicas del sector.

#### **RESULTADO ESPERADO**

- Obtención de la información necesaria para la toma de decisiones de planificación, adecuada a la realidad presente y futura del sector turístico en Palmar.

#### **INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Realización y entrega del estudio

**PRESUPUESTO APROXIMADO: \$850,00**

**ACCIÓN N<sup>o</sup> 2: Acuerdos de colaboración entre entidades locales y otros organismos para desarrollar el plan de capacitación turística.**

Esta acción comprende todas las reuniones y contactos que se establezcan entre organismos, hasta consensuar un marco de colaboración en materia de formación y capacitación, quedando formalmente registrados acuerdos para desarrollar acciones concretas.

**OBJETIVO**

➤ Coordinar esfuerzos y recursos económicos para desarrollar eficaz y eficientemente las acciones relacionadas con la capacitación dirigida al sector turístico en Palmar.

**RESULTADO ESPERADO**

➤ Establecimiento de un marco de colaboración efectivo entre los entes para desarrollar el plan de capacitación turística.

**INDICADORES DE EJECUCIÓN**

Acuerdos firmados por las entidades

**PRESUPUESTO APROXIMADO: \$120,00**

**ACCIÓN N<sup>o</sup> 3: Jornadas de sensibilización empresarial sobre la calidad turística**

El crecimiento de la actividad turística lleva aparejado el incremento de los flujos económicos por concepto de servicios turísticos. Para mantener este crecimiento

de forma sostenida resulta indispensable que no se produzcan incumplimientos en los niveles de calidad de servicios ofrecidos, ya que esta circunstancia afecta de manera directa y grave el destino turístico.

### **OBJETIVOS**

- Concienciar a los participantes de la importancia del modo de prestación de servicios de cara al turista y de la responsabilidad que ello conlleva
- Proporcionar a los asistentes una visión sobre atención al público y servicio de calidad.

### **RESULTADO ESPERADO**

- Compromiso y respaldo a la implantación de una cultura de calidad en la prestación de los servicios turístico, en el destino turístico Palmar por parte de empresarios.

**INDICADORES DE EJECUCIÓN** Jornadas realizadas

**PRESUPUESTO APROXIMADO:** \$720,00

PROGRAMA 4																		
4. Participación de la población local en el desarrollo turístico.		2014		2015		2016		2017		2018		2019		RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S															
4.1 Fomento de la cultura turística en la comunidad.	Campaña de concienciación ciudadana													Asociación de turismo Municipio Comuna	720	Municipio comuna	Alta	Corto
	Talleres de capacitación sobre el turismo													Asociación de turismo Ministerio de turismo.	720	Ministerio de Turismo	Alta	Corto
	Elaboración de un manual de buenas prácticas para entes locales													Ministerio de turismo	720	Comuna	Media	Medio

PROGRAMA 4																		
4. Participación de la población local en el desarrollo turístico.		2014		2015		2016		2017		2018		2019		RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S															
4.1 Fomento de la cultura turística en la comunidad.	Campaña de concienciación ciudadana													Asociación de cabañas caída del sol Municipio Comuna	720	Municipio comuna	Alta	Corto
	Talleres de capacitación sobre el turismo													Asociación de cabaña caída del sol Ministerio de turismo.	720	Ministerio de Turismo	Alta	Corto
	Elaboración de un manual de buenas prácticas para entes locales													Ministerio de turismo	720	Comuna	Media	Medio

PROGRAMA 4																		
4. Participación de la población local en el desarrollo turístico.		2014		2015		2016		2017		2018		2019		RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
		1S	2S															
PROYECTOS	ACCIONES																	
Concienciación empresarial para impulsar una cultura de calidad en la prestación de servicios de calidad.	Estudio de necesidades de capacitación por tipo de servicio turístico prestado													Ministerio de Turismo	850	Ministerio de Turismo	Corto	Alta
	Acuerdos de colaboración entre entidades locales y otros organismos para desarrollar la capacitación turística.													Ministerio de turismo Municipalidad de Santa Elena	120	Asociación de Turismo	Medio	Medio
	Sensibilización empresarial sobre la calidad turística													Ministerio de turismo Asociación de cabañas caída del sol	720	C.P.R	Medio	Medio

## CUADRO N° 19

### RESUMEN DE PROYECTOS

LÍNEA EJE ESTRATÉGICA	PROYECTOS
<b>1. Ordenamiento turístico en el territorio</b>	<p>1.1. Ordenamiento turístico comunitario.</p> <p>1.2. Protección y conservación del recurso turístico.</p>
<b>2. Puesta en valor de los recursos turísticos</b>	<p>2.1. Apoyo a la creación de una oferta innovadora de actividades complementarias en segmentos turísticos.</p> <p>2.2. Creación de equipamientos de uso público en áreas públicas vinculadas a recursos turísticos.</p>
<b>3. Promoción, comercialización e imagen turística de Palmar.</b>	<p>3.1. Diseño de la imagen turística de la comuna Palmar</p> <p>3.2. Campaña de promoción de Palmar como destino turístico en el mercado nacional e internacional.</p>
<b>4. Participación de la población local en el desarrollo turístico.</b>	<p>4.1. Fomento de la cultura turística en la comunidad.</p> <p>4.2. Concienciación empresarial para impulsar una cultura de calidad en la prestación de servicios de calidad.</p>

**Fuente:** Investigación de Campo (2013)

**Elaborado por:** Tomalá Rosales, Ingerboth (2013)

<b>PROGRAMA N 1.</b>					
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROYECTO / ACCIÓN</b>	<b>PRIORIDAD</b>	<b>PLAZO EJECUCIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO USD.</b>	
<b>ORDENAMIENTO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO</b>	<b>1. ORDENAMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO</b>				
	1.1.Diseño y elaboración de un manual de ordenamiento turístico territorial.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>10.000,00</b>	
	1.2.Realizar un estudio de revisión y adecuación de políticas y actuación de la comuna en el ámbito turístico	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>350,00</b>	
	1.3.Socializar los resultados de la política y actuaciones resultantes de la primera acción.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>165,00</b>	
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>10.515,00</b>	
	<b>2. IMPULSO A LA REGULACIÓN, NORMATIVA Y POLÍTICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>				
	2.1.Redacción y publicación de reglamentos que recojan las normas del ordenamiento turístico comunitario.	<b>Alta</b>	<b>Medio</b>	<b>400,00</b>	
	2.2.Coordinación con las entidades competentes para regularizar los locales de prestación de servicios.	<b>Alta</b>	<b>Alta</b>	<b>70,00</b>	
	2.3.Socializar los reglamentos y normas para el ordenamiento turístico comunitario	<b>Alta</b>	<b>Medio</b>	<b>165,00</b>	
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>635,00</b>	
	<b>TOTAL PROGRAMA 1</b>				<b>15.065,00</b>

<b>PROGRAMA N 2.</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROYECTO / ACCIÓN</b>	<b>PRIORIDAD</b>	<b>PLAZO EJECUCIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO USD.</b>
<b>PUESTA EN VALOR DEL RECURSO TURÍSTICO</b>	<b>1. ORDENAMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO</b>			
	1.1.Estudio de oportunidades de implementación turística dirigidas a segmentos especializados	<b>Medio</b>	<b>Largo</b>	<b>700,00</b>
	1.2.Asistencia técnica y asesoramiento especializado a emprendedores.	<b>Alta</b>	<b>Largo</b>	<b>720,00</b>
	1.3.Capacitación a los prestadores de servicios turísticos.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>850,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>2.270,00</b>
	<b>2. EQUIPAMIENTO DE USO PÚBLICO EN ÁREAS CON AFLUENCIA TURÍSTICA.</b>			
	2.1.Detección de necesidades de equipamiento de uso público	<b>Alta</b>	<b>Largo</b>	<b>950,00</b>
	2.2.Acondicionamiento de equipamientos de uso público vinculados a la actividad turística	<b>Alta</b>	<b>Largo</b>	<b>1.765,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>2.715,00</b>
	<b>TOTAL PROGRAMA 2</b>			<b>4.985,00</b>

<b>PROGRAMA N 3</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROYECTO / ACCIÓN</b>	<b>PRIORIDAD</b>	<b>PLAZO EJECUCIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO USD.</b>
<b>PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA DE PALMAR</b>	<b>1. DISEÑO DE LA IMAGEN TURÍSTICA DE PALMAR.</b>			
	1.1.Elaboración de un estudio sobre la imagen turística proyectada de la comuna Palmar sobre diferentes mercados emisores.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>150,00</b>
	1.2.Coordinación y consenso para el diseño de una marca turística única	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>40,00</b>
	1.3.Asistencia técnica para el diseño de la imagen turística de Palmar.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>240,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>430,00</b>
	<b>2. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE PALMAR COMO DESTINO TURÍSTICO EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL</b>			
	2.1.Asistencia técnica para el diseño de la campaña de promoción turística en el mercado nacional e internacional.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>200,00</b>
	2.2.Promoción de la comuna Palmar a nivel provincial y nacional.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>5.000,00</b>
	2.3.Edición de medios y soporte para la promoción y comercialización	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>7.500,00</b>
	2.4. Red de puntos de información	<b>Media</b>	<b>Alta</b>	<b>1.300,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>14.000,00</b>
	<b>PROGRAMA 3</b>			<b>14.430,00</b>

<b>PROGRAMA N 4</b>					
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROYECTO / ACCIÓN</b>	<b>PRIORIDAD</b>	<b>PLAZO EJECUCIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO USD.</b>	
<b>PARTICIPACIÓN LOCAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO</b>	<b>1. FOMENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD.</b>				
	1.1.Campaña de concienciación ciudadana.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>720,00</b>	
	1.2.Talleres de capacitación sobre el turismo.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>720,00</b>	
	1.3.Elaboración de un manual de buenas prácticas para entes locales	<b>Media</b>	<b>Medio</b>	<b>720,00</b>	
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>2,160.00</b>	
	<b>2. Concienciación empresarial para impulsar una cultura de calidad en la prestación de servicios de calidad.</b>				
	2.1.Estudio de necesidades de capacitación por tipo de servicios turísticos prestados	<b>Corto</b>	<b>Alta</b>	<b>850,00</b>	
	2.2.Acuerdos de colaboración entre entidades locales y otros organismos para desarrollar el plan de capacitación turística.	<b>Media</b>	<b>Medio</b>	<b>120,00</b>	
	2.3.Sensibilización empresarial sobre la calidad turística	<b>Media</b>	<b>Medio</b>	<b>720,00</b>	
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>1.690,00</b>	
	<b>PROGRAMA 4</b>		<b>3.850,00</b>		

<b>RESUMEN DE PROGRAMAS</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROYECTO / ACCIÓN</b>	<b>PRIORIDAD</b>	<b>PLAZO EJECUCIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO USD.</b>
<b>ORDENAMIENTO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO</b>	1.2. Diseño y elaboración de un manual de ordenamiento turístico territorial	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>10.000,00</b>
	1.3. Realizar un estudio de revisión y adecuación de políticas y actuación de la comuna en el ámbito turístico	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>350,00</b>
	1.4. Socializar los resultados de la política y actuaciones resultantes de la primera acción	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>165,00</b>
	1.5. Redacción y publicación de reglamentos que recojan las normas del ordenamiento turístico comunitario.	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>400,00</b>
	1.6. Coordinación con la entidades competentes para regularizar los locales de prestación de servicios	<b>Alta</b>	<b>Alta</b>	<b>70,00</b>
	1.7. Socializar los reglamentos y normas para el ordenamiento turístico comunitario	<b>Alta</b>	<b>Medio</b>	<b>165,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>11.150,00</b>
<b>PUESTA EN VALOR DEL RECURSO TURÍSTICO</b>	2.1. Estudio de oportunidad de implementación turística dirigida a segmentos especializados	<b>Medio</b>	<b>Largo</b>	<b>700,00</b>
	2.2. Asistencia técnica y asesoramiento especializado a emprendedores	<b>Alta</b>	<b>Largo</b>	<b>720,00</b>
	2.3. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>850,00</b>
	2.4. Detección de necesidades de equipamiento de uso público	<b>Alta</b>	<b>Largo</b>	<b>950,00</b>
	2.5. Acondicionamiento de equipamientos de uso público vinculados a la actividad turística	<b>Alta</b>	<b>Largo</b>	<b>1.765,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>4.985,00</b>

<b>RESUMEN DE PROGRAMAS</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROYECTO / ACCIÓN</b>	<b>PRIORIDAD</b>	<b>PLAZO EJECUCIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO USD.</b>
<b>PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA DE PALMAR</b>	3.1. Elaboración de un estudio sobre la imagen turística proyectada de la comuna Palmar sobre diferentes mercados emisores	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>150,00</b>
	3.2. Coordinación y consenso para el diseño de una marca turística única	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>40,00</b>
	3.3. Asistencia técnica para el diseño de la imagen turística de Palmar	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>240,00</b>
	3.4. Asistencia técnica para el diseño de la campaña de promoción turística en el mercado nacional e internacional	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>200,00</b>
	3.5. Promoción de la comuna Palmar a nivel Provincial y Nacional	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>5.000,00</b>
	3.6. Edición de medios y soporte para la promoción y comercialización	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>7.500,00</b>
	3.7. Red de puntos de información	<b>Media</b>	<b>Alta</b>	<b>1.300,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>14.430,00</b>
<b>PARTICIPACIÓN LOCAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO</b>	4.1. Campaña de concienciación ciudadana	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>720,00</b>
	4.2. Talleres de capacitación sobre el turismo	<b>Alta</b>	<b>Corto</b>	<b>720,00</b>
	4.3. Elaboración de un manual de buenas prácticas para entes locales	<b>Media</b>	<b>Medio</b>	<b>720,00</b>
	4.4. Estudio de necesidades de capacitación por tipo de servicios turísticos prestados	<b>Corto</b>	<b>Alta</b>	<b>850,00</b>
	4.5. Acuerdo de colaboración entre entidades locales y otros organismos para desarrollar el plan de capacitación turística.	<b>Media</b>	<b>Medio</b>	<b>120,00</b>
	4.6. Sensibilización empresarial sobre la calidad turística	<b>Media</b>	<b>Medio</b>	<b>720,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>3.850,00</b>
<b>TOTAL DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA PALMAR \$ 34.415,00</b>				

## 5. CONCLUSIONES

- Ejecutar el Plan de desarrollo turístico en la comunidad ya que se cuenta con el aval de los líderes de la comunidad, los habitantes y los prestadores de servicios turísticos, para mejorar la situación turística actual de Palmar.
- La adecuación de Buenas Prácticas de Turismo Sustentable harán de esta comuna un destino competitivo mejorando así su actual situación económica y diversificará la oferta de trabajo.
- La comunidad de Palmar posee el potencial necesario para convertirse en un Destino consolidado e importante dentro de la Provincia de Santa Elena.
- Con una adecuada planificación turística y la ejecución de este Plan de Desarrollo Turístico podrá convertirla en una comunidad turística importante para la provincia y el País.

## **6. RECOMENDACIONES**

- La ejecución del Plan de Desarrollo Turístico sustentable, con las líneas estratégicas proyectos y acciones descritos en este trabajo de titulación, así como la obtención de la inversión de las entidades correspondientes con la actividad turística en la provincia.
- Diversificar la actual oferta turística mejorando la estructura turística de la comunidad para captar la atención de los turistas que visitan la zona norte de la provincia de Santa Elena.
- Se recomienda también realizar la unión de las empresas públicas y privadas para lograr el embellecimiento de la comunidad para fortalecer los lazos y lograr un posicionamiento de la comunidad de Palmar en el mercado turístico.
- Presentar el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable al Ministerio de Turismo para su respaldo en la ejecución del mismo y obtener ayudas para el sector de Palmar.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- Antich & Arcarons. (2004). *Diccionario de Turismo, Montaner*.
- Araoz M1998*La integración como instrumento para incrementar la Competitividad en un mundo globalizado*MontevideoCEFIR
- Arena, J. A. (febrero de 2011). *Planificación según varios autores sobresalientes*. Recuperado el 21 de enero de 2014, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Planificacion-Segun-Varios-Autores-Sobresalientes/1487953.html>
- Barreara. (2006). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. España.
- Bejarano Jesús1998*Enfoque de la Competitividad*Colombia
- Beni Mario. (2006). *Análisis estructural del turismo*. Sao Paulo, Brasil.: SENAC.
- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de Desarrollo Turístico de un Territorio*. San Jose: IICA Costa Rica y el programa de desarrollo Agroindustrial Rural(PRODAR).
- Boullón Roberto. (1999). *Planificación del Espacio Turístico*. Mexico: Trillas.
- Boullón Roberto. (2007). *Planificación Turística*. México.
- Bruntland. (1987). *Comisión Mundial sobre el medio ambiente y desarrollo*.
- Capece G. (2002). *Política Turística y Planificación*. Buenos Aires.
- Cohen Eric. (2000). *Hacia una sociología del turismo internacional*. Mexico: Limusa.
- College, D. (28 de Enero de 2010). *Gestiopolis*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2013, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/matriz-dofa-analisis-pest.htm>
- Chiavenato, I. (2000). *Introducción a la teoría de la administración*. Bogotá: Mc Graw.
- DRAE. (2002). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*.
- Foro Económico Mundial1996*Informe de Competitividad Mundial*

- Francisco de la Torre. (2004). *Administración Hotelera*. Mexico: Trillas.
- García Silberman. (2011). *Comercialización Turística*. España.
- Hernandez, A. (11 de noviembre de 2012). *slideshare*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2013, de slideshare:  
<http://www.slideshare.net/megaalexis3000/investigacion-documental-15120067>
- ICLEI. (1994). *Concejo Internacional de Iniciativas ambientales* .
- Iglesias Tovar. (2007). *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Barcelona.
- Ivancevich Lorenzi 1999 *Gestión, Calidad y competitividad* Canada Mc Graw Hill Pags
- Jafari J. (2007). *Modelo de Turismo, los aspectos socioculturales*. E.E.U.U.
- Jiménez Guzman. (2006). *Teoría Turística. Un enfoque integral del hecho social*. Bogotá.
- José, V. L. (2007). *MODELO DE GESTIÓN DEL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS REGIONES AFECTADAS POR EL DESARROLLO HIDROELÉCTRICO DE LA CUENCA DEL RÍO CARONÍ*. Puerto Ordaz: ISSN 1316-4821.
- Lexus Editores. (2007). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Perú.
- López & De León. (2002). *Paradigma de desarrollo turístico entre lo tradicional y lo alterno*.
- López y de León. (2002). *Paradigma de desarrollo turístico entre lo tradicional y lo alterno*.
- Mantero Juan. (2005). *Turismo: ética y desarrollo*. Mar del Plata: Alcuith.
- Matus & Carlos. (2006). *Política, Planificación y Gobierno*. Caracas: Altadir.
- Mendez Ricardo. (2002). *Innovación y desarrollo territorial*. Santiago de Chile: EURE.
- Ministerio de Turismo. (2004). *Ley orgánica de turismo del Ecuador*. Quito.
- Molina Sergio. (2004). *Planificación Territorial*. Mexico.
- Molina, Sergio. (2005). *Planificación Turística*.
- Muñoz de Escalona. (2005). *Turismo y Desarrollo*. Madrid.

- Naranjo, D. (12 de abril de 2008). *slideshare*. Recuperado el 16 de noviembre de 2013, de slideshare: <http://www.slideshare.net/dfnaranjo/anlisis-pest>
- OMT. (2002). *Guía para administraciones locales: desarrollo turísticos sustentable y sostenible*.
- OMT. (1993). *Organización Mundial del Turismo, agencia de la ONU*.
- OMT. (2000). *Turismo sostenible y gestión municipal*.
- Parrales, A. (1995). *Memorias de la comuna Palmar*. Palmar.
- Perez Mónica. (2004). *Manuel de turismo sostenible*. España: Mundi Prensa.
- PLANDETUR. (2007). *Plan de desarrollo turístico del Ecuador 2020*.
- Porter Michael 1990 *The Competitive Advantage of Nations* Nueva York Free Press
- Rist Gilbert. (2000). *Capital social y cultural: claves estratégicas para el desarrollo*. Maryland.
- Rist, Gilbert . (2000). *Capital social y cultural: claves estratégicas para el desarrollo*. Maryland.
- Romero Luis. (2003). *Plan de alojamiento*.
- Salas Juan. (2009). *Diccionario Turístico*. Madrid.
- San Martín J. (2005). *Occio y Turismo*. Madrid: Pirámide.
- Sectur y Semrnat. (2002).
- Smith Valene. (2002). *Antropología del turismo*. Madrid: Endimion.
- Vargas Hernandez 2008 *Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico* colombia
- Vargas, Hernandez. (2008). *Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico*. colombia.
- w, p. (2009). *investigación científica*.
- Zamorano Casal. (2002). *Turismo Alternativo, servicios turísticos diferenciados*. Mexico: Trillas.

# ANNEXOS



Cada mes

Cada 6 meses

Todo el año

2. ¿por lo general, considera que viajan solos o acompañados?

Solo

Pareja

Familia

Amigos

Tour organizado

3. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio de los turistas según lo que ha observado?

1-2 días

3-5 días

1 semana

Más de una semana

### **C.INFORMACIÓN GENERAL DEL GASTO Y CONSUMO TURÍSTICO**

1. ¿Cuál considera usted que sea el gasto promedio diario de los turistas?

10a20

20 a 40

40 a 60

60 a 100

100 en adelante

**D. CONOCIMIENTO DE LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR**

1. ¿Los servicios que usted presta considera que son?

Bueno

Regular

Malo

Muy mala


1.1. ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades que se ofertan en la comunidad de Palmar?

Si

No

1. ¿Conoce usted si se han realizado estudios destinados a innovar y diversificar la actual oferta turística de la comunidad?

Si

No

**E. PERCEPCIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR**

1. ¿Cuenta la comunidad con lugares propicios para la diversificación de actividades recreacionales?

Si

No

2. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique e innove la actual oferta turística de esta comunidad?

Si

No

3. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas?

Sector público

Sector privado

4. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?

Seguridad

Servicios turísticos

Vías de acceso

Otros

FECHA: \_\_\_\_\_ LUGAR: \_\_\_\_\_ HORA: \_\_\_\_\_

ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_ SUPERVISOR \_\_\_\_\_

ANEXO N°2



**FORMATO DE ENCUESTAS REALIZADAS A MORADORES**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**ENCUESTA A MORADORES**

**OBJETIVO:** establecer la opinión de los habitantes de la comuna Palmar referente al criterio de diversificar la actual oferta turística para las personas que visitan esta comunidad.

**ORIENTACIÓN:** lea detenidamente cada pregunta y responda según el criterio manifestado por la encuestada. En el caso que se proporcionen varias alternativas de respuesta, marque con una X la casilla correspondiente.

**A. INFORMACIÓN GENERAL DEL ENCUESTADO**

- a. Género: F  M
- b. Edad : \_\_\_\_\_
- c. Profesión: \_\_\_\_\_

**B. PERCEPCIÓN GENERAL DEL TIPO DE VIAJE**

1. Los turistas que visitan Palmar lo hacen, según su criterio, por:

- Primera vez
- Segunda vez
- Más de tres veces

2. Si considera que han venido más de dos veces ¿con que frecuencia cree que visitan Palmar?

- Cada fin de semana
- Cada 15 días
- Cada mes
- Cada 6 meses
- Todo el año

4 ¿Considera que los turistas viajan?

- Solo
- Pareja
- Familia
- Amigos
- Tour organizado


5. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio de los turistas según lo que ha observado?

- 1-2 días
- 3-5 días
- 1 semana
- Más de una semana


**C. INFORMACIÓN GENERAL DEL GASTO Y CONSUMO TURÍSTICO**

1. ¿Cuál considera usted que sea el gasto promedio diario de los turistas?

- 10a20
- 20 a 40
- 40 a 60
- 60 a 100
- 100 en adelante


**C. CONOCIMIENTO DE LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR**

1. ¿Está usted de acuerdo con la creación de normas que regulen la actividad turística?

Si  No

2. ¿Usted ha consumido o utilizado alguna vez estos servicios o productos recreacionales en esta comunidad?

Si  No

3. ¿Considera suficiente la actual oferta de los servicios, productos y actividades turísticas?

Si  No

**D. PERCEPCIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD**

1. ¿Considera necesario la diversificación, innovación y promoción de la actual oferta turística en su comunidad?

Si  No

2. ¿Cuánto cree que estarían dispuestos a pagar los turistas por las diferentes actividades turísticas que se realizan en la comunidad?

10 a 20

20 a 40

50 en adelante

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

3. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas?

Sector público

Sector privado

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4. ¿Según su criterio que debería mejorarse en esta comunidad?

Seguridad

Servicios básicos

Servicios turísticos

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Vías de acceso

Otros

FECHA: \_\_\_\_\_ LUGAR : \_\_\_\_\_ HORA: \_\_\_\_\_

ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_ SUPERVISOR \_\_\_\_\_

### ANEXO N° 3



## FORMATO DE ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS

### UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

#### ENCUESTA A TURISTAS

**OBJETIVO:** establecer la opinión de los turistas que visitaron la comuna Palmar referente al criterio de diversificar la actual oferta turística para las personas que visitan esta comunidad y conocer el estado de satisfacción de los mismos.

**ORIENTACIÓN:** lea detenidamente cada pregunta y responda según el criterio manifestado por la encuestada. En el caso que se proporcionen varias alternativas de respuesta, marque con una X la casilla correspondiente.

#### A. INFORMACIÓN GENERAL DEL ENCUESTADO

- a. Género: F  M
- b. Edad : \_\_\_\_\_  
Profesión: \_\_\_\_\_
- c. Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

#### B. PERCEPCIÓN DEL TIPO DE VIAJE

1. ¿Es la primera vez que visita la comunidad de Palmar?

Si  No

- 1.1 ¿Si su respuesta es afirmativa, cuantas veces ha visitado esta comunidad?

Segunda vez

Más de tres veces

Casi siempre

2. ¿Con que frecuencia cree que visitan Palmar?

Cada fin de semana

Cada 15 días

Cada mes

Cada 6 meses

Todo el año


3. ¿Por lo general, viaja solo o acompañado?

Solo

Pareja

Familia

Amigos

Tour organizado


4. ¿Cuál es el tiempo de estadía promedio que suele hospedarse cuando visita esta localidad?

1-2 días

3-5 días

1 semana

Más de una semana


5. ¿Cuándo visita esta comunidad donde prefiere alojarse?

Casa de amigos

Hostales u hoteles

Casa de familiares


6. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza?

Carro propio

Bus

Transporte organizado

Otros


7. ¿Cómo se enteró de la existencia de este lugar?

Guías de turismo

Recomendación de amigos

Televisión

Publicación de diarios o revistas

Promoción en ferias turísticas

Internet

Otros.


### C. INFORMACIÓN GENERAL DEL GASTO Y CONSUMO TURÍSTICO

1. ¿Cuál es el gasto promedio diario cuando visita esta comunidad?

10a 20

20 a 40

40 a 60

60 a 100

100 en adelante


### D. CONOCIMIENTO DE LA ACTUAL OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR

1. ¿Los servicios que ha consumido, considera que son?

Bueno

Regular

Malo

Muy mala


2. ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades que se ofertan en la comunidad de Palmar?

Si  No

3. ¿Cómo calificaría la experiencia vivida en esta comunidad?

Buena	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>
Excelente	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Pésima	<input type="checkbox"/>

4. ¿Si tuviera la oportunidad de regresar a esta comunidad lo haría?

Si  No

**E. PERCEPCIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE PALMAR**

1. ¿Cuenta la comunidad con lugares propicios para la diversificación de actividades recreacionales?

Si  No

2. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique e innoven la actual oferta turística de esta comunidad?

Si  No

3. ¿Quiénes considera usted que deberían ser los responsables de implementarlas?

Sector público


Sector privado

4. ¿Según su criterio que debería mejorarse en Palmar?

Seguridad


Servicios turísticos

Vías de acceso

Otros

FECHA: \_\_\_\_\_ LUGAR: \_\_\_\_\_ HORA: \_\_\_\_\_

ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_ SUPERVISOR: \_\_\_\_\_

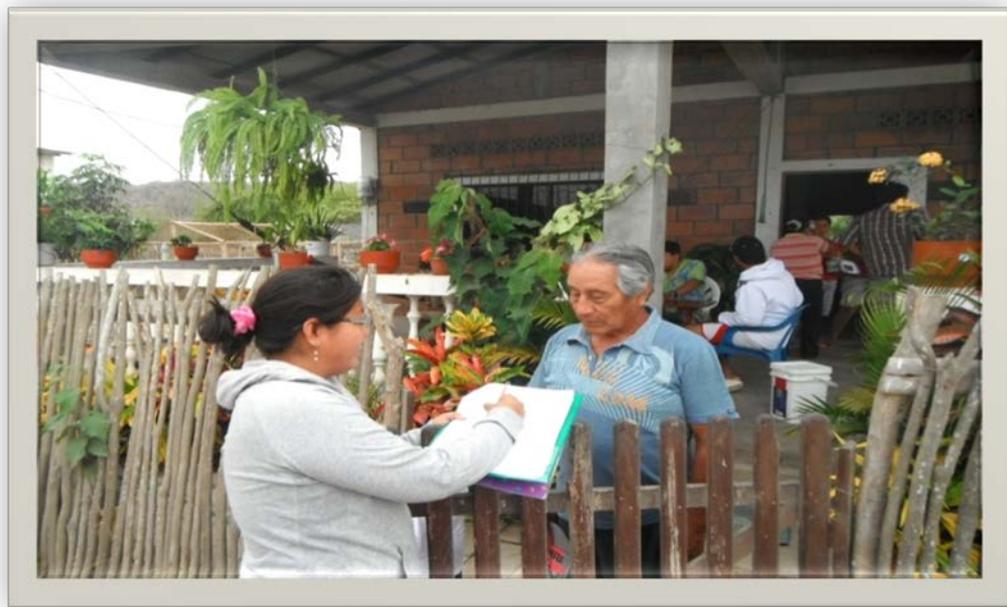
**ANEXO N°4**

**FOTOS REALIZANDO ENCUESTAS A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**



**ANEXO N°5**

**FOTOS REALIZANDO ENCUESTAS A LOS HABITANTES**



**ANEXO N°6**

**FOTOS REALIZANDO ENCUESTAS A TURISTAS**



## ANEXO N°7

### FICHA DE CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA APLICADA A LA COMUNIDAD

#### CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES/DESTINOS

##### 1. DATOS GENERALES

###### 1.1. Ubicación de la comunidad/destino

Provincia \_\_\_\_\_

Cantón \_\_\_\_\_

Parroquia \_\_\_\_\_

Comunidad \_\_\_\_\_

###### 1.2. Número aproximado de habitantes (disponible en la página del INEC)

\_\_\_\_\_

–

Fuente \_\_\_\_\_

##### 2. OFERTA DE SERVICIOS

###### 2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar en Apéndice N° 1)

	#		#
1 Hoteles		5 Moteles	
2 Hosterías		6 Hospederías	
3 Hostales		7 Camping	
4 Pensiones		8 Otros	

###### 2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el apéndice N° 2)

	#		#
Restaurant			
1 es		4 Bares	
2 Cafeterías		5 Cantinas	
3 Fuentes de soda		6 Kioscos de comida	
		Otros _____	
		7 –	

### 2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad

	#		#
1	Discotecas	3	Instal. deportivas
2	Cines/teatros	4	Bancos
		5	Otros

### 2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad

	#		#
1	Agencias de viaje Operadora	4	Guías de turismo
2	s Inf. Al	5	Cajeros automáticos
3	turista	6	Otros

## 3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

### TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

#### 3.1 Distancia

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte

camioneta
canoa
avión
avioneta
caballo
caminando

Distancia a la cabecera parroquial (km)

Distancia a la cabecera cantonal (km)

#### 3.2 principales vías de acceso a la comunidad

1	Pavimentada	6	Fluvial
2	Adoquinada	7	Marítima
3	Empedrada	8	Aérea
4	Lastrada	9	Sendero
5	De tierra	10	Otros

3.3 para llegar a la comunidad existe señalización

a) Vial

- 1 Si
- 2 No

b) Turística

- 1 Si
- 2 No

3.4 En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos

- |             |            |
|-------------|------------|
| 1 Bus       | 5 canoa    |
| 2 Camioneta | 6 Avión    |
| 3 taxis     | 7 Avioneta |
| 4 lanchas   | 8 Ninguno  |
|             | 9 otros    |

3.5 En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte

- |             |            |
|-------------|------------|
| 1 Bus       | 5 Marítimo |
| 2 Camioneta | 6 Fluvial  |
| 3 Camiones  | 7 Lacustre |
| 4 taxis     | 8 Aéreo    |
|             | 9 otros    |

3.6 Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

Nombre de la cooperativa	Estación /terminal	Tipo de transporte Local cantonal	Frecuencia del servicio	Tipo de Vehículo
--------------------------	--------------------	--------------------------------------	-------------------------	------------------

3.7 Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado

\_\_\_\_\_ Km.

#### COMUNICACIÓN

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad. Marque con una x

- 1 Si
- 2 No

3.9 La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a \_\_\_\_\_ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

- 1 Si
- 2 No

3.11. En la comunidad existen \_\_\_\_\_ cabinas telefónicas para uso público

3.12. En la comunidad existen \_\_\_\_\_ cibercafes o establecimientos de uso público de internet

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad

- 1 Si
- 2 No

#### SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada

- 1 Si
- 2 No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución

- 1 Si
- 2 No

3.16. Fuente principal de abasto/ qué tipo de agua se consume

- |                        |                 |
|------------------------|-----------------|
| Red                    |                 |
| 1 pública              | 6 Pozo          |
|                        | Río, vertiente, |
| 2 Pila o llave publica | 7 acequia       |
| Otras fuente -         |                 |
| 3 tubería              | 8 Agua lluvia   |
| 4 Carro repartidor     | 9 Otro _____    |
| 5 Triciclo             |                 |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al

Municipio, junta parroquial o líder comunal

- |   |    |                                   |
|---|----|-----------------------------------|
| 1 | Si | % de población con alcantarillado |
| 2 | No |                                   |

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información, Preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal

- 1 Excusado y alcantarillado
- 2 letrina
- 3 aire libre, río, estero  
pozo
- 4 séptico
- 5 Pozo ciego
- 6 otros \_\_\_\_\_

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población

- 1 Carro recolector
- 2 Se quema
- 3 Se entierra
- 4 otros \_\_\_\_\_

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad

- 1 Si
- 2 No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario

- | #                                  | #                       |
|------------------------------------|-------------------------|
| 1 Parteras capacitadas             | 9 Hospital público      |
| 2 Parteras no capacitadas          | 10 Dispensario público  |
| 3 Promotores de salud<br>Curandero | 11 Unidad móvil         |
| 4 tradicional                      | 12 Consultorio privado  |
| 5 Shamán<br>Botiquín               | 13 Clínicas<br>Hospital |
| 6 comunitario                      | 14 privado              |
| 7 Sub-centro de salud              | 15 Farmacia             |
| 8 Centro de salud                  | 16 otros                |

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad

- 1 A cuál establecimiento asiste para atender su salud \_\_\_\_\_
- 2 Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece \_\_\_\_\_
- 3 Distancia del establecimiento al cuál asisten \_\_\_\_\_

ENERGIA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad

- 1 Si
- 2 No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica \_\_\_\_\_ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica \_\_\_\_\_

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

- 1 Si Cuántos? \_\_\_\_\_
- 2 No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: \_\_\_\_\_ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

Institución	Nombre	Desde	Hasta	Actividad
-------------	--------	-------	-------	-----------

1. NACIONALES

2. INTERNACIONALES

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar

1. si PLAN AÑO

2. no

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x)

N°	TIPO DE ORGANIZACIÓN
1	Junta parroquial
2	Comité de barrio
3	Directiva comunitaria
4	Comité de desarrollo
5	cooperativas
6	Organización de mujeres
7	Comité de padres de familia
8	Organizaciones religiosas
9	Clubes
10	Asociaciones de turismo
11	otras _____

#### 5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

- 1 Agricultura, caza, avicultura, pesca, ganadería
- 2 Explotación de minas y canteras
- 3 Industria manufactureras
- 3.1. Artesanías
- 4 Electricidad, gas y agua
- Construcción
- 5 ón
- 6 Servicios comunales, sociales y personales
- 7 Transporte y comunicación
- Establecimientos
- 8 financieros
- 9 Comercio

- 10 Turismo, hoteles y restaurantes actividades no
- 11 especificadas

fuelle: \_\_\_\_\_

5.2. Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

- 1.- \_\_\_\_\_
- 2.- \_\_\_\_\_
- 3.- \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a \_\_\_\_\_ personas

%

- 1 Empleos formales en turismo (personal con contrato verbal o escrito establecimientos con documentos en regla
- 2 Empleos informales en turismo (vendedores informales, prestadores de servicios sin documentos en regla o sin permiso de funcionamiento

5.4. Tipos de actividades en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si es el caso

- 1 Trabajo en grupo
- 2 Minga  
Asamblea
- 3 comunitaria
- 4 Otras  
Comentari  
os:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.5. Ha participado la comunidad o la directiva en la elaboración de los planes estratégicos locales con:

si no

- 1 Municipio
- 2 Gobierno Provincial

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

# de  
personas

- 1 Inglés
- 2 Capacidad o experiencia en guianza
- 3 Cocina
- 4 Contabilidad / administración
- 5 Otras: \_\_\_\_\_

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller). Para contestar esta pregunta se encuestó a \_\_\_\_\_ - personas.

%

1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios Turísticos, etc.)
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)
3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).

---



---



---



---



---

Investigador de campo: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

ANEXO N°8

FICHA PARA EL REGISTRO DE INVENTARIOS TURÍSTICOS



1. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

ENCUESTADOR:	FICHA No
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA :
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	
PROPIETARIO:	
CATEGORÍA: Sitio Natural.	TIPO: SUBTIPO:
<b>1. DATOS GENERALES</b>	
PROVINCIA: .....	CANTÓN: ..... LOCALIDAD: .....
CALLE: .....	NÚMERO: ..... TRANSVERSAL: .....
<b>2. UBICACIÓN</b>	<b>LATITUD: LONGITUD:</b>
<b>3. CENTROS URBANOS</b>	
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA(km):
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA (Km):

**MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**C V 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

A  
L  
I  
D  
A  
D  
T  
R  
I  
N  
S  
E  
C  
O

ALTURA (m.s.n.m.):

TEMPERATURA (°C):

PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm<sup>3</sup>):

LATITUD..... LONGITUD .....

---

---

---

---

---

<b>C A L I D A D X T R I N S E C O</b>	<b>4. USOS (SIMBOLISMO)</b> <hr/> <hr/>	<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>  CAUSAS _____ _____ _____  <b>PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> Nombre: _____ Fecha de Declaración: _____  <b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>  <b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: _____ _____ _____
----------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	x				365	
	LASTRADO	x			AUTOMOVIL	x					
	EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio:
ACUATICO	MARITIMO				BARCO						Día Fin:
					BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA						
					OTROS					HORAS AL DIA	
AEREO					AVION					Culturales:	Día Inicio:
					AVIONETA						Día Fin:
					HELICOPTEROS					Naturales:	

observaciones:

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO		
A P O Y O	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					365	
		LASTRADO				AUTOMOVIL						
		EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES	
		SENDERO				TREN					Culturales:	Día Inicio:
O Y O	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						Día Fin:
						BOTE					Naturales:	
	FLUVIAL				CANOA							
					OTROS						HORAS AL DIA	
O	AEREO					AVION					Culturales:	Día Inicio:
						AVIONETA						Día Fin:
						HELICOPTEROS					Naturales:	
observaciones:												
NOMBRE DE LA RUTA												
DESDE: HASTA : FRECUENCIA: DISTANCIA :												

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>AGUA</b>		
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"/>	
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>		
SISTEMA INTERCONECTADO <input type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/>	
NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
<b>ALCANTARILLADO</b>		
RED PÚBLICA <input type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	
POZO SEPTICO <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
<b>PRECIO</b>		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
<b>Observación :</b> _____		
_____		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>NOMBRES:</b>	<b>DISTANCIA</b>	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ <b>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</b>	
LOCAL <input type="checkbox"/>		NACIONAL <input type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>		INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
Otros:		