



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

**“FACTORES DE COMPETITIVIDAD QUE INCIDEN EN EL
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PLAYA CAUTIVO, CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención al título de:

INGENIERO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

AUTOR

Jhonny Mauricio Rodríguez Franco

TUTOR

Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2018



“FACTORES DE COMPETITIVIDAD QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PLAYA CAUTIVO, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”

AUTOR:

Rodríguez Franco Jhonny

TUTOR:

Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.

Resumen

El presente trabajo de investigación se lleva a cabo en la playa Cautivo, Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, tiene como objetivo principal determinar los factores de competitividad que influyen en su desarrollo turístico, para llegar a este objetivo se ha empleado la investigación exploratoria debido a que no se ha realizado ningún tipo de estudio dentro de esta localidad, con un enfoque cualitativo, además de apoyarse de los métodos analítico-sintético, inductivo, deductivo, explicativo, para conseguir los datos relevantes se aplicaron las técnicas e instrumentos de la investigación como encuestas y entrevistas, las mismas que permitieron obtener como resultados los factores de competitividad que inciden en el desarrollo turístico de la playa Cautivo, de manera general la calidad de las instalaciones y servicios turísticos, que es la que más se destaca al ser calificada como buena (65%), la atractividad de la playa (64%), así como también la imagen del destino y el talento humano (48%) los mismos que son relevantes para la demanda encuestada que pernocta de uno a dos días en este balneario. El turismo es una oportunidad de desarrollo para esta población teniendo en cuenta que posee un atractivo turístico como es su inmensa playa. Descubrir sitios no explotados turísticamente, representan una buena oportunidad para poder brindar a los turistas nuevas atracciones en el País. Al ser playa Cautivo el único sector del cantón La Libertad en donde no se ha realizado ningún proyecto de mejora o de turismo. Sin embargo, si existiera una mayor planificación estratégica y aprovechamiento de estos atractivos se obtendrían más beneficios en función de la actividad turística y de la parroquia.

Palabras claves: competitividad, factores turísticos, desarrollo turístico, satisfacción del turista.



"COMPETITIVENESS FACTORS THAT AFFECT THE TOURIST DEVELOPMENT OF THE CAUTIVO BEACH, CANTON LA LIBERTAD, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2017"

AUTHOR:

Rodríguez Franco Jhonny

TUTOR:

Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.

Abstract

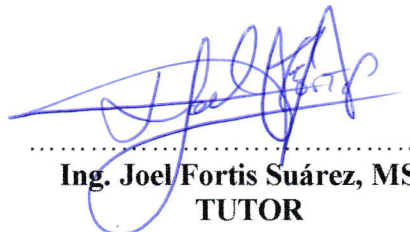
The present research work is carried out in the beach Cautivo, Canton La Libertad, province of Santa Elena, has as its main objective to determine the factors of competitiveness that influence their tourism development, to reach this goal exploratory research has been used due to the fact that no type of study has been carried out within this locality, with a qualitative approach, besides relying on analytical-synthetic, inductive, deductive, explanatory methods, in order to obtain the relevant data, the techniques and instruments of the research such as surveys and interviews, which allowed obtaining as results the competitiveness factors that affect the tourist development of the Cautivo beach, in general the quality of the tourist facilities and services, which is the one that stands out the most when being qualified as good (65%), the attractiveness of the beach (64%), as well as the image of the tino and human talent (48%), the same as those relevant to the surveyed demand that sleeps one to two days in this spa. Tourism is a development opportunity for this population considering that it has a tourist attraction as is its immense beach. Discovering untapped tourist sites represent a good opportunity to provide tourists with new attractions in the country. Cautivo beach is the only sector of the canton La Libertad where no improvement project or tourism has been carried out. However, if there were more strategic planning and taking advantage of these attractions, more benefits would be obtained depending on the tourist activity and the parish.

Key words: competitiveness, tourist factors, turistic development, tourist satisfaction.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de profesor guía del trabajo de **investigación “FACTORES DE COMPETITIVIDAD QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PLAYA CAUTIVO, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por el **SR. JHONNY MAURICIO RODRÍGUEZ FRANCO**, egresado de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



.....
Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.
TUTOR

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de titulación con el título de **“FACTORES DE COMPETITIVIDAD QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PLAYA CAUTIVO, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por **JHONNY MAURICIO RODRÍGUEZ FRANCO** declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Gestión y Desarrollo Turístico** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



JHONNY MAURICIO RODRÍGUEZ FRANCO

C.I. 2400007791

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por haberme dado las fuerzas suficientes para llegar a estas instancias de mi vida.

A mi incondicional madre, quien ha sido mi motor, inspiración y fortaleza para no desistir en este trabajo, a mi padre por su gran apoyo, comprensión y tolerancia, a mis hermanos quienes son la base de mi felicidad; junto a ellos todo es posible, porque en unión todo logro es digno de admirar.

Con eterna gratitud

Jhonny Mauricio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por brindarme sabiduría e inteligencia, por guiarme en el buen camino y ayudarme a cumplir una de mis grandes metas.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por haberme acogido en este gran trayecto de aprendizaje, a mis padres por ser mi inspiración y fortaleza y mi familia por ser mi motivación constante de superación; a todos quienes de alguna manera fueron partícipes de este logro.

Millón gracias

Jhonny Mauricio Rodríguez Franco

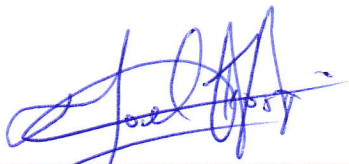
TRIBUNAL DE GRADO



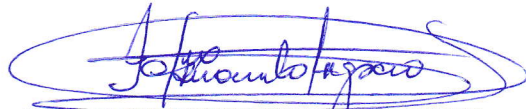
**Econ. Rosa M. Panchana Panchana, Mtf.
DECANA DE FACULTAD (e)
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



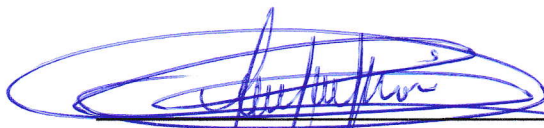
**Lcda. Silvia Peralta Mendoza.
DIRECTORA DE CARRERA (e)
GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**



**Ing. Joel Fortis Suarez, MSc.
PROFESOR TUTOR**



**Econ. Félix Tigrero González, MSc.
PROFESOR DE ÁREA**



**Ab. Lidia Villamar Morán, Mgs.
SECRETARIA GENERAL (e)**

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
TRIBUNAL DE GRADO	viii
ÍNDICE	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	8
MARCO TÉORICO	8
1.1 Revisión de la literatura.....	8
1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos.....	11
1.2.1 Competitividad.....	11
1.2.1.1 Factores de competitividad.....	13
1.2.1.1.1 Factores medioambientales.....	13
1.2.1.1.2 Factores industriales o sectoriales.....	14
1.2.1.1.3 Factores de la organización.....	14
1.2.1.1.3.1 Factores internos.....	15
1.2.1.1.3.2 Factores externos.....	16
1.2.2 Desarrollo turístico.....	18
1.2.2.1 Facilidades turísticas.....	19
1.2.2.2 Calidad de los servicios turísticos.....	22
1.2.2.3 Experiencia del turista.....	24
1.2.2.4 Satisfacción de las necesidades del turista.....	25
1.3 Fundamentos sociales y legales.....	27
1.3.1 Fundamentos sociales.....	27
1.3.1.1 Responsabilidad social como ventaja comparativa.....	27
1.3.2 Fundamentos legales.....	28

CAPÍTULO II	30
MATERIALES Y MÉTODOS	30
2.1 Tipos de investigación	30
2.1.1 Investigación exploratoria.....	30
2.2 Métodos de investigación	31
2.2.1 Método analítico - sintético	31
2.2.2 Método inductivo - deductivo.....	31
2.2.3 Método explicativo.....	32
2.3 Diseño de muestreo.....	32
2.4 Diseño de recolección de datos.....	35
2.4.1 Encuesta	36
2.4.2 Entrevista	36
CAPÍTULO III	37
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	37
3.1 Análisis de datos.....	37
3.1.1 Análisis de datos de las entrevistas.....	37
3.1.2 Análisis de los datos de las encuestas a turistas.....	40
3.2 Limitaciones.....	56
3.3 Resultados.....	57
Conclusiones	59
Recomendaciones	72
Bibliografía	73
ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de estudio.....	33
Tabla 2 Muestra a utilizarse en el estudio.....	35
Tabla 3 Género.....	40
Tabla 4 Edad	41
Tabla 5 Nivel de estudio	42
Tabla 6 Lugar de procedencia.....	43
Tabla 7 Motivo de visita	44
Tabla 8 Acompañante de viaje.....	45
Tabla 9 Tipo de transporte.....	46
Tabla 10 Estadía.....	47
Tabla 11 Postura general del atractivo	48
Tabla 12 Postura/conservación.....	49
Tabla 13 Postura del talento humano.....	50
Tabla 14 Ponderación de la calidad.....	51
Tabla 15 Ponderación de la imagen	52
Tabla 16 Postura de la playa Cautivo.....	53
Tabla 16 Postura de la playa Cautivo.....	53
Tabla 17 Postura de la promoción.....	54
Tabla 18 Postura de próximas vacaciones.....	55
Tabla 19 Análisis foda.....	71
Tabla 20 Matriz análisis foda.....	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género.....	40
Gráfico 2 Edad	41
Gráfico 3 Nivel de estudio	42
Gráfico 4 Lugar de procedencia.....	43
Gráfico 5 Motivo de visita	44
Gráfico 6 Acompañante de viaje.....	45
Gráfico 7 Tipo de transporte.....	46
Gráfico 8 Estadía.....	47
Gráfico 9 Postura general del atractivo.....	48
Gráfico 10 Postura/conservación	49
Gráfico 11 Postura del talento humano.....	50
Gráfico 12 Ponderación de la calidad	51
Gráfico 13 Ponderación de la imagen.....	52
Gráfico 14 Postura de la playa Cautivo.....	53
Gráfico 15 Postura de la promoción.....	54
Gráfico 16 Postura de próximas vacaciones.....	55

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Entrevista a autoridades.....	67
Anexos 2 Encuesta a turistas.....	69
Anexos 3 Análisis foda.....	71
Anexos 4 Artículo Constitución del Ecuador.....	73
Anexos 5 Artículo Ley de Turismo.....	73
Anexos 6 Objetivos del Plan del Buen Vivir.....	74
Anexos 7 Fotos	75

INTRODUCCIÓN

La competitividad turística se define como la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores. (Hassan, 2012).

A nivel mundial la competitividad turística es importante estudiarla debido a la capacidad de producir bienes y servicios que compitan exitosamente en mercados globalizados, que generan crecimiento sostenido en el largo plazo y contribuyan de esa manera a mejorar los ingresos y la calidad de vida de sus habitantes.

Así mismo el sector turístico latinoamericano reduce su brecha con respecto a las economías avanzadas, sin embargo, también señala el Foro Económico Mundial que a pesar de los avances todavía hay obstáculos que la región debe superar para lograr una mayor competitividad turística, en este sentido es importante investigar para reducir el déficit de infraestructura, garantizar la seguridad de los viajeros y crear un entorno más favorable para las empresas, son las acciones que requieren mayor intervención.

Según el Foro Económico Mundial, el Ecuador ha obtenido 3,96 puntos en el Índice de Competitividad Turística organización que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. En este caso, el país ha empeorado su puntuación respecto al informe de 2015 en el que obtuvo 4,07 puntos. El país pasa al puesto 91 entre 138 países, mientras que el año pasado se ubicó en la posición 76. Esto es “una gran caída por

donde se la mire” por la falta de fortaleza de la economía ecuatoriana, frente a la crisis y otros shocks como el terremoto de abril.

En base a estas circunstancias ya citadas, nace la importancia de investigar la rentabilidad de las inversiones turísticas, por la cantidad y calidad del empleo turístico, por el grado de productividad del mismo y por ende la generación de niveles de riqueza sostenidos en el tiempo. Y todo ello, con los menores costes sociales y ambientales con el objetivo de considerarse competitivo.

El fenómeno turístico, en las últimas décadas, ha ido adquiriendo una gran importancia y todo apunta a que en un futuro ésta seguirá su ritmo ascendente, pues, de ser considerado como un fenómeno coyuntural, cuya importancia social y, sobre todo, económica, era relativizada y minimizada por importantes organismos nacionales.

Según Ecostravel (2011), playa Cautivo es un destino ideal para visitar por sus facilidades y recursos naturales que ofrece para la realización de actividades deportivas y caminatas familiares, así mismo destaca la posibilidad de practicar clases de surf y buceo debido a las condiciones oceánicas que este lugar ejerce.

Se encuentra ubicada en el cantón La Libertad, entre el sector conocido como Punta Chullupe (cantón Santa Elena) y La Carioca, cuenta con una extensión territorial cercana a 2 km posicionándola como la playa más extensa del Cantón. Entre sus principales actividades se encuentran el esquí acuático, la pesca deportiva, voleibol, fútbol playero, así como habilidosos atrapadores del platillo volador llamado freesbee.

También en este lugar se encuentran talleres donde se fabrica la artesanía típica: joyas y objetos decorativos en coral rojo y negro. Así mismo artesanías hechas de coco, tagua, conchas marinas y Spondylus.

A pesar de que este lugar cuenta con estos recursos que cautivan a los visitantes, alrededor de esta playa se encuentran dos muelles, uno de ellos es aún utilizado para la actividad de la pesca artesanal y se halla en regular estado, mientras que el otro muelle se encuentra en pésimo estado, hace mucho tiempo atrás, fue utilizado para embarcaciones petroleras, a esto se le adicionan las instalaciones imperfectas que reducen la atraktividad y disminución de la imagen del destino. También, se encuentra una planta procesadora de pescado en total abandono.

Además, la insuficiente promoción del balneario, la carencia de servicios y facilidades turísticas como el hospedaje, restauración, tipos de recreación y cosas varias están entre las causas principales, por lo que playa Cautivo no ha sido turísticamente explotada. También existen vías de acceso en buen estado, aunque la señalización de este destino es pésima, por lo que se requiere una inversión en la misma para poder llegar con facilidad a este lugar.

Actualmente, este balneario se mantiene desatendido por el desconocimiento de las autoridades locales en la gestión turística, el desarrollo turístico de la parroquia es limitado, por la escasa visita de turistas, y oportunidades de empleo que estancan los procesos de desarrollo productivo, estos factores generan reducidas oportunidades de crecimiento y niveles de rentabilidad social y productiva. Para llevar a cabo esta investigación se formula la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los factores de competitividad que inciden en el desarrollo turístico de la playa cautivo?

De estas problemáticas, se han generado las siguientes preguntas de investigación:

- ✓ ¿De qué manera factores de competitividad afectan al desarrollo turístico de la playa Cautivo?
- ✓ ¿Cuál es la situación actual de la playa Cautivo?
- ✓ ¿Existe una relación entre los factores del balneario y la satisfacción de sus turistas?

El presente trabajo de titulación, pretende como objetivo general determinar los factores de competitividad que inciden en el desarrollo turístico de la playa Cautivo. Se logran identificar los objetivos específicos estableciendo la investigación pertinente que conlleva a lo siguiente:

- ✓ Identificar los factores que afectan al desarrollo turístico de la playa Cautivo.
- ✓ Determinar la situación actual de la playa Cautivo a través del análisis Foda.
- ✓ Establecer la relación que existe entre los factores y la satisfacción del turista de la playa Cautivo.

Esta investigación se justifica, porque el turismo se ha transformado a nivel mundial en una de las principales fuentes de ingresos, donde ha alcanzado a

mejorar los niveles de vida de poblaciones enteras, así mismo, a mover grandes divisas en todos los países en donde se desarrolla, potenciándolos turísticamente.

Así mismo está Ecuador, el país mueve gran cantidad de dinero gracias al turismo que se encuentra en la cuarta casilla de las actividades económicas, de hecho, la realidad de la provincia de Santa Elena no se encuentra aislada a estas estadísticas ya que cuenta con un sinnúmero de balnearios activos, así como atractivos y destinos por potencializar.

La investigación que se plantea, es de mucha importancia porque los resultados serían de gran ayuda para la comunidad, quedando plasmados en una base de datos para la realización de otros proyectos que podrían beneficiar de manera directa al destino, siempre y cuando exista una buena planificación en el sector turístico del área en cuestión, debido a que, al fomentar la actividad turística en un destino, los habitantes encuentran otra alternativa como fuente de empleo, y son las comunidades locales las que se benefician con la implementación de una estructura turística, reduciendo así la migración de sus habitantes.

Otro de los beneficios son los ingresos económicos generados por los visitantes al hacer uso de la plaza de alojamiento, la restauración, transporte, entre otros, y es por esta razón que el turismo es considerado un factor dinamizador de la economía. Se utiliza un proceso metodológico exploratorio y no experimental, donde se analizan las encuestas, en base a técnicas y métodos, y con su respectivo análisis se concluye la posibilidad de que este lugar se convierta en una opción viable y factible, donde la sociedad y las autoridades locales estarían dispuestas a

cumplir con sus roles de gestión pertinentes para el desarrollo potencial de una zona turística no explotada.

En este estudio se implica, métodos, tipos y técnicas de investigación, que por medio de ellas se consiguieron resultados, y se obtuvo información útiles para otras indagaciones de características similares, beneficiando a los representantes turísticos y turistas, ofreciéndoles servicios de calidad para un mejor disfrute dentro de este destino, se viabiliza el desarrollo, el consumo y generación de ingresos a la población local.

Se persigue un enfoque de tipo cuali-cuantitativo, el cual permite obtener datos relacionados con el propósito del objeto de estudio, en donde se proyecta efectuar una investigación exploratoria por medio de la herramienta de campo y bibliográfica. Esta investigación está dividida en tres capítulos que están detallados de la siguiente manera:

En el capítulo I, se emplea la revisión de la literatura en donde se analizan algunos estudios y el desarrollo de los conceptos en relación a las variables de investigación; factores de competitividad y desarrollo turístico de diferentes autores para obtener información de lo que se ha estudiado en relación al tema propuesto, de la misma forma, en este capítulo se escribe y analiza los fundamentos sociales y legales que pueden encontrarse en esta temática de investigación.

En el capítulo II, se emplea la validación metodológica aplicada, así como los tipos de investigación en donde el levantamiento de información se realizó por

medio de documentos e información recopilada en el campo; la descripción y explicación de los resultados de la encuesta aplicada a los turistas y entrevista a las autoridades locales, así mismo, se determinó el tamaño de la muestra a utilizarse en la investigación.

En el capítulo III, se presenta la descripción de información recopilada a través de la entrevista a autoridades, tabulación de datos, estadísticas, interpretación y análisis de las encuestas a los turistas, también se detalla las limitaciones y resultados de objeto de estudio.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la literatura

Se tiene como finalidad explorar algunos estudios desarrollados en diferentes países, relacionados con la competitividad y que han tenido resultados óptimos, los mismos que permitirán aportar a esta investigación.

El autor Alonzo (2013) en su estudio acerca de los factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de los destinos turísticos, tuvo como objetivos principales del trabajo la formulación de un modelo integral para evaluar la competitividad de un destino turístico eficiente y operativo, identificando e integrando factores concretos, basado en un marco teórico conceptual derivado de las disciplinas de la dirección estratégica y el management.

Para la formulación del modelo se utilizó una metodología teórico - empírica que se desarrolló en dos fases, recurriendo en primer lugar a la revisión documental y el análisis de casos, lo que derivó en el planteamiento del modelo inicial, para luego someterlo a su validación empírica mediante la técnica DELPHI. Como resultado se identificaron y validaron un conjunto de factores críticos de éxito (FCE) específicos para evaluar la competitividad del destino turístico, que se integraron en dimensiones críticas de competitividad y a los que se asocian una serie de indicadores claves para su medición. Esto convierte al modelo en un instrumento estratégico que permite optimizar la gestión competitiva del destino.

Por otro lado, los autores González y Mendieta (2013) realizaron reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos, teniendo como objetivo enfocar la discusión sobre la conceptualización de los aspectos que hacen a la competitividad de los destinos turísticos; la metodología utilizada fue la revisión de los enfoques conceptuales y visiones sobre el tema que han guiado el pensamiento económico sobre el tema en los últimos veinte años. Se identificaron algunos factores claves que hacen a la competitividad de destinos turísticos.

- ✓ La diversidad de variables empíricas que se utilizan como determinantes competitivos
- ✓ La aún oscura relación entre competitividad y calidad de vida
- ✓ El papel de los gobiernos locales en su fomento.

El elemento fundamental para la formulación y puesta en marcha de estrategias competitivas debe ser en primer lugar el diálogo y, en segundo lugar, la promoción de instituciones que incentiven una cultura de la cooperación y el desarrollo institucional como base de la pirámide que da por resultado la mejora de los factores de competitividad de destinos turísticos.

Los autores Marrero y Santana (2012) en una investigación titulada competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Canarias, tuvieron como propósito conocer y comparar el nivel de competitividad que presentan las cuatro islas turísticas Canarias más importantes, a través de la combinación de diferentes variables de aproximación al mismo. Para acercarse a la medición de la competitividad se empleó una metodología doble: a

través de las estadísticas del gasto turístico, los niveles de ocupación y la evolución del número de plazas y de turistas. Y también a través de un pequeño estudio de casos en internet, donde se analizaron los precios para dos paquetes turísticos característicos. Los resultados obtenidos coinciden en indicar que, a pesar de la estrategia de calidad adoptada por Lanzarote, esto no parece traducirse en una mayor rentabilidad económica para el sector.

En definitiva, a pesar de la proclamada importancia de la calidad como factor clave de competitividad, no está claro que el mercado esté dispuesto a recompensar a aquellos destinos que apuestan con precios mayores por la calidad. Posteriormente se revisó la literatura sobre la variable que se ha realizado en el desarrollo turístico.

En un estudio realizado por Varisco (2015) con el tema “Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa”, se tuvo como objetivo analizar desde una perspectiva económica los diferentes modelos de desarrollo turístico en varias localidades y su impacto en el desarrollo local. Para aquello se utilizó un estudio de tipo descriptivo, obteniendo como resultado la verificación en las localidades de dos modelos de desarrollo turístico y un impacto diferencial en los respectivos procesos de desarrollo local.

Otra investigación realizada por los autores Rodríguez y Fernández (2014) sobre desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos, tuvo como propósito desarrollar un modelo de análisis de las relaciones establecidas entre los actores del turismo de cualquier

destino, utilizando como metodología la aplicación de un análisis estructural de las relaciones (Análisis de relaciones sociales) teniendo como resultado la comprobación de la existencia de una relación directa entre la dinámica relacional de un territorio y su grado de desarrollo turístico.

1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos

1.2.1 Competitividad

La competitividad es uno de los aspectos que han sido considerados mayoritariamente en los últimos años por diversos destinos turísticos, bajo esta consideración es importante destacar que González y Mendieta (2013), establecen que esta puede pensarse como un modelo complejo que utiliza una serie de factores que se interrelacionan o que además puede hacerse de forma general, pero haciendo énfasis en la empresa como la unidad de análisis.

Sobre competitividad se ha establecido que es la capacidad que posee un producto o servicio para penetrar, abarcar y conservar los mercados que se han ganado, siendo el resultado de las actividades de las empresas y del entorno de las capacidades en la que se despliega un producto o servicio (Bages, 2013).

Por su parte, Chudnovsky y Porta (2012) “la competitividad internacional es un concepto muy utilizado en la discusión corriente para referirse al desempeño de una firma, una industria o un país en la economía internacional. Sin embargo, un concepto aparentemente tan obvio ha dado lugar a las más variadas definiciones, lo cual pone de relieve no sólo la falta de consenso acerca del concepto en la

literatura económica sino también la ambigüedad y dificultades que el mismo encierra”.

De acuerdo a lo mencionado por González, Mendieta y Bages sobre la competitividad, a esta se la puede definir como un modelo complejo para la obtención de ventajas de un producto o servicio turístico, que se interrelaciona con la potestad para captar y posicionar un mercado turístico, basándose en las acciones de la gestión y de las potencialidades que tiene el entorno en el que se desenvuelve.

Porter Michael (2015), afirmaba que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Para hablar de competitividad, continúa Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.

Bordas (2012), menciona que la competitividad es la capacidad de alcanzar una rentabilidad de las inversiones superior al promedio, a largo plazo y con bajos costos sociales y ambientales, teniendo como componentes claves de la competitividad: el motor de referencia, la sustentabilidad y los bajos costos sociales y ambientales

El motor de referencia está compuesto por el conjunto de empresas que luchan por los mismos clientes, ofreciendo productos parecidos, y que utilizan procesos de producción similares, normalmente son empresas que operan en la misma

combinación “producto-mercado” y luchan por las mismas ventajas competitivas, distinguir que la competitividad es un rasgo positivo para cualquier mercado por una serie de razones.

En primer lugar significa que hay un público amplio para la venta de un determinado producto, en segundo determina la existencia de estrategias de comercialización avanzadas en las cuales trabajar (para mejorarlas), por último y no menos importante, nos habla de una estructura tanto a nivel de productores como de profesionales en el sector que pueden sernos de suma utilidad en la búsqueda.

1.2.1.1 Factores de competitividad

Se han establecido diferentes factores de competitividad a lo largo de diversas investigaciones sobre esta temática, en este sentido el autor Alonso (2013) indica que existen concordancias respecto a tres fuentes fundamentales:

1.2.1.1.1 Factores medioambientales:

La principal característica del análisis medioambiental es su amplitud, ya que su alcance trasciende el interfaz industria/sector-empresa. Es de particular importancia para aquellas industrias/sectores cuya supervivencia depende de fuerzas que no están bajo el control del ámbito industrial/sectorial (Cooper y Kleinschmidt, 2012). El medio ambiente externo comprende factores legales, ecológicos, tecnológicos, políticos, sociales y económicos que se originan "más allá" de la situación operativa de una organización o un sector.

1.2.1.1.2 Factores industriales o sectoriales:

Lynch (2011) sostiene que los factores críticos de éxito de la industria/sector se relacionan con el ambiente externo además de hacerlo con los recursos y habilidades de las organizaciones dentro de la industria/sector. Es algo tan grande que es muy costoso para la empresa tenerlo controlado en su totalidad. Por ello la empresa debe hacer un estudio del entorno, y en él distinguir lo que es "simplemente" importante de lo que es realmente imprescindible para su supervivencia.

Thompson y Strickland (2012) establecen que los factores de éxito industriales/sectoriales como los determinantes más importantes del éxito competitivo y económico de una industria/sector en particular. Sostienen que la identificación de los factores críticos de éxito dentro de una industria/sector es un tema estratégico clave, ya que estos factores, normalmente son los soportes sobre los que una organización construye su estrategia.

1.2.1.1.3 Factores de la organización:

Cada organización dentro de una industria o sector ocupa una situación única que viene determinada por su historia, localización, recursos, competencias, estrategia competitiva, entre otros aspectos.

Es decir, cada organización puede dictaminar sus propios factores críticos de éxito (Rockart, 2012; Johnson y Acholes, 2012). Por ello, organizaciones pertenecientes a una misma industria muestran distintos factores críticos de éxito como resultado

de diferencias o características propias. De acuerdo a lo que propone este autor se determina que los factores de competitividad están relacionados con aspectos tanto internos como externos y que estos pueden estar dictaminados por los propios destinos o empresas turísticas, para el beneficio de estas y de su personal o población local.

1.2.1.1.3.1 Factores internos

Para Schermerhorn y Bachrach (2015), realizar un análisis interno de una organización conlleva a determinar sus fortalezas y debilidades, que constituyen los atributos, componentes, cualidades, factores intrínsecos o internos que componen un establecimiento, empresa, destino, productos, servicios. Estos factores determinan positivamente o negativamente la imagen, rentabilidad o el éxito de una organización. Y pueden ser tangibles e intangibles.

Cuando una organización realiza un estudio interno tiene como objetivo conocer sus recursos y capacidades, así como también identificar sus fortalezas y debilidades, para poder plantearse objetivos en base a estos factores para formular estrategias que le permitan maximizar sus oportunidades en el mercado.

Fortalezas

Las fortalezas son una fuente de ventaja relativa ante los competidores y las necesidades de los mercados a los cuales la organización sirve u ostenta servir. Las fortalezas se consideran capacidades distintivas cuando le brindan a la organización una ventaja comparativa en el mercado (Pearce & Robinson, 2015).

Las fortalezas pueden ser:

- ✓ Recursos disponibles
- ✓ Capacitación
- ✓ Infraestructura
- ✓ Ubicación estratégica
- ✓ Desarrollo de habilidades

Debilidades

Pearce y Robinson (2015) definen las debilidades como una limitación o deficiencia de uno o más recursos o capacidades relativas ante los competidores que le privan a la organización de un desempeño efectivo. Para identificarlos se tiene como ejemplos:

- ✓ Falta de recursos (humanos, tecnológicos, financieros).
- ✓ Abundancia de problemas operativos internos.
- ✓ Carencia de objetivos
- ✓ Escaso desarrollo institucional

1.2.1.1.3.2 Factores externos

Schermerhorn y Bachrach (2015) mencionan que en el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su

desarrollo. La empresa opera en un entorno que puede ser hasta cierto punto predecible, pero todos saben que los factores externos a la empresa pueden cambiar rápidamente e influir en las operaciones diarias de modo que podría llevar a la organización a su desaparición en poco tiempo.

Los factores externos son ajenos a la organización pero son relevantes para su funcionamiento. Los administradores deben considerar estos factores en diversos grados para planificar sus productos o servicios, aunque no puedan evitar los efectos de estos sobre la empresa.

Oportunidades

Las oportunidades son una situación favorable impactante en el ambiente de la organización. Tendencias importantes y claves son una fuente de oportunidades. La identificación de un mercado anteriormente pasado por alto, cambios en las circunstancias regulatorias y competitivas, cambios tecnológicos y compradores exigentes y las relaciones con los proveedores pueden representar oportunidades para la firma (Pearce & Robinson, 2015).

Se representa oportunidades para una empresa lo siguiente:

- ✓ Desarrollo tecnológico
- ✓ Nuevos canales de comercialización de productos/servicios
- ✓ Crecimiento de mercados emergente
- ✓ Oportunidades políticas
- ✓ Alianzas estratégicas

Amenazas

Las amenazas son una situación desfavorable impactante en el ambiente de la organización. Las amenazas son impedimentos claves para la posición actual o proyectada de la organización. La entrada de nuevos competidores, un mercado con crecimiento lento, aumento en el poder de negociación de los compradores claves o suplidores claves, cambios tecnológicos y regulaciones nuevas o revisadas pueden presentar amenazas para la firma (Pearce & Robinson, 2015). Se representa amenazas para una empresa lo siguiente:

- ✓ Los riesgos del mercado
- ✓ La recesión económica con lenta recuperación
- ✓ Competidores

1.2.2 Desarrollo Turístico

Sobre desarrollo turístico se han establecido varias definiciones y teorías, por lo tanto se han tomado las más destacadas, es así que el autor Pearce (2015) expone, que el desarrollo turístico es la provisión y la perfección de las instalaciones y servicios capaces de satisfacer las necesidades de los turistas y generar ingresos.

Monge y Yagüe (2016) mencionan que el desarrollo turístico involucra un grado de desarrollo local en donde a la población le corresponde obtener los beneficios del uso de los recursos de los que dispone en su territorio.

Entonces se puede referenciar en base a los autores que el desarrollo turístico implica, la preparación y el mejoramiento de las facilidades turísticas con

capacidades para la satisfacción de los turistas, involucrando ingresos y desarrollo local para su población.

Barbaza (2012) hace alusión de tres modelos de desarrollo turístico, el desarrollo espontáneo, el desarrollo planificado y localizado y el desarrollo extensivo, todas éstas definidas por el tamaño de la población receptora y la extensión del lugar en que residen, la naturaleza o el estado en que se encuentren las instalaciones.

El **desarrollo espontáneo** surge de manera espontánea por la demanda de costas soleadas, pero por cumplir con las exigencias de la demanda, se realizan construcciones causando una alteración del entorno permitiendo aun el desarrollo de algunas actividades tradicionales.

El **desarrollo planificado** y localizado se lo puede relacionar con lo sucedido en los países del Mar Negro, mientras que el desarrollo extensivo, que identifica con el Roussillon francés, se da a partir de pequeños núcleos locales con iniciativa privada en dónde se realizan procesos de turistificación para convertir determinado lugar en un destino de gran interés para los turistas. (Santana, 2013)

1.2.2.1 Facilidades turísticas

Para Parra (2012) las facilidades turísticas son las que complementan a los atractivos turísticos, y estas permiten que se disfrute de una estancia agradable.

Este mismo autor menciona que son todas las instalaciones y los servicios que se destinan a la facilitación del hospedaje, la gastronomía, las distracciones, amenidades y los servicios complementarios para el turista.

Para Castro (2017), las facilidades turísticas como el alojamiento, gastronomía, amenidades turísticas, infraestructuras y/ o los servicios que son necesarios para el visitante, son aquellas que colaboran en la generación y la constitución de un producto, fomentando la permanencia del turista en un centro turístico.

Las facilidades turísticas son los elementos complementarios del atractivo, pues como su nombre lo dice facilitan la permanencia del turista haciendo de su estancia una experiencia más agradable y placentera. Pues el destino proveerá al turista de instalaciones de hospedaje, alimentación, distracciones, amenidades y otros servicios acordes a las necesidades del turista. (Durán, 2013). De la existencia de las facilidades turísticas y su categoría depende la decisión del turista en visitar o no el destino pues son estas las que determinarán la calidad del servicio, este autor clasifica las siguientes facilidades turísticas.

Alojamiento:

Son infraestructuras o instalaciones turísticas conocidas como establecimientos hoteleros o de hospedaje que se disponen al turista para asegurar su pernoctación en determinado lugar, de no existir dichas instalaciones el turista solo puede visitar por un día, convirtiéndose solo en un excursionista.

Estos establecimientos pueden ofrecer servicios básicos y/o complementarios para mejorar la calidad del servicio.

También existen otros tipos de alojamientos temporarios que no tienen que ver con la hotelería, como aquellos sujetos que se alojan en una prisión o un hospital.

Restauración:

Es un establecimiento donde se ofrece un menú, cuya actividad económica está ligada a la producción de servicios y la venta de alimentos y bebidas para el consumo de las personas dentro de una atmósfera agradable. Dentro de los establecimientos de restauración se incluyen los bares, restaurantes, cafeterías, pero se excluyen los comedores universitarios, los escolares.

Transporte:

Son las empresas que se encargan de la movilización del turista desde su origen hacia el destino de su elección a cambio de un incentivo económico. Estas pueden ser terrestres, marítimas o aéreas, y a su vez pueden ser públicas o privadas.

Agencias de viajes:

Para hacer más fácil el viaje del turista se han creado empresas dedicadas a comercializar profesionalmente actividades turísticas, cuya razón de ser es la prestación de servicios, ya sea esta de manera directa o como intermediarios entre los turistas y las empresas proveedoras de servicios. Se clasifican en agencia de viajes y turismo, agencias de viajes operadoras y agencia de viajes mayoristas.

Centro de información:

Los usuarios o turistas reciben información turística acerca de los beneficios que ofrecen los recursos turísticos, estos centros de información pueden o no prestar otros servicios complementarios.

1.2.2.2 Calidad de los servicios turísticos

El concepto de "calidad" ha evolucionado con el tiempo y, aún hoy, existen diversas acepciones y definiciones. Reeves y Bednar (2014), muchas de ellas centradas en el proceso de elaboración de un producto o servicio y en el cumplimiento de especificaciones. Pero el concepto de calidad es multidimensional, en el sentido de que las necesidades de los consumidores son múltiples y diversas, pues incluyen aspectos como la aptitud para el uso, el diseño, la seguridad, la fiabilidad, y el respeto al medio ambiente.

Según Fernández Clúa, (2011) existe la necesidad de integrar al concepto de calidad; los términos de calidad real y sustituta Ishikawa (2011), calidad percibida Larrea (2012), y calidad potencial Fernández Clúa (2011), lo que permitiría analizarlo en toda su dimensión. Según esto, la calidad real está dada por la expectativa o la necesidad. La calidad sustituta es la calidad real restringida a las condiciones del servicio en términos de características de calidad específicas.

La calidad percibida es la impresión, el impacto que ha causado el servicio en el cliente y la calidad potencial se refiere a aquella que es capaz de dar la entidad con las condiciones que posee; por lo general, la misma se modifica con el resultado de un proceso de análisis o mejora.

Mallou, Santaolària, López y Boubeta (2012) definen a la calidad de un producto o servicio turístico percibida como la distancia que existe entre las expectativas del servicio que se espera obtener por parte de un turista y el servicio que realmente se percibe.

Revuelta (2016) en relación a la calidad en el servicio turístico menciona, que es el nivel de excelencia que una empresa ha decidido alcanzar para poder satisfacer a los turistas, considerando que fijar la satisfacción del turista debe ser uno de los objetivos más importantes.

Cuando hablamos de calidad del servicio, estamos calificando. Es la medida de cómo el nivel de servicio prestado satisface las expectativas del cliente; es el calificador o evaluador.

Entonces de lo expresado por los autores se puede establecer en una definición conceptual que la calidad de los servicios y productos turísticos, es un aspecto importante que depende del capital humano para lograr la satisfacción de otro ser humano denominado turista y que asociados a las instalaciones pueden lograr la calidad deseada, es necesario recalcar que a pesar de que existen muchos y variados conceptos sobre lo que es y no es la calidad, los diferentes autores estudiados anteriormente, coinciden en que el objetivo fundamental de la calidad se encuentra en la satisfacción del cliente.

Este enfoque es el más adecuado para abordar el concepto de calidad centrado en la satisfacción del cliente. La concepción de calidad con base en la percepción que experimenta el cliente o usuario, abre importantes vías para la intervención psicosocial, debido a que en las organizaciones de servicios, la satisfacción de los deseos de los clientes no puede entenderse de manera plena si no se establece una referencia mutua e intrínseca entre lo psicológico y lo social. En los servicios, dado que los usuarios interactúan habitualmente con los proveedores y otros

clientes, aparecen procesos psicológicos que se desarrollan e influyen en el contexto social.

1.2.2.3 Experiencia del turista

Sobre experiencia turística existe un sinnúmero de definiciones, sin embargo se puede decir o definir que consiste en hacer implicaciones emocionales a los clientes de un producto o servicio turístico que está consumiendo o adquiriendo (López, 2015).

Carballo, Moreno, León y Ritchie (2015) define a la experiencia turística como una relación entre una persona y la visión que tiene del mundo y esta va a depender de la ubicación de su centro de referencia con respecto a la sociedad a la que este pueda pertenecer.

Estos mismos autores Carballo, Moreno, León y Ritchie (2015) sobre experiencia turística la definen como un proceso que se acumula por etapas y que incluyen la fase anterior vacacional en el destino y posteriormente a las vacaciones, necesitando de una preparación explícita para que suceda, al tratarse de una percepción subjetiva es necesario incorporar al turista en dicho proceso.

Otto Ritchie (2014) define que la experiencia turística no es otra cosa que un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales y/o intelectuales, que son percibidas de manera diferente por los turistas, desde el mismo momento en que planifican su viaje, lo disfrutan en el destino elegido e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y recuerdan su viaje.

Hay que tener en cuenta que los turistas, dentro de su proceso de selección y de valoración del destino, tienen en cuenta tanto características tangibles (monumentos naturales, clima, infraestructuras, paisaje) como intangibles de carácter variable (libertad, seguridad, relajación, energía, aventura), por lo que la determinación del mercado objetivo es fundamental en el desarrollo de las estrategias de promoción y comercialización del destino, ya que ciertos aspectos del lugar elegido pueden ser positivos para un segmento o negativos para otros, y viceversa.

Entonces lo expresado por estos autores con respecto a la experiencia turística, da la pauta para definirla como la implicación de emociones que puede tener una persona con la que interactúa al desarrollar una actividad turística, pudiendo ser ésta incorporada por otra persona que esté preparada para su desarrollo.

1.2.2.4 Satisfacción de las necesidades del turista

Marinus (2014) considera que la satisfacción es producto de toda una serie de aspectos que abarcan un amplio espectro que va desde el marco hasta el marco infraestructural (Alojamiento, transportes y comunicaciones, etc.) los costes, marco personal (relax, aficiones, gustos, actividades de ocio,) e incluso la situación personal (edad, hijos, sexo, nivel educacional, trabajo, ingresos, etc.).

Sobre la satisfacción de las necesidades del turista el autor Oliveira (2014), la define como el sentimiento que resulta de la comparación de un desempeño que se ha obtenido de acuerdo a la relación con las expectativas que tiene una persona, siendo estas formadas e influenciadas por las experiencias que se han obtenido en

compras anteriores, recomendaciones de , amigos, entre otros, y promesas de los que participan en un determinado sistema turístico.

El análisis de la percepción y grado de satisfacción de los turistas sobre sus experiencias y visitas en el destino es una herramienta que proporciona una valiosa información de la funcionalidad, interpretación, estética y atractivo de los servicios turísticos consumidos. Y con la información obtenida directamente de los turistas se pueden tomar decisiones importantes sobre los atractivos turísticos que haya que involucrar en el proceso de planificación del destino de acuerdo con su nivel de impacto emocional que debe causar en el visitante y sus características funcionales, formas, señalamientos, desplazamientos y distancias que implican, seguridad, escénicos y de comodidad, estéticos, interpretativos y recreativos; aspectos todos éstos que pueden favorecer la sostenibilidad turística siempre deseada (Zamorano, 2011)

De lo expresado por los autores se puede concluir que la satisfacción de las necesidades de los turistas, están ligados a un sentimiento de buen desempeño de un producto o servicio turístico que determina una nueva necesidad, creando una nueva expectativa para la activación de un mecanismo asociado al turismo. La satisfacción es un proceso dinámico, activo y dependiente del entorno. En este sentido, alcanzar la satisfacción del cliente se convierte en una cuestión de gran importancia para el destino y las empresas turísticas que allí operan, dado que de ello dependerá que el cliente repita su visita, y que realice una comunicación positiva del destino a otros clientes.

1.3 Fundamentos sociales y legales

1.3.1 Fundamentos sociales

1.3.1.1 Responsabilidad social como ventaja comparativa

La responsabilidad social es uno de los aspectos más importantes de las empresas y tiene que ver mucho con la ventaja competitiva, en este sentido el autor Reynolds (2016) menciona los siguientes aspectos:

Se debe entender que las estrategias de responsabilidad social, desde el punto de vista perceptivo simbolizan un valor agregado intangible. Por lo tanto a las organizaciones les hace falta el entendimiento necesario para implementar la responsabilidad social a nivel empresarial, como un aspecto que acompañe a las acciones generales de la empresa o negocio.

La responsabilidad social se está transformando en los últimos años en una variable con competitividad reconocida a nivel del mundo. Siendo un factor de éxito necesario para los negocios, de todo índole que se complementa con el compromiso ético de la empresa moderna con la sociedad. Administrar de una forma socialmente responsable a una empresa genera decisiones de negocios altamente informados, ya que crea fidelidad, enriqueciendo la imagen corporativa y de marca, y aporta de manera cuantitativa, a la rentabilidad corporativa a largo plazo en la empresa.

Las empresas tienen como deber mostrarse conforme a las políticas y prácticas corporativas socialmente responsables, son parte de un imperativo comercial,

siendo las empresas líderes las que convierten esto en una ventaja competitiva. La gestión de ésta entonces no debe establecerse en una mera gestión operativa, sino que debe estar integrada en la gestión estratégica como un aspecto más a ser considerado como generador de ventajas competitivas.

1.3.2 Fundamentos legales

Tomado de la **Constitución de la República del Ecuador (2008)**. En el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía Descentralización, en el artículo 296, el ordenamiento territorial comprende un conjunto de políticas democráticas y participativas de los gobiernos autónomos descentralizados que permiten su apropiado desarrollo, así como una concepción de la planificación con autonomía para la gestión territorial, que parte de lo local a lo regional en la interacción de planes que posibiliten la construcción de un proyecto nacional, basado en el reconocimiento y la valoración de la diversidad cultural y la proyección espacial de las políticas sociales, económicas y ambientales, proponiendo un nivel adecuado de bienestar a la población en donde prime la preservación del ambiente para las futuras generaciones.

Ley de turismo

El Congreso Nacional (2002) de acuerdo a Ley de Turismo, en estado vigente, establece en el Art. 4: La política estatal, con relación al sector turístico, debe cumplir objetivos relacionados al desarrollo de la actividad en el Ecuador, consecuentemente los objetivos que abarcan a este trabajo de titulación son los siguientes: El literal a) hace mención a que el Estado tiene como deber el

reconocimiento de que la actividad turística concierne a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado por cuanto este debe potenciar las actividades a través del fomento y promoción de productos turísticos competitivos. En consecuencia, a este literal, el trabajo a desarrollar propone el fomento al desarrollo turístico ya que a través de sus resultados se intenta establecer cuáles son aspectos necesarios para lograr competitividad.

Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017

El objetivo 10 en el lineamiento 10.3 literal g): hace mención a que es obligatorio que el Estado fomente el turismo como uno de los sectores prioritarios para la economía. Por lo tanto, se fundamenta el trabajo de titulación propuesto porque forma parte del fomento que debe tener este tipo de proyectos, mejorando con ello aspectos que se relacionan con el fortalecimiento del turismo.

El Plan Nacional del Buen Vivir destaca en el objetivo 7 sobre la construcción y fortalecimiento de los espacios públicos que contribuyan al encuentro común de las personas, dicho objetivo se relaciona al tema de estudio porque los lugares de esparcimiento que se construyan dentro de una comunidad receptora deben cumplir con la función de facilitar las distintas actividades que deseen realizar los turistas durante su estancia, además contribuyen al desarrollo del turismo ya que estas son un complemento más de la oferta y brindan al turista una motivación más para visitar el destino.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipos de investigación

En la ciencia existen diferentes tipos y se da a conocer sus características, cuáles de ellos son aplicables y se ajustan a la mejor investigación que se va a realizar.

(Bernal, 2012)

2.1.1 Investigación exploratoria

Bernal (2012), determina este tipo de investigación cuando el objetivo es examinar un tema o problema poco estudiado y del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes". El autor plantea que esta indagación está vinculada a la exploración de campo ya que busca analizar a través de fuentes confiables el entorno del trabajo de una forma profunda logrando ser participe la comunidad beneficiada.

Se llevó a cabo un tipo de investigación exploratoria, con un enfoque cualitativo para identificar los factores de competitividad turística , debido a que no se ha realizado ningún tipo de estudio dentro de esta localidad, así mismo para determinar adecuadamente el problema fue importante realizar la indagación de documentos que se relacionen con el tema tratado, esto debido a que , al ser poco estudiada, no posee la existencia de argumentos, ni datos específicos que permitan conocer con exactitud los antecedentes que evidencian esta investigación.

2.2. Métodos de investigación

Se establecieron varios métodos, con el objetivo de obtener la información para el estudio, al mismo tiempo que pueda ser entendida de un excelente modo, además este proceso comprende desde la inducción y deducción, hasta la manifestación de las diversas conclusiones.

2.2.1 Método analítico – sintético

Según Bernal (2012), estudia los hechos a partir de la descomposición del objeto de estudio en cada una de las partes para examinarlas individualmente, y luego se recomponen las partes para estudiarlas holísticamente o integralmente.

Para la investigación se utilizó este método en donde se admitió la comprensión de las definiciones o teorías mencionadas, debido a que para la apropiada conducción de la información fue importante observar las causas y los efectos, así mismo para poder identificar los factores que inciden en el desarrollo turístico de la playa Cautivo se recurrió a la indagación de otros conceptos similares al tema tratado, igualmente el análisis de los datos conseguidos permitieron tener una relación entre lo teórico y lo práctico, información que se pudo obtener por medio de los instrumentos de campo.

2.2.2 Método inductivo – deductivo

Se considera este método de razonamiento que consiste en tomar las respectivas conclusiones generales para determinar las explicaciones particulares. Este método comienza con un análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios,

etc., todo esto que es aplicable de forma universal y de comprobación para aplicar a hechos particulares. (Bernal, 2012)

Este método permitió formular las conclusiones, a partir de elementos particulares y generales, en este caso se realizó la recogida de información de los hechos, los mismos que posteriormente fueron registrados y clasificados, por lo tanto, se accede a la generalización y especificación de dichos aspectos, los mismos que fueron corroborados para contribuir significativamente en la generación de los resultados de esta investigación.

2.2.3 Método explicativo

Bernal (2012). La investigación explicativa tiene como fundamento la prueba de hipótesis y busca que las conclusiones lleven a la formulación o al contraste de leyes o principios científicos.

Este método radicó en la revisión y el descarte de información no relevante, por lo tanto, se pudo extender y detallar los conceptos principales, que derivaron de las variables de estudio, y al mismo tiempo considerar teorías y definiciones adicionales que pertenecen a indicadores y otros aspectos relacionados con las mismas. Además, este método permitió explicar cómo y por qué de la obtención de los resultados en esta investigación.

2.3 Diseño de muestreo

Bernal (2012), es la colección de elementos u objetos que procesan la información buscada por el investigador y sobre la cual se harán inferencias, de igual manera

nos dice que la muestra es un subgrupo de elementos de una población selectos para participar en un estudio ; de igual forma se puede decir que la muestra es la selección de una población que la pueda representar, esto debido a la imposibilidad de conocer los gustos y las necesidades de todos, de esta forma es posible conocer a proporción las respuestas a las cuestiones planteadas.

Se consideró en esta investigación como población a los turistas que visitaron la Playa Cautivo en la temporada de carnaval en el año 2017, que son quienes han tenido alguna experiencia dentro de la misma, y a los funcionarios locales que tienen un poder determinante en el sector turístico, siendo estos delegados autoridades de las organizaciones públicas.

Tabla # 1. Población de estudio

Detalle del segmento	Cantidad	Fuente
Visitantes que estuvieron en la playa Cautivo	856	(Datos dados del feriado carnaval 2017) Proporcionado por el presidente del sector
Autoridades locales	3	Propia
TOTAL	859	

Elaborado por Rodríguez Jhonny

Para establecer la población de estudios se aplicó una fórmula de poblaciones finitas, para determinar la muestra de los turistas en donde se conoce la población; para investigar se utilizó un tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple. Así mismo se utilizó un muestreo no probabilístico, por conveniencia del investigador tomándose a las autoridades de entes gubernamentales para ser entrevistadas y den su opinión sobre qué beneficios podría tener este lugar con el fin de un mejor desarrollo turístico del mismo.

En base a los argumentos indicados anteriormente se aplicó la fórmula para el tamaño de la muestra de turistas:

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

A continuación se muestran los significados de la siguiente fórmula:

N	Población
n	Muestra
Z	Nivel de confianza
P	Probabilidad a favor de la hipótesis
Q	Probabilidad en contra de la hipótesis
E	Margen de error

En base a la fórmula se realizó el cálculo de la muestra para los turistas, en donde el nivel de confianza fue de un 95 %, las probabilidades a favor y en contra de las hipótesis de 0,5 con un margen de error de 0,05 con una población de 856 turistas:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 856 * (0.5)(0.5)}{(0.05)^2(856 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416) * 856 * 0.25}{(0.0025)(856) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{821,142}{(2,1375) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{821,142}{3,0979}$$

n = 265 encuestas

Tabla # 2. Tamaño de la muestra a utilizarse en la investigación

Segmento	Tamaño de la muestra
Turistas que visitaron playa Cautivo	265
Autoridades locales	3
Total	268

Elaborado por Rodríguez Jhonny

2.4 Diseño y recolección de datos

Las técnicas para la recolección de información que se utilizaron, se establecieron de acuerdo a la investigación exploratoria propuesta, con las cuales se obtuvo el acercamiento al objeto de estudio para obtener información de sus experiencias y

criterios personales. Con esto se definieron qué factores intervienen para la competitividad del lugar.

2.4.1 Encuesta

Esta técnica se utilizó a fin de medir ciertos aspectos por parte del investigador, donde se recopiló información por medio de encuestas formuladas a los turistas con una selección de 16 preguntas cerradas (dicotómicas, y de opción múltiple); así mismo esta información fue seleccionada, tabulada y graficada para luego analizarla, por lo cual ha sido considerada como fuente de información primordial primaria en el desarrollo de este trabajo.

2.4.2 Entrevista

En estas entrevistas se tomaron en consideración las principales autoridades del ámbito turístico del lugar. Esta técnica de investigación se fundamentó en la elaboración de un cuestionario semiestructurado con preguntas abiertas. En este segmento se incluyeron autoridades del GAD Municipal de La Libertad como el Ing. Víctor López (Director de Comunicación, Prensa y Turismo), así mismo con la Ing. Paulina León (Directora Provincial de Turismo) y con el presidente del lugar, el Sr. Bruno Dedé, para realizar y aplicar este instrumento se formuló una base de preguntas con base estructurada sobre los usos y conocimientos de los factores de competitividad.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos

3.1.1 Análisis de datos de las entrevistas

En esta investigación se realizaron entrevistas a las autoridades con el objetivo de determinar la incidencia de los factores de competitividad en el desarrollo turístico en la playa Cautivo.

¿Qué aspectos positivos destaca en playa Cautivo para lograr un desarrollo turístico?

Siempre los aspectos a destacar dentro de una localidad, van a ser la cercanía, seguido de un buen clima, en este caso lo que se puede destacar dentro de sus aspectos más relevantes es la cercanía del sitio y las carreteras que se encuentran en buen estado y dan facilidad para poder llegar a la playa. También se debe mencionar la tranquilidad y apartado del ruido de la ciudad.

¿Qué estrategias se utilizan para aumentar la competitividad de la playa Cautivo?

No se han utilizado estrategias, ya que Cautivo no cuenta con gran estructura turística o atractivos que sean del agrado de los visitantes, más bien solo incentivar a los visitantes a que consuman lo nuestro en base a actividades,

programas artísticos y de esta forma van conociendo la maravillosa playa de Cautivo con grandes olas ideal para realizar actividades como o practicar el surf.

¿Qué actividades turísticas considera usted que se realizan en playa Cautivo y generan ingresos a la población local?

Se gestionan actividades que busquen generar ingresos para los habitantes de la localidad, pero es muy difícil debido a la situación económica actual que atraviesa el país, pero esperamos y aspiramos que el Ministerio de Turismo tome en consideración las propuestas que se están planteando para el cantón y sobre todo para este balneario.

¿Considera usted que las actividades turísticas que se realizan en playa Cautivo han generado nuevos empleos a la población local?

Son escasas las actividades que generan ingresos del sector turístico, más bien los habitantes de la localidad optan por la actividad pesquera.

¿Cómo considera usted la calidad de las instalaciones y servicios turísticos de playa Cautivo?

Existe la predisposición por parte de los servidores turísticos aunque no es suficiente, es primordial y necesario que las autoridades del Ministerio de Turismo apoyen con talento humano, para las debidas capacitaciones a las personas que se dedican a la actividad y en cuanto a infraestructura turística está acorde para recibir a los turistas siempre y cuando se dé una debida promoción.

¿Considera usted que la playa Cautivo puede ser competitiva con los destinos cercanos?. ¿Por qué?

Con una buena planificación y un plan de manejo turístico, si ayudaría mucho y con el tiempo formaría parte de la competitividad turística en beneficio de los habitantes y de la provincia entera, ya que el turista contaría con otra oferta turística más dentro del cantón

¿Cómo califica la imagen turística de la playa Cautivo?

De manera general es buena no obstante es importante mejorar, sin embargo es necesario la intervención de otros entes públicos como las universidades, prefectura y empresas privadas, además que las propuestas de turismo siempre son buenas debido a su gran importancia a la localidad.

3.1.2 Análisis de los datos de las encuestas a turistas

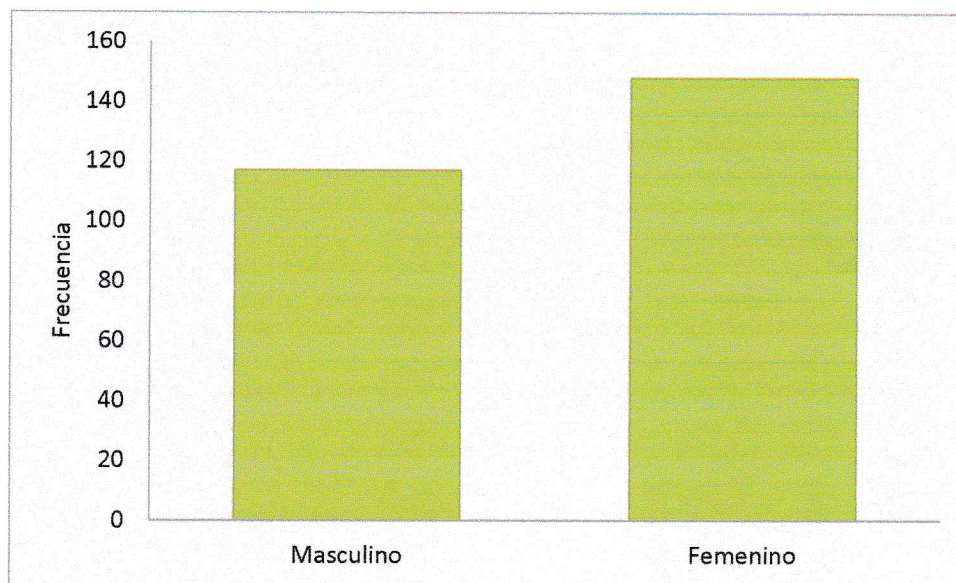
1. Sexo de los encuestados

Tabla # 3 Género

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	117	44,2	44,2	44,2
	Femenino	148	55,8	55,8	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por: Rodríguez Jhonny

Gráfico # 1 Género



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Se puede notar en las encuestas realizadas a las personas que estuvieron en el balneario de Cautivo, que más de la mitad de los turistas con un 55,8 % son de sexo femenino que disfrutan de este balneario, y en una menor medida son del género masculino.

2. Edad de los encuestados.

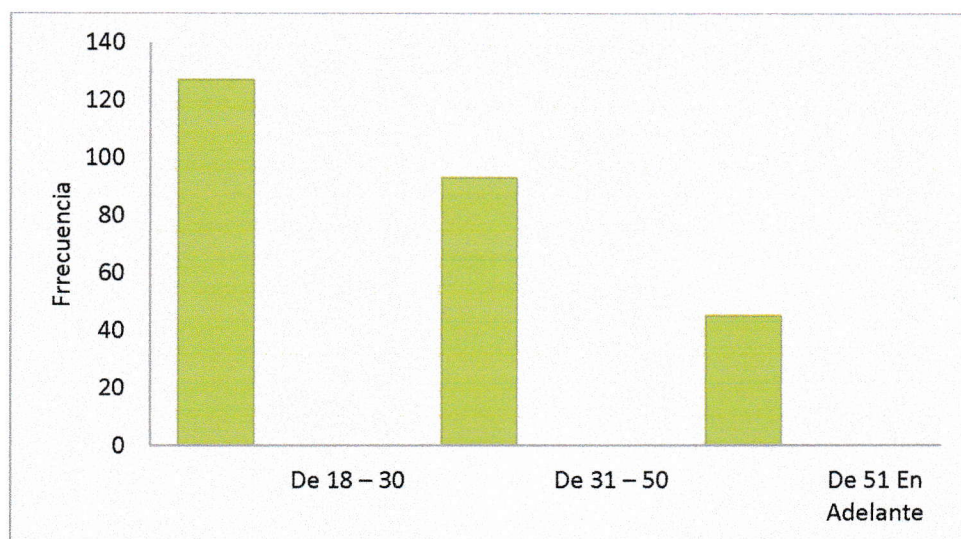
Tabla # 4 Rango de edades.

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 18 – 30	127	47,9	47,9	47,9
	De 31 – 50	93	35,1	35,1	83,0
	De 51 En Adelante	45	17,0	17,0	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Rodríguez Jhonny

Gráfico # 2 Rango de edades



Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Rodríguez Jhonny

En esta pregunta planteada los resultados permiten visualizar que el rango entre 18 a 30 años de edad es significativo, estas cifras obtenidas demuestran que existen un gran porcentaje de personas jóvenes que buscan distracción y disfrute de este lugar, no obstante en menor medida de rango entre 31 a 50 años de edad presencia del lugar.

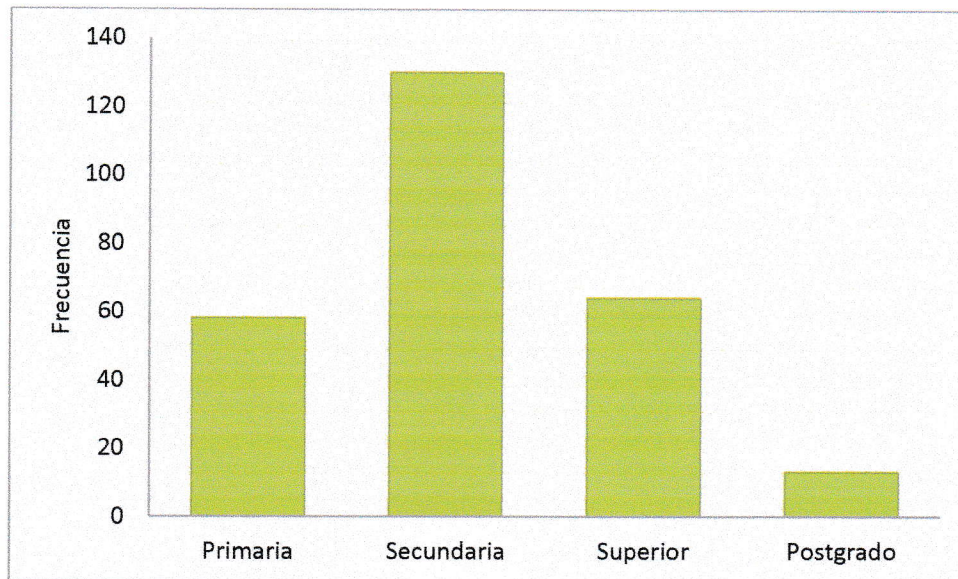
3. Nivel de estudio

Tabla # 5 Nivel de estudio

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	58	21,9	21,9	21,9
	Secundaria	130	49,0	49,0	70,9
	Superior	64	24,1	24,1	95,0
	Postgrado	13	5,0	5,0	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 3 Nivel de estudio



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Tal como se visualiza en la tabla el nivel de estudios de los encuestados significativamente es de instrucción bachillerato, en menor medida tienen estudios universitarios, pero también se observa un porcentaje significativo que tiene un nivel primario y apenas con un porcentaje pequeño tienen un estudio de cuarto nivel.

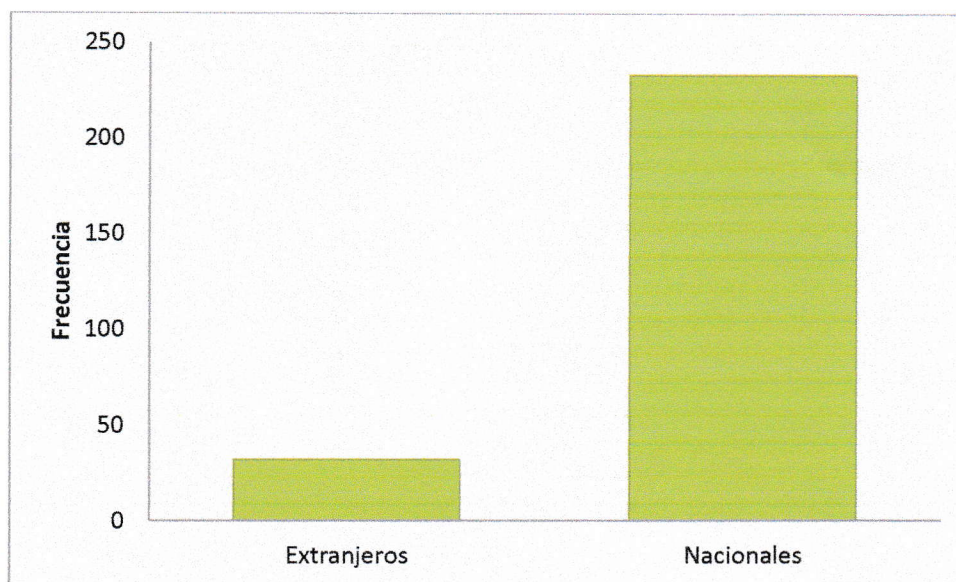
4. Lugar de procedencia

Tabla # 6 Lugar de procedencia

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válido	Frecuencia acumulado
Válidos	Extranjeros	32	12,0	12,0	12,0
	Nacionales	233	88,0	88,0	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 4 Lugar de procedencia



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

El gráfico expuesto, permite observar claramente que la mayoría de turistas que visitan este destino son nacionales con un porcentaje de 88 % que buscan un lugar tranquilo y de relajación, y, en una menor medida son extranjero debido que visitan otras playas aledañas.

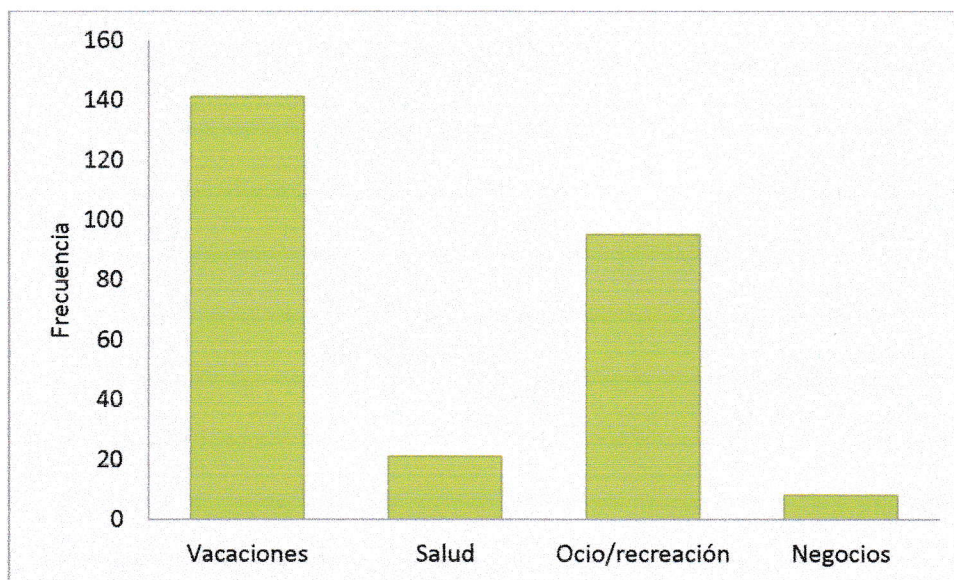
5. ¿Porque motivos viaja a la provincia de Santa Elena?

Tabla # 7 Motivo de visita

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Vacaciones	141	53,2	53,2	53,2
	Salud	21	8,0	8,0	61,2
	Ocio/recreación	95	35,8	35,8	97,0
	Negocios	8	3,0	3,0	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 5 Motivo de visita



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Con respecto al motivo de visita, de acuerdo a los resultados, se rescata que el motivo de visita principal es el de vacaciones, con un porcentaje considerable, recalcando además que en un porcentaje significativo visitan por ocio y recreación. Y en una menor medida buscan este balneario por hacer un turismo de salud y de negocios.

6. ¿Usted viaja?

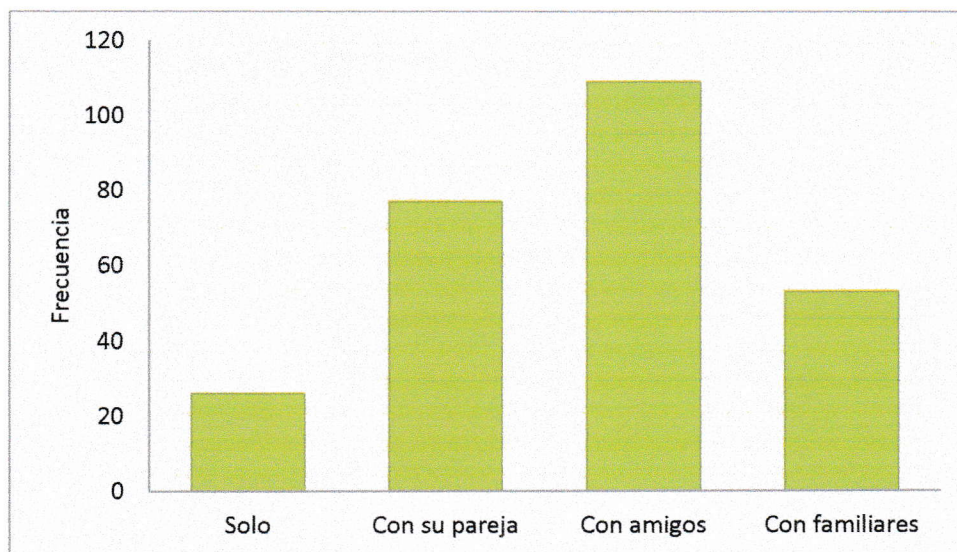
Tabla # 8 Acompañante de viaje

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Solo	26	9,8	9,8	9,8
	Con su pareja	77	29,1	29,1	38,9
	Con amigos	109	41,1	41,1	80,0
	Con familiares	53	20,0	20,0	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Rodríguez Jhonny

Gráfico # 6 Acompañante de Viaje



Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Rodríguez Jhonny

En la siguiente gráfica de los turistas encuestados se tiene que la visita con amigos es el primer índice, con una buena aceptación, en menor medida visitan con su pareja, pero también se observa un porcentaje significativo con familiares y apenas un pequeño porcentaje visitan solo para que su estancia en la localidad sea más agradable en compañía de seres conocidos.

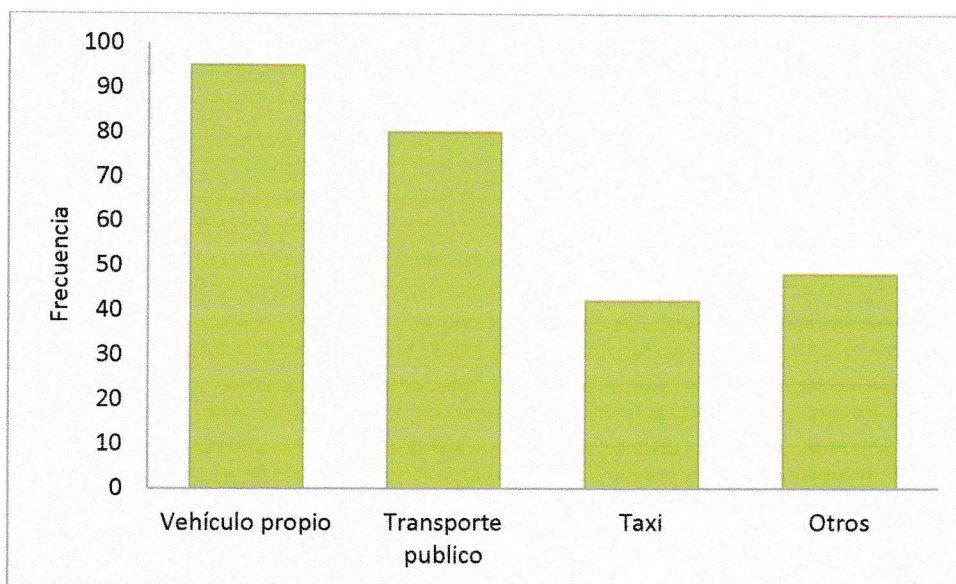
7. ¿Cuál es el tipo de transporte que utilizó para llegar a este destino?

Tabla # 9 Tipo de transporte

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Vehículo propio	95	35,9	35,9	35,9
	Transporte publico	80	30,2	30,2	66,1
	Taxi	42	15,8	15,8	81,9
	Otros	48	18,1	18,1	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodriguez Jhonny

Grafico # 7 Tipo de transporte



Fuente: Encuesta a turistas
Elaborado por: Rodriguez Jhonny

De acuerdo a los resultados de los encuestados, podemos observar que el tipo de transporte utilizado para sus traslados en su mayoría decide viajar en vehículo propio, transporte público, y en una menor medida con un porcentaje medio viajan en taxi y por ultimo con un mínimo porcentaje optan por trasladarse por otro tipo de transporte.

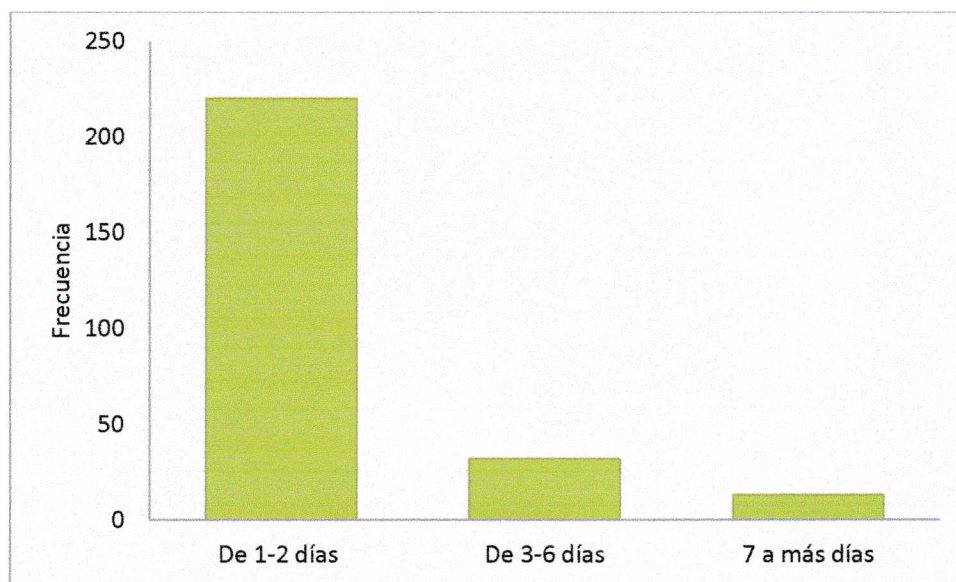
8. ¿Cuál es el tiempo de estancia dentro de la provincia?

Tabla # 10 Estadía

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 1-2 días	220	83,0	83,0	83,0
	De 3-6 días	32	12,1	12,1	95,1
	7 a más días	13	4,9	4,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 8 Estadía



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

En base a los resultados se aprecia que la mayoría de los turistas pernoctan de 1 a 2 días, esto debido a que tienen familia en toda la provincia de Santa Elena, que facilitan el hospedaje y en menor medida de 3 a 6, sobre todo aquellos que tienen familiares deciden quedarse más de dos días.

9. ¿Cómo considera el atractivo turístico playa Cautivo?

Tabla # 11 Postura general del atractivo

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	16	6,0	6,0	6,0
	Muy bueno	53	20,0	20,0	26,0
	Bueno	170	64,2	64,2	90,2
	Malo	26	9,8	9,8	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 9 Postura general del atractivo



Fuente: Encuesta a turistas
Elaborado por: Rodríguez Jhonny

De acuerdo a los resultados existe un alto porcentaje de turistas encuestados que consideran que la playa Cautivo es un atractivo turístico bueno para visitar, y en menor medida consideran que es muy buena que hacen de su playa un atractivo potencial apenas un porcentaje menor dicen que es malo.

10. ¿Cómo califica la conservación de la playa Cautivo?

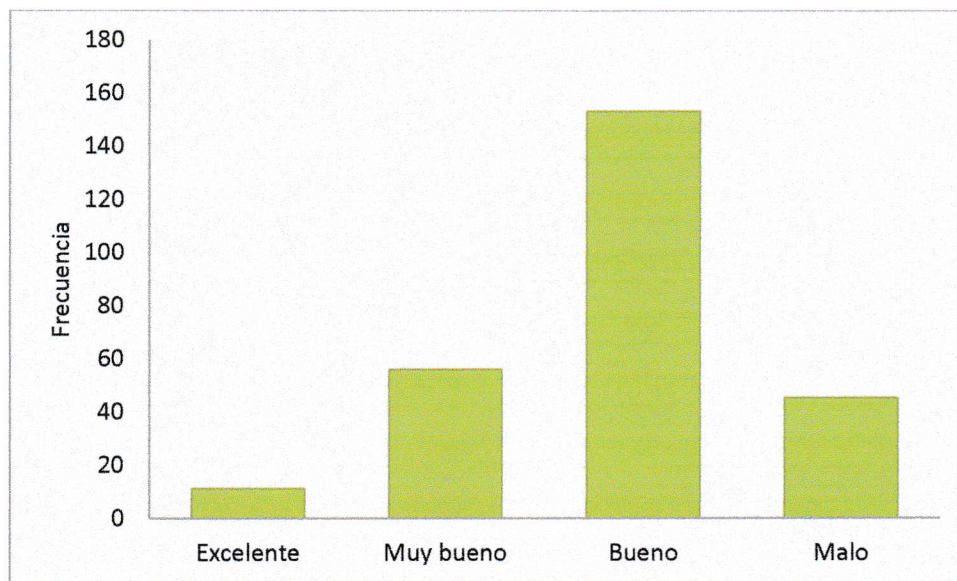
Tabla # 12 Postura/conservación

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	11	4,2	4,2	4,2
	Muy bueno	56	21,1	21,1	25,3
	Bueno	153	57,7	57,7	83,0
	Malo	45	17,0	17,0	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 10 Postura/conservación



Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Rodríguez Jhonny

Se determina en la siguiente gráfica, que más de la mitad de los turistas encuestados opinan que la conservación del lugar es buena, aunque existe un porcentaje significativo con el 21 % optan es muy buena, pero también un porcentaje pequeño se quedaron decepcionado de la conservación del lugar.

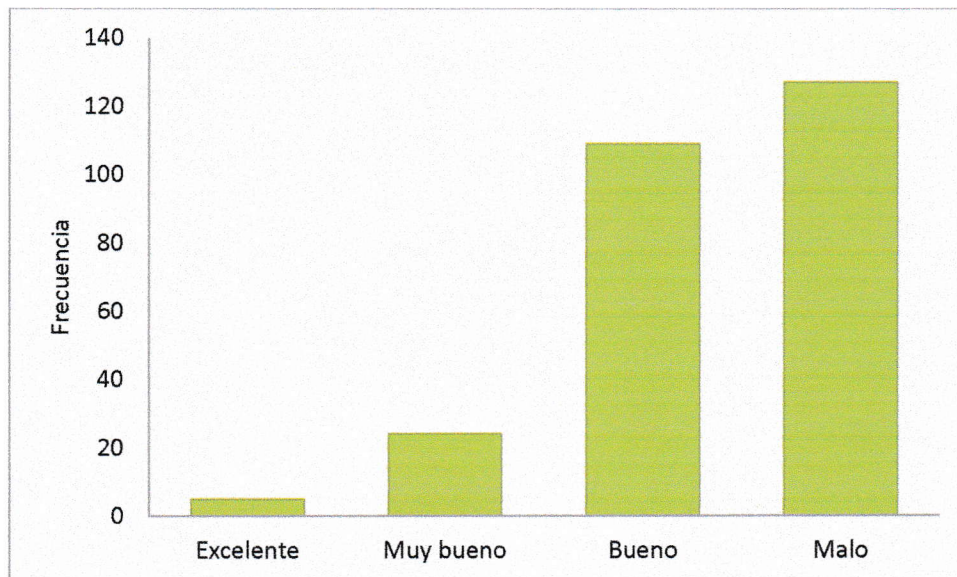
11. ¿Cómo califica el recurso humano del destino?

Tabla # 13 Talento humano

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	5	1,9	1,9	1,9
	Muy bueno	24	9,1	9,1	11,0
	Bueno	109	41,1	41,1	52,1
	Malo	127	47,9	47,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Encuesta a turistas
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 11 Talento Humano



Fuente: Encuesta a turistas
Elaborado por: Rodríguez Jhonny

Se puede observar en la gráfica, que existe un alto porcentaje de encuestados que expresan la calidad del talento humano o su capacidad para atender es mala, y en una medida de porcentaje casi similar indican que es buena, y en una menor medida señalan que es excelente por lo tanto se necesita programas de capacitaciones.

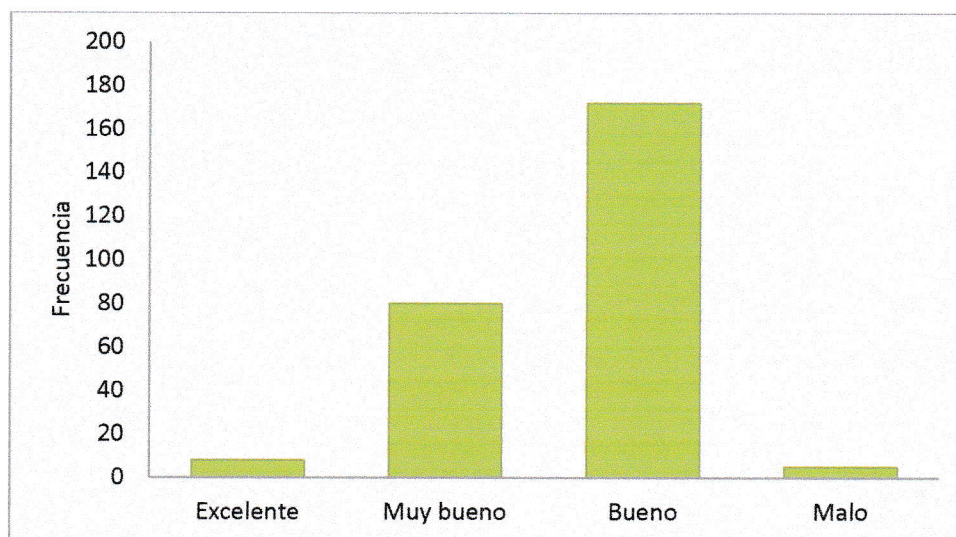
12. ¿Cómo valora la calidad de las instalaciones y servicios turísticos de la playa Cautivo?

Tabla # 14 Ponderación de la calidad

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	8	3,0	3,0	3,0
	Muy bueno	80	30,2	30,2	33,2
	Bueno	172	64,9	64,9	98,1
	Malo	5	1,9	1,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 12 Ponderación de la calidad



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

En base a esta pregunta se llega al análisis de que mayoritariamente los turistas consideran una buena ponderación de calidad de los prestadores de servicios, y en una menor medida calificaron como muy buena, por lo que les hace falta mejorar la calidad siendo notorio que es importante buscar soluciones para la satisfacción del cliente

13. ¿Cómo considera la imagen de la playa Cautivo?

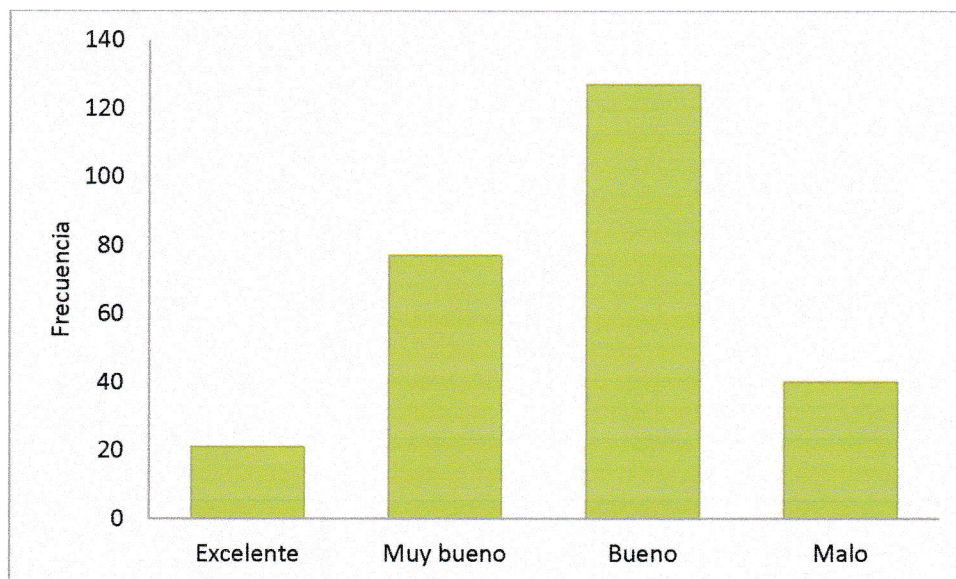
Tabla #15 Ponderación de la imagen

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	21	7,9	7,9	7,9
	Muy bueno	77	29,0	29,0	36,9
	Bueno	127	48,0	48,0	84,9
	Malo	40	15,1	15,1	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Rodríguez Jhonny

Gráfico # 13 Ponderación de la imagen



Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Rodríguez Jhonny

Se puede observar en la gráfica que los turistas consideran en una mayor medida que la imagen de playa Cautivo es buena, en una menor medida la calificaron como muy buena, con un significativo porcentaje apreciaron como mala y apenas pocos turistas consideraron que es excelente.

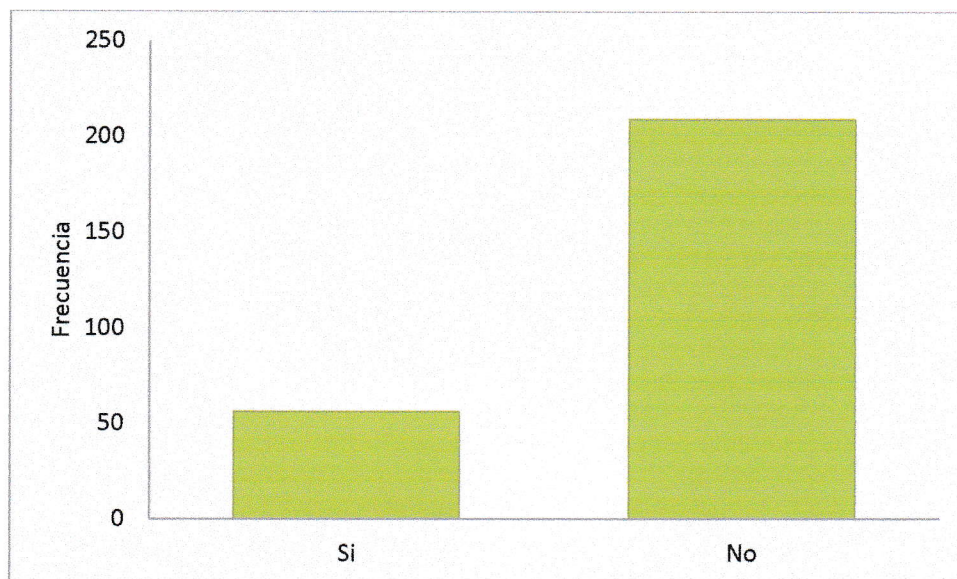
14. ¿Considera que en playa Cautivo se satisfacen sus necesidades como turista?

Tabla # 16 Satisfacción de necesidades

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Frecuencia válido	Frecuencia acumulado
Válidos	Si	56	21,1	21,1	21,1
	No	209	78,9	78,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 14 Satisfacción de necesidades



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Se puede apreciar en esta pregunta que mayoritariamente los turistas no quedaron satisfechos acorde a sus necesidades y un porcentaje menor quedó complacido, es de gran notoriedad la diferencia existente poniendo en consideración que la playa necesita un plan de mejoras y programas de actividades para ofertar.

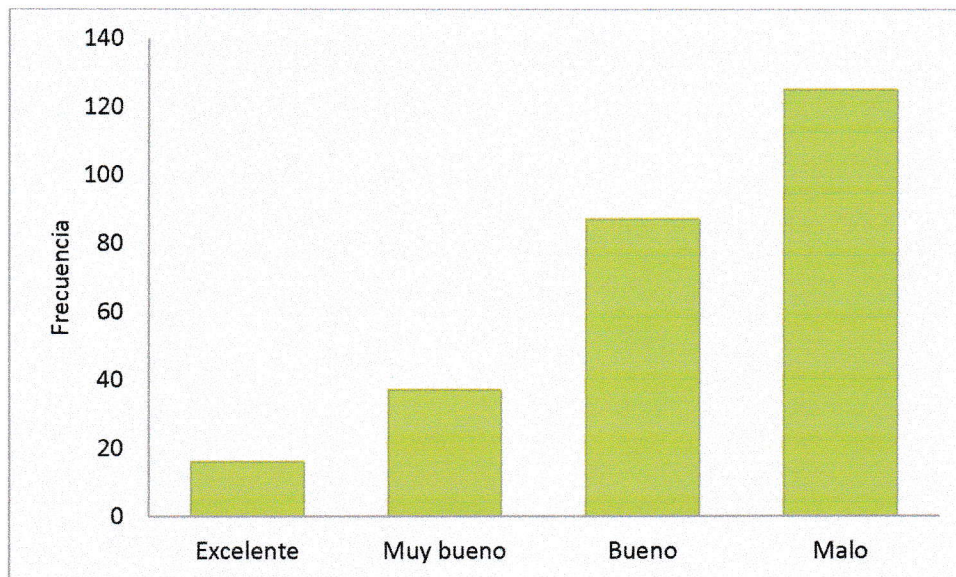
15. ¿Cómo considera la promoción turística del destino?

Tabla # 17 Postura de la promoción

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	16	6,0	6,0	6,0
	Muy bueno	37	14,0	14,0	20,0
	Bueno	87	32,8	32,8	52,8
	Malo	125	47,2	47,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 15 Postura de la promoción



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Del total de turistas encuestados con un significativo porcentaje respondieron que la promoción del lugar es mala, y con una menor medida la clasificaron como buena, ya que no existe una planificación e implementos que ayuden a la playa a ser más competitivo.

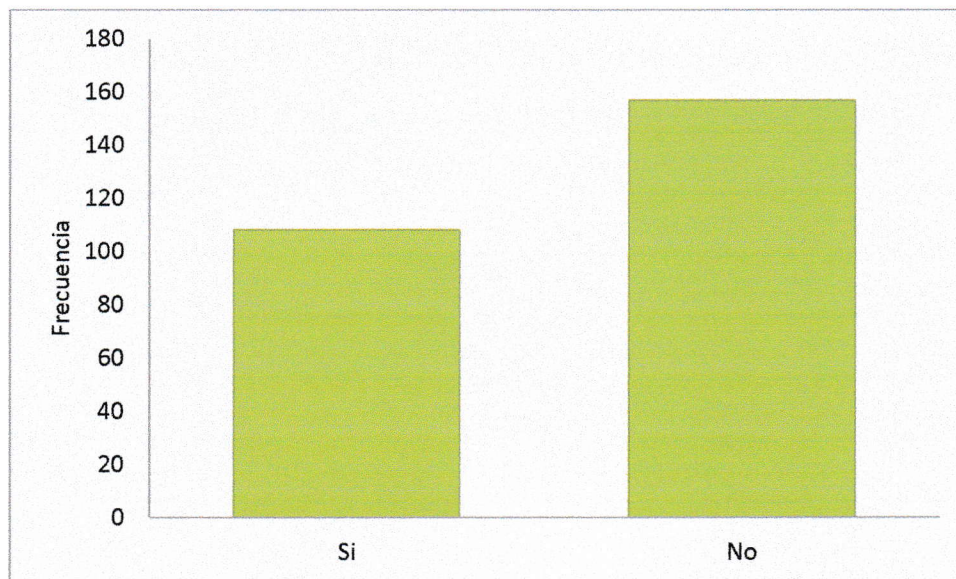
16. ¿Regresaría a este destino en sus próximas vacaciones?

Tabla # 18 Volver a visitarla

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Frecuencia válido	Frecuencia acumulado
Válidos	Si	108	40,8	40,8	40,8
	No	157	59,2	59,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Gráfico # 16 Volver a visitarla



Fuente: Encuesta a turista
Elaborado por Rodríguez Jhonny

Se determina en la siguiente gráfica que mayoritariamente los encuestados deciden en no volver a visitar este destino, y en un menor rango los turistas regresarían en unas próximas vacaciones esperando que este balneario tenga una mejoría en su desarrollo turístico, así mismo, debido a que es la población local que visita esta playa en sus días de descansos.

3.2 Limitaciones

Este proyecto tuvo varias limitaciones a la hora de su ejecución, las mismas que corresponden a ciertos aspectos relacionados con factores comunes de todo proceso investigativo.

En primer aspecto corresponde a la medición del desarrollo turístico, ya que al realizar la búsqueda bibliográfica y revisión de la literatura, solo se encontraron factores de competitividad relacionados a destinos ya desarrollados, por lo tanto al realizar una comparación con el lugar tratado con esta investigación, resultaron muy amplios para su aplicación, por lo que tuvo que ajustarse a la realidad del lugar en estudio.

Otras de las limitantes para la recolección de datos, se puede mencionar que no se cuenta con datos estadísticos o archivos que permitan obtener información histórica sobre la temática propuesta, lo que lleva a realizar encuestas y entrevistas actuales para analizar la importancia que genera la realización de esta investigación para mejorar la actividad turística del sector.

Las limitaciones están relacionadas con el tiempo que necesita la temática tratada, ya que el contexto y la importancia del turismo de sol y playa así lo ameritan, además esta limitación tiene que ver con las poblaciones estudiadas, que por lo general son el común denominador, por ende, poder encontrar información válida o concreta, se extiende y a su vez se dificulta para el desarrollo de esta investigación.

3.3 Resultados

Se destaca en los resultados mediante la investigación de campo varios aspectos que tomaron una gran importancia y que estos a su vez se relacionan a las informaciones obtenidas en base a las encuestas realizadas a los turistas, así mismo se determinaron, los factores de competitividad positivos y negativos que inciden en el desarrollo turístico de playa Cautivo que surgen en el citado sector.

De manera general se ha obtenido como resultado los principales factores de competitividad positiva que se encuentran en dicho lugar en donde la atraktividad de su inmensa playa es buena con un (64%) de los encuestados sostienen que Cautivo puede ser aprovechada para la realización de diferentes deportes acuáticos. Así mismo, con sus correspondientes vías de acceso que es otro aspecto fundamental para el desarrollo turístico, se encuentran en un estado favorable para el paso de los turistas.

Otro de los aspectos que se destacan y que respaldan los factores identificados, son la conectividad, el clima, la tranquilidad y cercanía del sitio, como lo manifestaron las autoridades entrevistadas. De acuerdo a los resultados obtenidos; sobre los factores de competitividad negativa existente, tenemos con relación al talento humano con un (48%) de encuestados que en su mayoría están desacuerdo con su servicio, los mismos que no cuentan con una capacitación en el rubro tratado.

Playa cautivo tiene atractivos potenciales que pueden ser aprovechados para el turismo y para otras actividades, sin embargo, la gestión turística no es la

adecuada y es débil, restando importancia al turismo. Es necesaria la intervención de la municipalidad y la población beneficiaria para superar las debilidades del territorio y aprovechar las oportunidades de mercado turístico. De la misma forma, otro factor negativo que destaca la demanda es el cumplimiento de las necesidades, que esta tiene al visitar playa Cautivo (79%) ya que no se cuenta con una oferta amplia de servicios para satisfacer sus necesidades

La calidad de las instalaciones y la carencia de servidores turísticos, es la que más se destaca como un factor negativo, se deben buscar nuevas estrategias y una inversión necesaria para el fortalecimiento de las mismas, ofreciendo un lugar acorde a las expectativas del visitante. Sólo así, comenzará a tener importancia y aceptación por las agencias de viajes y visitantes.

La información es importante para que un lugar comience a tener reconocimiento de imagen por parte del visitante, lamentablemente playa Cautivo carece de información, por lo cual no es reconocido por las personas nacionales y extranjeras, la demanda que maneja es local. Además se menciona por parte de los entrevistados, la inexistencia de estrategias de competitividad, debido a la deficiencia de recursos monetarios.

Conclusiones

✓ Se concluye en este proceso de investigación que los factores de competitividad de desarrollo turístico está en función de los atractivos turísticos, representando las oportunidades para descubrir, y que motivan el desplazamiento de las personas a este balneario, en relación a los servicios, equipamiento e infraestructura son las facilidades que permiten al visitante el hacer o ver, sin embargo, es calificado como regular, puesto que la ausencia de lugares de recreación y esparcimiento limita las oportunidades de oferta, oportunidades para divertirse.

✓ Se determinó la situación actual de la playa cautivo, a través del análisis foda considerando la fortaleza de contar con un paisaje privilegiado debido a la extensión de su territorio que permite caminar y admirar las bondades naturales con las que cuenta este balneario. Además, se pueden realizar actividades de playa como fútbol, voleibol, y caminatas. Las condiciones de mar y viento, son perfectas para la realización de deportes náuticos, especialmente surf, lo cual atrae a turistas que practican este deporte. Además, cuenta con carreteras en buen estado que facilitan la llegada a este balneario.

Así mismo, existen debilidades con problemas internos que son notables al momento de visitar el balneario. Existe presencia de residuos de basura en gran parte de la playa, esto se debe a la falta de cuidado por parte de los turistas que visitan este lugar. Además, en los alrededores de la playa se pueden observar

construcciones abandonadas, algunas de ellas fueron empresas que debido a distintos factores dejaron de funcionar, en los alrededores de este balneario no existen establecimientos que puedan recibir a los turistas. La escasez de planta turística es notoria en el sector. Este balneario cuenta con atributos para ser reconocida por los turistas, sin embargo, no se ha trabajado para promocionarlos.

Como oportunidad se llega a la conclusión que la existencia de playas saturadas en la Provincia de Santa Elena hace que los turistas busquen nuevas ofertas, sitios que aún no son tan reconocidos turísticamente en donde puedan disfrutar de sus atractivos y bellezas naturales. Hoy en día, el Estado se encuentra enfocado en proponer estrategias y políticas que impulsen el turismo en el Ecuador. Descubrir sitios no explotados turísticamente, representan una buena oportunidad para poder brindar a los turistas nuevas atracciones en el País. Al ser playa Cautivo el único sector del cantón La Libertad en donde no se ha realizado ningún proyecto de mejora o de turismo.

Las amenazas que se considera en playa Cautivo, provienen de la falta de interés por parte de las autoridades municipales. Anteriormente se realizaban eventos culturales, deportivos y musicales en el sector de playa Cautivo, sin embargo, posterior a la construcción del malecón de La Libertad, hoy en día esta playa solo es utilizada por los bañistas que la conocen. En toda la costa Ecuatoriana hay presencia de riesgo cuando la marea está alta. En playa Cautivo se han colocado letreros los cuales informan el supuesto peligro existente en esta zona específica.

Las playas cercanas a Playa Cautivo se encuentran, en su mayoría, desarrolladas turísticamente, por ende, este balneario necesita de apoyo y promoción para atraer la atención de los turistas nacionales e internacionales debido a que para lograr que los turistas prefieran visitar el balneario de Cautivo, este debe tener una oferta turística innovadora. De no ser así, los turistas seguirán acudiendo a las playas ya conocidas y desarrolladas.

- ✓ Actualmente en la industria turística no solo se compite por precios, sino también, por el servicio y la satisfacción de los turistas, de ahí radica la importancia de la aplicación de estrategias y el enfoque de los procesos sobre los factores internos y externos que inciden en el nivel de satisfacción de los clientes que llegan a un destino, teniendo en cuenta que para muchos turistas encuestados, les ha representado una experiencia negativa su visita, esto es resultado en gran porcentaje a la sinergia de los elementos de carácter intrínseco en el entorno interior del balneario, que a su vez a la mayoría desmotiva a regresar a este lugar

Recomendaciones

Realizar estudios posteriores para determinar nuevos factores que potencialicen el turismo de sol y playa que tiene el sector Cautivo a efectos de lograr el desarrollo turístico en donde se darán a cabo varios aspectos que se potencializarán desde el punto de vista de atractividad, conectividad y seguridad, que bien podrían ser aprovechadas para la generación de nueva oferta turística. Se recomienda realizar propuestas para mejorar la infraestructura y las facilidades turísticas, ya que este sector carece de ellas, estableciéndose como muy importantes para poder crear otras actividades turísticas que fomenten su desarrollo.

Desarrollar programas de capacitación para el recurso humano que labora directa e indirectamente en los establecimientos turísticos y playa en general, con el objeto de mejorar la satisfacción del turista que visita este destino. Se recomienda a las autoridades cantonales y provinciales establecer un plan de acción en beneficio del turismo de playa Cautivo, con el propósito de desarrollar nuevas acciones de gestión turística, que contribuyan al beneficio de la población local.

Para fortalecer la relación de los factores determinados con la satisfacción de sus clientes no es necesario realizar grandes inversiones que demanden de elevados presupuestos, lo importantes es conocer las expectativas de los viajeros y crear un punto de equilibrio entre lo que un visitante necesita y lo que se está en capacidad de ofrecer, lo necesario es tener la creatividad y predisposición para aplicarla crear y aplicar estrategias que satisfagan a los turistas.

Bibliografía APA 6

- Alonso (2013) Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de los destinos turísticos, págs. 201-220
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Julio, 28, 2008, de Asamblea Nacional.
- Bages, M. F. (2013). Primer encuentro técnico nacional de producción y transformación. Colombia: Copyright.
- Bernal, C. A. (2012). Metodología de la investigación. Colombia: Pearson Educación.
- Bordas, Eulogio (2012). Competitividad en los negocios turísticos, ponencia.
- Castro, J. E. (2017). Las facilidades turísticas del sector hotelero, y su contribución al turismo inclusivo del cantón Ambato provincia de Tungurahua
- Carballo Fuentes, R., Moreno Gil, S., León González, C., & Ritchie, J. R. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación.
- Chudnovsky, D. y Porta, F. "La Competitividad Internacional. Principales Cuestiones Conceptuales y Metodológicas". CENIT. Documento de Trabajo N° 3. 2012.
- Congreso Nacional. (2002). Ley de Turismo. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Cooper, R.G. y Kleinschmidt, E.J. (2012) "Negocio ganador en el desarrollo de productos: los factores críticos de éxito, Julio-Agosto
- Durán. (2013). Las facilidades turísticas y su incidencia en la actividad ecoturística de las cavernas de Río Anzu Parroquia Mera Cantón Mera Provincia de Pastaza. Obtenido de UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO.
- Fernández, C (2011). Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. Estudios y perspectivas en turismo, 19(2), 201-220.

- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2013). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. Cuadernos de Turismo, (23), 111-128.
- Hassan. (2012). Estudios y perspectivas en turismo. Cuba
- Ishikawa Kaoru (2011) ¿Que es el control total de la calidad?, Editorial Norma, Lima, Perú.
- Lynch, R. (2011) "Estrategia corporativa", Prentice Hall, Londres
- López, A.. (2015). Experiencias turísticas. Mayo 15, 2017, de DINAMIZA
- Mallou, J. V., Santaolària, R. P., López, C. V., & Boubeta, A. R. (2012). Una nueva escala para la evaluación de la calidad de los servicios de hostelería. Psicothema, 18(1), 135-142.
- Marinus, C (2014). necesidades, motivos y motivaciones en el turismo. mayo 15, 2017, de turismo en teoría
- Marreno y Santana. (2012). Cuadernos de turismo. Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa. Islas Canarias.
- Ministerio de turismo. (2015). proyecto ecuador potencia turística. Junio 16, 2016, de mintur sitio web: [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/documento-proyecto-ecuador-potenciatur%
c3%adstica.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/documento-proyecto-ecuador-potenciatur%c3%adstica.pdf)
- Monge, J. G., & Yagüe Perales, R. M. (2016). El desarrollo turístico sostenible: Tren Crucero del Ecuador. Estudios y perspectivas en turismo, 25(1), 57-72.
- Otto Ritchie (2014). Naturaleza y ciudad. Planificación urbana y procesos ecológicos. Barcelona, Gustavo Gili
- Parra Fabara, M. E. (2012). Las facilidades turísticas y su incidencia en la afluencia de visitantes al corredor eco-turístico Quilotoa Chugchilán provincia de Cotopaxi (Bachelor's thesis).
- Pearce, J. Robinson, Richard. (2015). Strategic Management: Formulation, Implementation and Control. McGraw-Hill. 14. edición.
- Porter Michael. (2015). Planificación estratégica sitio web <https://www.webyempresas.com/la-competitividad-segun-michael-porter/>

- Reeves y Bednar, 2014. Definición de calidad: alternativas e implicaciones. *Academy of Management Review* 19(3), 419-445.
- Revuelta, J.. (2016). La calidad en el servicio turístico. Febrero 10, 2017, de VALDERREDIBLE
- Reynolds, M. (2016). Responsabilidad Social como Ventaja competitiva. Y EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL, 95.
- Rockart, J.F. (1979) "Los ejecutivos principales definen sus propias necesidades de datos", *Harvard Business Review* 57:81-92
- Rodríguez, R. M., & Fernández, J. I. P. (2014). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (23), 173-194.
- Schermerhorn, J. & Bachrach, D. (2015). *Management: Learn Succeed*. Wiley. 13 edición.
- Senplades. (2013). Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Julio 29, 2016, de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Sitio web: <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Thompson y Strickland. (2012). Estudios y perspectiva en turismo. Factores críticos de éxito y evaluación de competitividad de destinos turísticos.
- Varisco, C. (2015). Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Mar del Plata).
- Zamorano, F. M. (2011). *Turismo alternativo. Servicios turísticos diferenciados*. México, Trillas.

ANEXOS

Formatos de instrumentos de recolección de datos

Anexo 1: Entrevista a Autoridades



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

Objetivo: Definir el grado de conocimiento que poseen autoridades y servidores turísticos con respecto a los factores de competitividad que inciden en el desarrollo turístico

Nombre:

Institución:

1. **¿Qué aspectos positivos destaca en playa Cautivo para lograr un desarrollo turístico?**

2. **¿Qué estrategias se utilizan para aumentar la competitividad de playa Cautivo?**

3. ¿Considera usted, que actividades turísticas que se realizan en playa Cautivo generan ingresos a la población local?

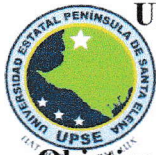
4. ¿Considera usted que las actividades turísticas que se realizan en playa Cautivo han generado nuevos empleos a la población local?

5. ¿Cómo considera usted la calidad de las instalaciones y servicios turísticos de playa Cautivo?

6. ¿Considera usted que la playa Cautivo puede ser competitivo con los destinos cercanos ¿por qué?

7. ¿Cómo calificaría la imagen turística de la playa Cautivo?

Muchas gracias por su colaboración



Anexo 2: Encuesta a turistas
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA-ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

Objetivo: Identificar factores de competitividad con respecto al turista que visita playa el Cautivo.

1. Género

Masculino _____ Femenino _____

2. Edad

De 18-30 _____ De 31-50 _____ De 51 en adelante _____

3. Nivel de estudio

Primario _____ Secundario _____ Universitario _____ Postgrado _____

4. Lugar de procedencia

Nacional _____ extranjero _____

5. ¿Por qué motivos viaja a la provincia de Santa Elena?

Vacaciones _____ Salud _____ Ocio / Recreación _____ Negocios _____ Otros _____

6. ¿Usted viaja?

Solo _____ Con su pareja _____ Con amigos _____ Con familiares _____

7. ¿Cuál es el tipo de transporte que utilizó para llegar a este destino?

Vehículo propio _____ transporte publico _____ taxi _____ otro _____

8. ¿Cuál es el tiempo de estancia dentro de la provincia?

1-2 Días _____ 3-6 Días _____ 7 a más días _____

Transporte publico _____ Taxi _____ Propio _____

9. ¿Cómo considera el atractivo turístico playa el Cautivo?

Excelente _____
Muy bueno _____
Bueno _____
Malo _____

Anexo 3 Análisis FODA

Tabla # 19 Análisis foda

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Extensión territorial de su playa que facilita la actividad turística. ✚ Variedad de recursos naturales. ✚ Buen clima. ✚ Ventajosa posición geográfica. ✚ Atractivo natural de excepcional belleza que tiene el lugar. ✚ Vías de acceso en perfecto estado. ✚ Alternativa turística no masificada y poco saturada. ✚ Condiciones de viento propicio para Deportes acuáticos. ✚ La interconexión de red para la comunicación por claro y movistar que permite hacer uso de sus servicio en cualquier momento. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Escasa existencia de producto turístico desarrollado. ✚ Falta de mentalidad turística por parte de los agentes locales, sobre todo del sector productivo. ✚ Débil capacidad de gestión turística del gobierno regional y local. ✚ Baja capacidad de los gobiernos regionales y locales para planificar y ejecutar inversión. ✚ Débil imagen en el mercado. ✚ Poca investigación de los turistas que visitan estas playas. ✚ Ausencia de programas de capacitaciones y mejoramiento de habilidades y desarrollo personal. ✚ En el sector de producto de calidad, no cuenta con infraestructura adecuada para la recepción de turistas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo ✚ Mayor interés por promover la conservación natural a través del turismo. ✚ Única playa del cantón que no ha sido desarrollada. ✚ La capacidad de sobrecarga turística que han tenido las playas aledañas. ✚ El apoyo del ministerio de turismo para desarrollar proyectos de capacitación de corto plazo para los vinculados en el turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Riesgo de producirse fenómenos naturales a nivel continental como tsunamis ✚ Crecimiento y desarrollo de otros destinos turísticos a nivel nacional. ✚ La inseguridad por la falta de control de personal de vigilancia. ✚ Mala conservación ambiental ✚ Falta de conciencia sobre la peligrosidad del mar. ✚ Baja demanda de turistas en la época no playera. ✚ Preferencia de los turistas de visitar otras playas cercanas.

Elaborado por: Rodríguez, J. (2017)

Tabla # 20 Matriz del análisis foda

<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación Geográfica. 3. Diferentes Atractivos Naturales y Culturales. 4. Vías de acceso interno y externo. 5. Extensión territorial de su playa que facilita la actividad turística. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de promoción y difusión de sus atractivos turísticos. 2. Falta de capacitación personal en brindar servicios turísticos. 3. Deficiente gestión para su desarrollo. 4. Deficiente apoyo de las autoridades provinciales.
<p>FACTORES EXTERNOS</p> <p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación de nuevos proyectos en este destino. 2. La afluencia turística internacional que tienen otros sectores y su sobrecarga. 3. Posicionamiento turístico de los balnearios aledaños como Salinas y La Libertad. 4. Personal con perfil profesional para buscar proyectos para la mejoría del sector. 5. Redes sociales y el fácil acceso al internet para crear las paginas o sitio web. 	<p>ESTRATEGIAS F.O</p> <p>Potenciar los atractivos turísticos de este destino, mejorando la calidad de su oferta para el deleite de la afluencia del turismo en toda la ruta del Spondylus.</p> <p>Mediante los profesionales del sector, crear proyectos que busquen el desarrollo de la comunidad en base a la Promoción y Difusión de los atractivos para incrementar la afluencia turística.</p>	<p>ESTRATEGIAS D.O</p> <p>Con un personal profesional se capacitará a las personas dedicadas a la actividad turística.</p> <p>Mediante de la afluencia turística internacional se debe realizar un plan para promocionar la playa Cautivo, utilizando las vías de internet que es una manera más rápida.</p>
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La mala promoción que se hace a estas zonas en tiempos de aguaje o carnaval. 2. Desprestigio de comunas por obras inconclusas de gobiernos y mal uso de los espacios turísticos. 3. La competencia de nuevos destinos turísticos en la ruta del Spondylus. 4. Incremento de la inseguridad y violencia en toda la ruta del Spondylus. 5. Daño ambiental que causan emanando olores putrefactos. 6. La inseguridad en la falta de control de la zona. 	<p>ESTRATEGIAS F.A</p> <p>A través de la ubicación geográfica del balneario, realizar un plan de Promoción y difusión turística que brinden un servicio de Calidad para disminuir la mala información que dan los principales turistas que visitan este lugar.</p> <p>Gestionar en la implementación de un plan de vigilancia para la seguridad del turismo y así revalorizar el balneario, y, permiten la confiabilidad de quienes llegan a este sector.</p>	<p>ESTRATEGIAS D.A</p> <p>Concientizar a la comunidad mediante capacitaciones para una mejor gestión del destino en el aspecto turístico, así dar la seguridad a los visitantes para competir con otros destinos.</p> <p>Solución a problemas por daños ambientales buscando la unión de sus comuneros de este sector para realizar un plan de acción que ayuden a mejorar la imagen de la comuna.</p>

Elaborado por: Rodríguez, J. (2017)

Aspectos legales

Anexos 4: Artículo Constitución del Ecuador

Art. 296.- Ordenamiento territorial.- El ordenamiento territorial comprende un conjunto de políticas democráticas y participativas de los gobiernos autónomos descentralizados que permiten su apropiado desarrollo territorial, así como una concepción de la planificación con autonomía para la gestión territorial, que parte de lo local a lo regional en la interacción de planes que posibiliten la construcción de un proyecto nacional, basado en el reconocimiento y la valoración de la diversidad cultural y la proyección espacial de las políticas sociales, económicas y ambientales, proponiendo un nivel adecuado de bienestar a la población en donde prime la preservación del ambiente para las futuras generaciones. La formulación e implementación de los correspondientes planes deberá propender al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y fundamentarse en los principios de la función social y ambiental de la tierra, la prevalencia del interés general sobre el particular y la distribución equitativa de las cargas y los beneficios. La planificación del ordenamiento territorial regional, provincial y parroquial se inscribirá y deberá estar articulada a la planificación del ordenamiento territorial cantonal y distrital.

Anexos 5: Artículo Ley de Turismo

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe

potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

Anexos 6: Objetivos del Plan del Buen Vivir

Objetivo 10, 10.3. Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.

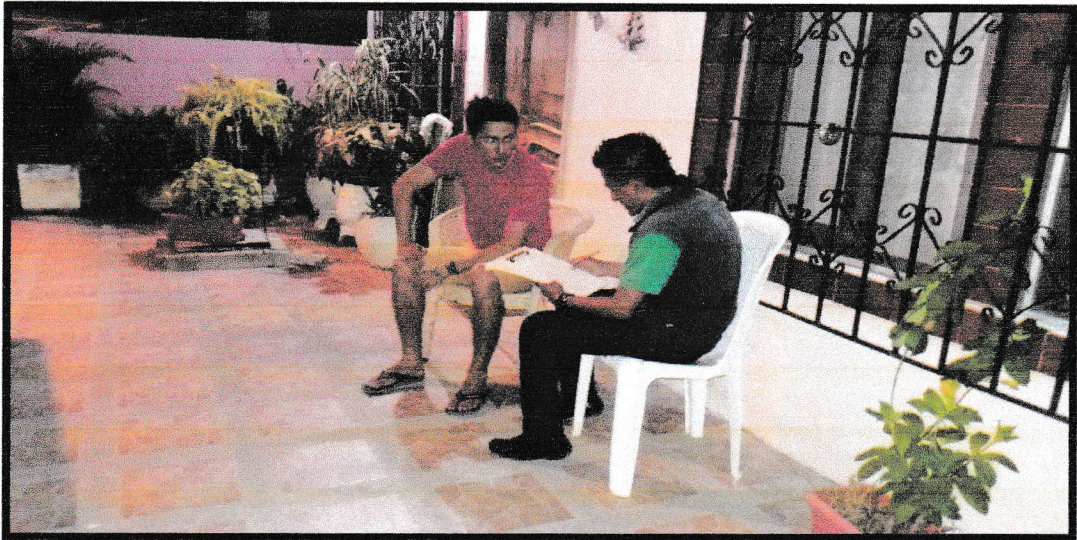
Literal g) Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

Literal h) Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

Anexo 7

Fotos

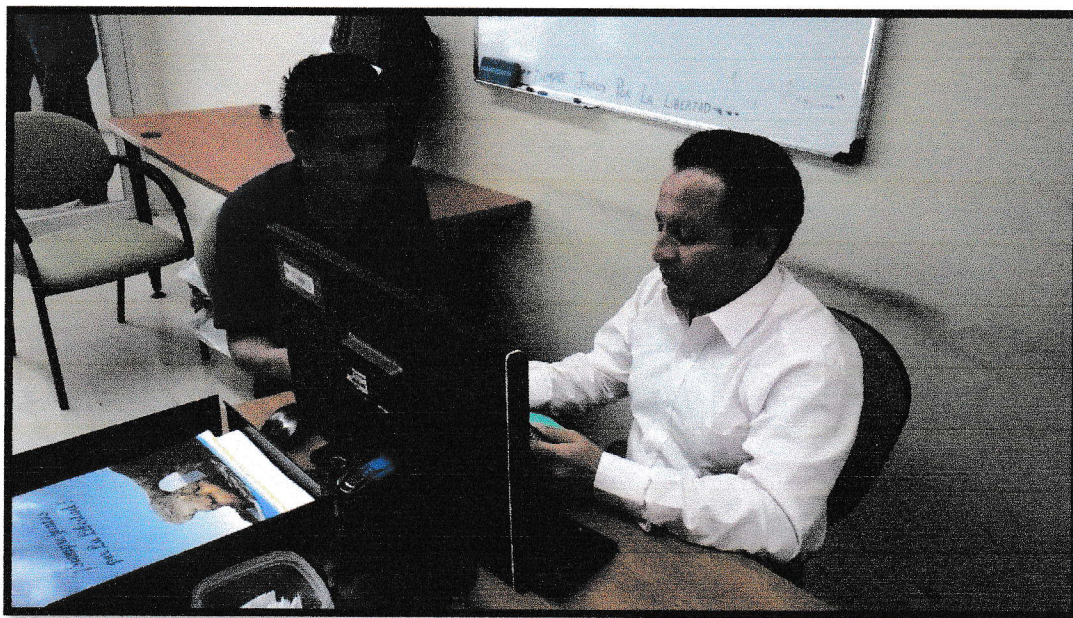
Entrevista con el Sr. Bruno Dede, presidente barrial del sector Cautivo



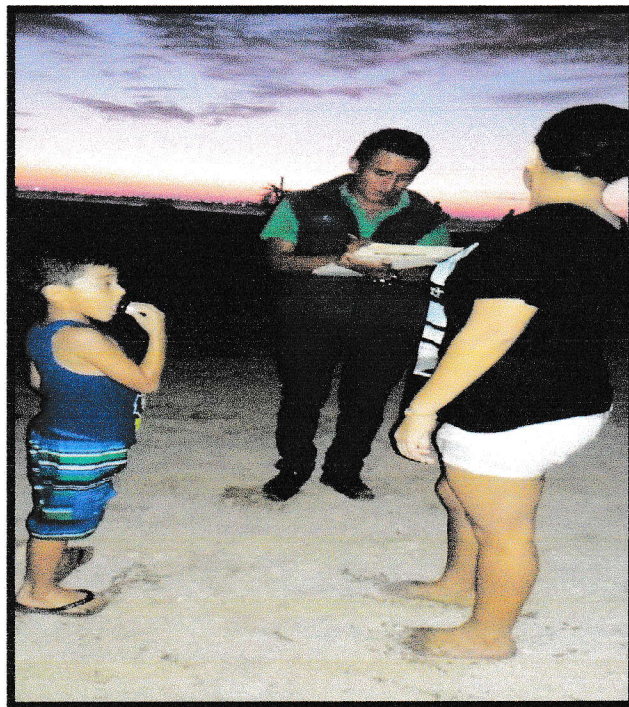
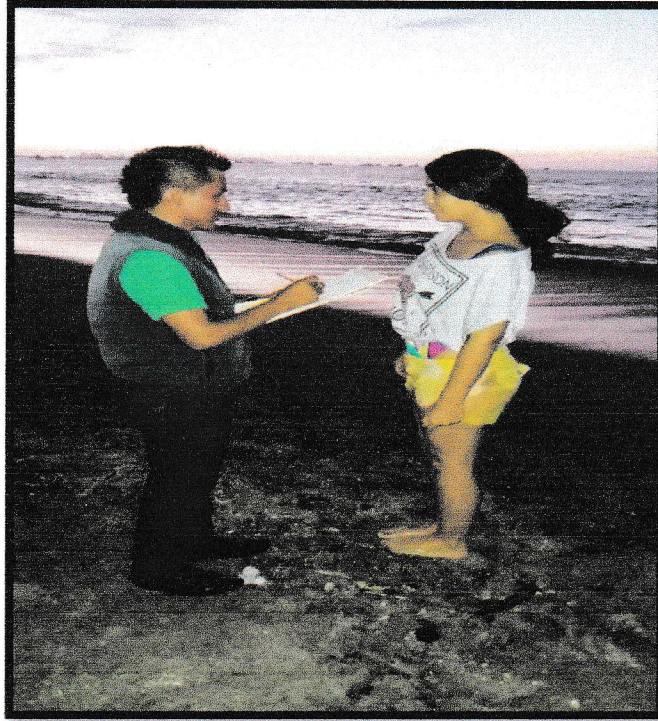
Entrevista a la Ing. Paulina León Castro, Directora Provincial de turismo



Entrevista con el Ing. Víctor López. Director de Comunicación, Prensa y Turismo del GADM de La Libertad



Encuestas a turistas





Gobierno
Autónomo
Descentralizado
Municipal del Cantón
LA LIBERTAD



*¡ Siempre juntos
por La Libertad !*

La Libertad, 02 de Abril del 2018
Oficio No 196 GADMCLL – JT – 18
MSc NARCISA BRUSELA VASQUEZ FARFAN
EN SU DESPACHO

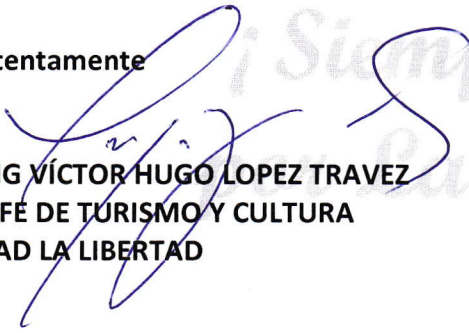
DE MIS CONSIDERACIONES:

Presente
Asunto.- Carta de aval

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad, a través del **departamento de Comunicación, Prensa y Turismo** me permito abalizar el trabajo de investigación previo a la sustentación del **JHONNY MAURICIO RODRIGUEZ FRANCO** con cedula de identidad No 240000779 – 1 , quien realizara una propuesta de trabajo de carácter académico como joven investigador titulado: “ **FACTORES DE COMPETITIVIDAD QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO TURISTICO DE LA PLAYA CAUTIVO, CANTON LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2017** ” expongo que luego de la revisión del documento escrito, presentamos nuestro aval para la publicación de investigación en el portal de la página web de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Por la distinguida atención que se digne dar a la presente, sin otro particular, me despido reiterando mi consideración y estima.

Atentamente


ING VÍCTOR HUGO LOPEZ TRAVEZ
JEFE DE TURISMO Y CULTURA
GAD LA LIBERTAD

