



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

DISEÑO DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO
SOSTENIBLE PARA LA COMUNA VALDIVIA,
PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN
SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA,
AÑO 2014

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: ROGELIO WALDEMAR BORBOR RODRÍGUEZ

TUTOR: ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

DISEÑO DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO
SOSTENIBLE PARA LA COMUNA VALDIVIA,
PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN
SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA,
AÑO 2014

TRABAJO DE TITULACIÓN
Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: ROGELIO WALDEMAR BORBOR RODRÍGUEZ

TUTOR: ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 20 de Agosto del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación “Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Comuna Valdivia, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, Año 2014” elaborado por el Sr. ROGELIO WALDEMAR BORBOR RODRÍGUEZ, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, le Apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Jhony Yumisaca Tuquina, MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis queridos padres, Pedro Borbor y Marianita Rodríguez que orgullosamente me motivaron y brindaron su apoyo incondicional día a día para continuar estudiando y cumplir con mis objetivos. A mi esposa Magaly mis hijos Ángel, Steven y Arielita, que a pesar de las dificultades me incentivaron para lograr el éxito.

Rogelio W. Borbor Rodríguez

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradecer a Dios por ser quien nos da la fortaleza, sabiduría y conocimiento en el vivir diario.

Expresar mis más sinceros agradecimientos a todos los directivos de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Escuela Hotelería y Turismo, quienes nos brindaron su valioso tiempo en orientación y facilitación de documentos. Al personal docente, amigos y familiares que nos apoyaron para terminar con este trabajo.

Rogelio W. Borbor Rodríguez

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESORA DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**DISEÑO DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE
PARA LA COMUNA VALDIVIA, PARROQUIA MANGLARALTO,
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.**

Autor: Rogelio W. Borbor Rodríguez
Tutor: Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.

RESUMEN

El trabajo de investigación planteado para la comuna Valdivia, se basa en formular un modelo de Plan de desarrollo Turístico Sostenible, que consiste en enfatizar el desarrollo de la actividad turística mostrando los diferentes atractivos, para aumentar su afluencia y que estratégicamente, se quede mayor tiempo en esta comunidad. El plan no solo especifica ejecutar programas o proyectos, sino en plantear la importancia de la sostenibilidad de su cultura, como eje transversal para la conservación de los medios a desarrollarse y que esto influya en el procedimiento de toda la investigación. En su estructura se dan a conocer los medios para el aprovechamiento máximo de sus recursos, que propone satisfacer la demanda del turismo y en protegerlos. La sostenibilidad se presenta como un apoyo de los recursos naturales y culturales del sector, que busca de una forma mantenerlos pericibles para el futuro. En el capítulo uno menciona la base teórica de la consistencia del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible, que especifica los procesos de la planificación y la competitividad regido por el marco legal. En el capítulo dos, se detalla una serie de herramientas, técnicas y métodos que han sido aplicados para una correcta interpretación de la información del sector. En el capítulo tres, se muestran los resultados del trabajo de campo que se hizo en la comunidad, obteniendo la veracidad de una información eficaz, donde se identificó la necesidad de aplicar un plan de desarrollo turístico. El capítulo cuarto presenta el desarrollo de la planificación turística que introduce una directriz, describiendo sus atractivos turísticos, estudio de la demanda actual, las estrategias consolidadas por sus involucrados, la ejecución de los programas para conseguir el objetivo principal que beneficie a los comuneros en el aspecto socioeconómico y en poder potenciar el destino en el mercado turístico a nivel nacional e internacional.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO	5
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	5
EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	6
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	6
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
HIPÓTESIS	7
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	8
CAPÍTULO I	10
1 MARCO TEÓRICO	10
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	10
1.1.1 El Turismo	10
1.1.2 Desarrollo Sostenible	11
1.1.3 Desarrollo Turístico	12
1.1.4 La Actividad Turística	12

1.1.5 El Ecoturismo	13
1.1.6 Los Espacios Turísticos	14
1.1.7 Estructuras de los Espacios Turísticos	14
1.1.8 La Gestión Turística	14
1.1.9 Participación de la Comunidad en el Proceso de Desarrollo Turístico	15
1.2 LA PLANIFICACIÓN	15
1.2.1 Tipos de Planificación	16
1.2.1.1 Planificación Participativa	16
1.2.1.2 Planificación Integrada	16
1.2.1.3 Planificación Integral	16
1.2.1.4 Planificación Normativa	17
1.2.1.5 Planificación Situacional	17
1.2.1.6 Planificación Estratégica	17
1.2.2 Planificación Turística	17
1.2.3 Importancia de la Planificación Turística	18
1.2.4 Elementos de la Planificación Turística	18
1.2.5 Instrumento de la Planificación Turística	20
1.2.5.1 Financiamiento	20
1.2.5.2 Presupuesto	20
1.2.5.3 Normas Jurídicas	20
1.2.6 Procesos de la Planificación Turística	21
1.2.6.1 Organización y Asociación de los Grupos Locales	21
1.2.6.2 Análisis de Temas Claves para la Comunidad	22
1.2.6.3 Desarrollo del Proceso de Planificación	22
1.2.6.4 Implementación y Seguimiento	22
1.2.6.5 Evaluación y Retroalimentación	22
1.2.7 Herramientas de la Planificación Turística	23
1.2.8 Plan de Desarrollo Turístico	24
1.2.8.1 Direccionamiento del Plan de Desarrollo Turístico	24
1.2.8.2 Importancia del Plan de Desarrollo Turístico	25
1.2.9 Modelo de Planificación Turística	25

1.2.9.1 Fase de Definición	26
1.2.9.1.1 Fase de Diagnósis	26
1.2.9.1.2 Fase de Prognosis	26
1.2.9.1.2.1 Fines	27
1.2.9.1.2.2 Estrategias	27
1.2.9.1.2.3 Instrumentos	27
1.2.9.2 Fase de Aplicación	27
1.2.9.2.1 Programación	27
1.2.9.2.2 Presupuesto	28
1.2.9.2.3 Evaluación	28
1.2.10 Modelo Básico de Planificación Turística	28
1.2.11 Diagnóstico Situacional.	29
1.2.12 Análisis FODA	30
1.2.13 Misión	31
1.2.14 Visión	31
1.2.15 Políticas	31
1.2.16 Objetivos	32
1.2.17 Proyecto	32
1.3 COMPETITIVIDAD	32
1.3.1 La Competitividad Turística	33
1.3.2 Estrategias de Competitividad.	33
1.3.3 Estrategias de Mercados	33
1.3.4 Estrategias para el Posicionamiento del Destino.	34
1.3.5 Modelo de Competitividad Turística.	34
1.3.6 Elementos de la Competitividad Turística	35
1.3.7 Ventaja Comparativa	37
1.3.8 Ventaja Competitiva	37
1.3.9 Productos Turísticos	39
1.3.10 Producto Turístico Genérico	40
1.3.11 Turismo Sostenible	40
1.3.12 Servicios Turísticos	40

1.3.13 Marketing Turístico	41
1.3.14 Promoción y Difusión de Atractivos Turísticos	41
1.3.14.1 La Promoción Turística	42
1.3.14.2 La Difusión Turística	42
1.4 MARCO LEGAL DE LA INVESTIGACIÓN	42
1.4.1 La Constitución del Ecuador	43
1.4.2 La Ley del Turismo del Ecuador	43
1.4.3 Plan Nacional de Buen Vivir.	44
1.4.4 Plan Nacional de Desarrollo Turístico del Ecuador (PLANDETUR)	44
1.4.5 Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).	45
1.4.6 Reglamento Interno de la Comunidad de Valdivia	45
CAPÍTULO II	47
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	47
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	47
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	48
2.2.1 Nivel de Estudios Desarrollados	48
2.2.1.1 Estudios Correlacionales	48
2.2.1.2 Estudios Exploratorios	48
2.2.1.3 Estudios Descriptivos	49
2.2.1.4 Estudios Explicativos	49
2.2.1.5 Estudios Históricos	50
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	50
2.3.1 Investigación Documental	50
2.3.2 Investigación de Campo	51
2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.4.1 Método Deductivo	51
2.4.2 Método Inductivo	52
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	52
2.5.1 Técnica Documental	52
2.5.2 Técnica de Campo	52

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	53
2.6.1 Observación Directa	53
2.6.2 Entrevistas	53
2.6.3 Encuestas	54
2.6.4 Fichas de Empleos	54
2.7 LA POBLACIÓN	55
2.8 UNIVERSO	56
2.9 MUESTRA	56
2.9.1 Tamaño de la Muestra	57
2.10 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	58
CAPÍTULO III	61
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	61
3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DE CAMPO	61
3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTA	62
3.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A LOS HABITANTES	65
3.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS	79
3.5 ANÁLISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS DEL CAMPO	94
CAPÍTULO IV	96
4. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA COMUNA VALDIVIA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014	96
4.1 PRESENTACIÓN	96
4.2 JUSTIFICACIÓN	97
4.3 DEFINICIÓN DEL MODELO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA COMUNA VALDIVIA.	98
4.4 FASE 1 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE:	99
4.4.1 Diagnóstico Situacional de la Comuna Valdivia.	99
4.4.2 Ambiente Interno de la Comuna Valdivia.	100
4.4.2.1 Oferta Turística de la Comuna Valdivia	100
4.4.2.1.1 De Alojamientos	100

4.4.2.1.2 De Alimentación	101
4.4.2.1.3 De Esparcimientos	102
4.4.2.14 Inventario de Atractivos Turísticos de la Comuna Valdivia	103
4.4.1.1.6 Jerarquización de Atractivos Turísticos de la Comuna Valdivia	112
4.4.2 Ambiente Externo de la Comuna Valdivia.	113
4.4.2.1 Análisis de la Demanda Turística de la Comuna Valdivia	113
4.4.2.1.1 Descripción por su Forma de Viaje	113
4.4.2.1.2 Con Respecto a su Nacionalidad	113
4.4.2.1.3 Con Respecto al Tiempo de Estancia	114
4.4.2.1.4 El Gasto Promedio Diario de los Visitantes	114
4.4.2.2 Condiciones del Entorno de la Comunidad.	114
4.4.2.3 Análisis FODA de la Comunidad de Valdivia	115
4.5 FASE 2 DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE:	119
4.5.1 Planteamiento Filosófico	119
4.5.1.1 Misión	119
4.5.1.2 Visión	119
4.5.1.3 Políticas Rectoras	119
4.5.1.4 Objetivo General	120
4.5.1.5 Objetivos Específicos	120
4.6 FASE 3 DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE:	121
4.6.1 Definición Estratégica	121
4.6.1.1 Estrategia de Mercado para la Comuna Valdivia	121
4.6.1.2 Estrategia Competitiva	122
4.6.1.2.1 Amenazas de Nuevos Mercados	123
4.6.1.2.2 El Poder de la Negociación con los Proveedores.	123
4.6.1.2.3 Negociación con la Demanda Turística	124
4.6.1.3. Estrategia de Posicionamiento	124
4.7 FASE 4 DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE:	126
4.7.1 Plan de Actuación	126

4.7.1.1 Programa 1: Desarrollar y Mejorar la Oferta Turística de la Comuna Valdivia	127
4.7.1.2 Programa 2: Formación de los Recursos Humanos del Destino Turístico Valdivia.	134
4.7.1.3 Programa 3: Mejorar la Gestión Turística del Destino.	139
4.7.1.4 Programa 4: Marketing del Destino Turístico Valdivia	142
4.8 PRESUPUESTO DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	151
CONCLUSIONES	152
RECOMENDACIONES	153
BIBLIOGRAFÍA	154
ANEXOS	156

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 Procesos de la Planificación Turística.....	21
ILUSTRACIÓN 2 Modelo Básico de Planificación turística.....	29
ILUSTRACIÓN 3 Análisis FODA para Destinos Turísticos	30
ILUSTRACIÓN 4 Modelo Integral de destino Turístico Competitivo	34
ILUSTRACIÓN 5 Índice de la Competitividad Turística	35
ILUSTRACIÓN 6 Las Cinco Fuerzas de la Competitiva Turística.....	38
ILUSTRACIÓN 7 Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para Valdivia.....	98
ILUSTRACIÓN 8 Cinco Fuerzas Competitivas de la Comuna Valdivia.....	123
ILUSTRACIÓN 9 Mapa de Posicionamiento del Destino Turístico Valdivia ...	125
ILUSTRACIÓN 10 Tríptico de la Comuna Valdivia	143
ILUSTRACIÓN 11 Contra Portada del Tríptico	144
ILUSTRACIÓN 12 Logos de TeleAmazonas y TC Televisión	145
ILUSTRACIÓN 14 Diseño de la Página Web.....	146
ILUSTRACIÓN 15 Marca Turística de la Comuna Valdivia.....	147
ILUSTRACIÓN 16 Slogan de la Comuna Valdivia	148
ILUSTRACIÓN 17 Modelo de Valla Publicitaria.....	149
ILUSTRACIÓN 18 Merchandising de la Comuna Valdivia	149

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Variable Dependiente	8
CUADRO 2 Variable Independiente	9
CUADRO 3 Herramientas de la Planificación Turística	23
CUADRO 4 Modelo de la Planificación Turística	26
CUADRO 5 Datos Estadísticos de la Comuna Valdivia	56
CUADRO 6 Datos de la Muestra.....	58
CUADRO 7 Servicios de Alojamientos de la Comuna Valdivia.....	100
CUADRO 8 Servicios Gastronómicos de la Comuna Valdivia.....	101
CUADRO 9 Lugares de Esparcimientos en la Comuna Valdivia.....	102
CUADRO 10 Resumen de la jerarquía de los Atractivos Turístico.....	112
CUADRO 11 Matriz del Análisis FODA	117
CUADRO 12 Segmentos de Mercados para la Comuna Valdivia.....	122
CUADRO 13 Estrategias del Plan de Acción	126
CUADRO 14 Producto Turísticos que Ofrece Valdivia	132
CUADRO 15 Programas Estratégicos	133
CUADRO 16 Formación de Recurso Humano de la Comuna Valdivia.....	138
CUADRO 17 Mejoramiento de la Gestión del destino Turístico	141
CUADRO 18 Marketing Turístico del Destino	150
CUADRO 19 Presupuesto total del Plan de Desarrollo Turístico	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Sexo	65
GRÁFICO 2 Edad	66
GRÁFICO 3 Educación	67
GRÁFICO 4 Economía	68
GRÁFICO 5 Conocimiento de un Plan Turístico	69
GRÁFICO 6 Conocimiento de Atractivos	70
GRÁFICO 7 Recursos para Desarrollar el Turismo	71
GRÁFICO 8 Adecuación de Atractivos	72
GRÁFICO 9 Destino Turístico Valdivia	73
GRÁFICO 10 Capacitación del Personal	74
GRÁFICO 11 Promoción de Atractivos Turísticos	75
GRÁFICO 12 Alternativas para el Turismo	76
GRÁFICO 13 Señalética Turística	77
GRÁFICO 14 Ejecución de un Plan Turístico	78
GRÁFICO 15 Sexo de Turistas	79
GRÁFICO 16 Edad de los Turistas	80
GRÁFICO 17 Educación del Turista	81
GRÁFICO 18 Procedencia	82
GRÁFICO 19 Economía	83
GRÁFICO 20 Frecuencia de Visita	84
GRÁFICO 21 Motivo de Visita	85
GRÁFICO 22 Modo de Viajar	86
GRÁFICO 23 Medios de Comunicación	87
GRÁFICO 24 Calificación del Servicio	88
GRÁFICO 25 Implementación de Actividades	89
GRÁFICO 26 Tiempo de Hospedaje	90
GRÁFICO 27 Calificación de la Gastronomía	91
GRÁFICO 28 Promedio de Gasto de Visita	92
GRÁFICO 29 Perspectiva para Ejecutar un Plan Turístico	93

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Sexo	65
TABLA 2 Edad de los Encuestados.....	66
TABLA 3 Educación de los Habitantes	67
TABLA 4 Economía	68
TABLA 5 Conocimiento de un Plan Turístico	69
TABLA 6 Conocimiento de Atractivos	70
TABLA 7 Atractivos para Desarrollar el Turismo	71
TABLA 8 Adecuación de Atractivos	72
TABLA 9 Destino Turístico Valdivia.....	73
TABLA 10 Capacitación del Personal.....	74
TABLA 11 Promoción de Atractivos Turísticos	75
TABLA 12 Alternativas para el Turismo.....	76
TABLA 13 Señalética Turística.....	77
TABLA 14 Ejecución de un Plan Turístico	78
TABLA 15 Sexo de Turistas.....	79
TABLA 16 Edad de Turistas.....	80
TABLA 17 Educación.....	81
TABLA 18 Procedencia.....	82
TABLA 19 Economía	83
TABLA 20 Frecuencia de Visita.....	84
TABLA 21 Motivo de Visita	85
TABLA 22 Modo de Viajar	86
TABLA 23 Medios Comunicativos	87
TABLA 24 Calificación del Servicio.....	88
TABLA 25 Implementación de Actividades.....	89
TABLA 26 Tiempo de Hospedaje	90
TABLA 27 Calificación de Gastronomía	91
TABLA 28 Promedio de Gasto de Visita	92
TABLA 29 Perspectiva para Ejecutar un Plan Turístico	93

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta a la Comunidad.....	157
ANEXO 2 Encuesta a Turistas.....	158
ANEXO 3 Entrevista a los Dirigentes Comunales	160
ANEXO 4 Ficha de la Observación de Campo.....	161
ANEXO 5 Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos	162
ANEXO 6 Ficha de Jerarquización de los Atractivos Turísticos.....	163
ANEXO 7 Ficha de Caracterización de la Demanda	164
ANEXO 8 Fotografías de la Comunidad	167

INTRODUCCIÓN

Muchos países de América del Sur, ven como una oportunidad “al cambio climático de su contexto”, a través de estos desarrollan actividades turísticas aplicando estrategias para poder presentar sus recursos al movimiento comercial masivo del turismo, de esta manera provocan atracción y mejoran la situación económica de sus poblados, haciendo de esta actividad una solución a sus dilemas presentes, tal como han desarrollado el Plan Nacional de Turismo del Ecuador a una proyección de 20 años, (PLANDETUR 2020) como un objeto de subsistencia para la futura generación y el bienestar de sus conciudadanos.

Mediante el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Comuna Valdivia, se busca procedimientos aplicables como técnicas y estrategias para la solución a los diversos problemas económicos que se dan cotidianamente en los sectores. Con la aplicación de esta propuesta se estará buscando el desarrollo turístico integrando sus elementos tangibles e intangibles de forma responsable ya que una planificación bien estructurada causa nuevas expectativas en el turismo, así poder lograr mayor estabilidad del turismo en el sector, para luego buscar constituirse en el mercado internacional ayudando a generar nuevas divisas de empleo y las comunidades aledañas mejoren su situación económica y su entorno.

La sostenibilidad dentro de esta investigación se plantea como una premisa fundamental de un turismo consciente que pueda hacer el uso racional de sus recursos y contribuir con los medios, que sean entes reguladores para mantener conservados sus patrimonios y su cultura, permitiendo el goce y beneficio de la futura generación, por esa razón se detalla a continuación un resumen de los contenidos de cada uno de sus capítulos.

En el Capítulo I, se menciona al marco teórico como base fundamental de la revisión bibliográfica, para identificar la conceptualización de las variables anteriormente expuestas en la propuesta, con relación a la temática del trabajo

planteado, donde se describen resultados anteriores que han obtenido diferentes sectores del mundo aplicando un plan estratégico.

En el Capítulo II, se presentan series metodológicas de la investigación desarrollada, permitiendo una comprensión del proceso, utilizando técnicas, herramientas y tipos de investigación para el debido procesamiento de los datos obtenidos en el trabajo de campo. Igualmente se detalla el tamaño de la muestra donde se aplicó encuestas a los habitantes como a turistas y los métodos utilizados que facilitaron el desarrollo de sus capítulos donde se determinó la factibilidad de desarrollar un plan turístico.

En el Capítulo III, se detalla el análisis y las interpretaciones respectivas de los resultados que se obtuvieron en el trabajo de campo, especificando el uso de varias herramientas como la observación de campo para notar el grado de aceptación turística. Las encuestas que se les aplicó a los habitantes y turistas tuvo el fin de conocer las conclusiones para proceder a realizar programas estratégicos y las entrevistas aplicadas a los dirigentes comunitario permitieron conocer la situación real de esta comunidad mediante el diagnóstico realizado y cuáles eran las prioridades que deben gestionarse dentro de los próximos 5 años.

En el Capítulo IV se describe el procedimiento del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comuna Valdivia, mostrando una breve descripción de sus principales atractivos turísticos, el estudio del perfil del turista y el desglose del análisis FODA para la aplicación de estrategias como alternativa del desarrollo de la actividad turística.

Igualmente se detallan los programas a ejecutarse con sus respectivas actividades permitiendo mejorar la situación de su infraestructura y la económica de sus habitantes, tratando de involucrarlos en capacitaciones para lograr la potencialidad de sus recursos, basados en la misión y visión que radica en la satisfacción de sus visitantes y los requerimientos para obtener beneficios económicos.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA: DISEÑO DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA COMUNA VALDIVIA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La actividad turística es la industria más rentable para los países que están en vías de desarrollo. América Latina se ha desarrollado a nivel mundial por la aplicación de varias estrategias mediante planificaciones turísticas, obteniendo progresos y bienestar para los sectores aledaños. Crean nuevas oportunidades de negocios y mejoran el aspecto de sus servicios a través del turismo, permitiendo un avance de sus actividades desarrolladas para beneficiar a sus habitantes.

El Ecuador a través de sus recursos naturales, culturales, flora y fauna, ha participado en diferentes stands de ferias turísticas a nivel internacional, lo que genera el conocimiento de su biodiversidad, permitiendo un incremento del flujo turístico cada año referente a cifras anteriores.

En la provincia de Santa Elena el turismo, ha generado grande cambios de progreso y bienestar, se han ejecutados programas como la observación de ballenas jorobadas en épocas de apareamiento, necesario para atraer al turismo. Varias entidades aportan para desarrollar actividades pero en su totalidad no satisface la demanda actual porque solo se proyectan para sectores más relevantes.

La Ruta del Spondylus posee maravillosas playas y encantos de atractivos turísticos naturales y culturales. Al norte de Santa Elena se ubica la comunidad Valdivia, sector importante por su cultura milenaria y aproximadamente a 42 km de distancia de Montañita conocida internacionalmente como la capital del surf con un tiempo aproximado de 25 min.

Para llegar a esta comunidad se lo realiza desde la ciudad de Guayaquil por medio de la línea de transporte CLP con turnos específicos a las 5 am, 9 am, 1 pm, 3 pm. Otra alternativa es ingresar por el norte de Santa Elena, las cooperativas CTM provenientes de Manabí con turnos rotativos cada 30 min. igualmente las cooperativas 2 de Noviembre que llegan hasta la comuna Barcelona con turno cada 15 minutos, o las cooperativas CITUP que llegan hasta la comuna La Entrada y viceversa con turnos rotativos cada 15 min. de salida.

Los límites de esta comunidad son las siguientes: Al Norte con la comuna Atravesado de Libertador Bolívar, 15 min. de distancia. Al Sur con la comuna San Pedro, 3 min. de distancia. Al Este con la comuna Sinchal y Barcelona, a 5 min. de distancia. Al Oeste con el Océano Pacífico ubicada a pocos metros.

Valdivia cuenta con una variedad de atractivos naturales y culturales quienes organizados en lo político-social, se esmeran por buscar estrategias para desarrollar el turismo local, nacional e internacional. La situación es que no divisan una experiencia para desarrollar esta actividad por la inexistencia de una planificación estructurada que coadyuve a desarrollar el aspecto turístico.

Lo que hace referencia es que a pesar de la estructura turística que poseen tienen restricciones, debido al deficiente manejo de sus recursos, lo que impide la afluencia turística y no se crean oportunidades para ser competitivo o para generar mayor recursos. La comunidad es consciente de su realidad y están en la perspectiva para ejecutar proyectos en beneficios del sector turístico.

Sus habitantes realizan actividades para el sustento de sus familias, se dedican a la pesca y a trabajar en las industrias asentadas en esta comunidad. La mayoría de ellos se dedican a la artesanía de calzados para damas y a la fabricación de varios objetos como aretes, pulseras, llaveros, bolsos y réplicas de la cultura Valdivia que los enrola con el turismo, mientras que un grupo considerable de familias ofrecen servicios de hospederías comunitarias para los visitantes.

Los que se dedican a prestar servicio al turismo se basan en la fortaleza de sus atractivos pero no tienen direccionamiento para hacer más rentables y creativos que llamen la atención al consumo de platos típicos, visita de su museo, acuario y el calzado de calidad que se elabora en esta comunidad. Se podrían aplicar estrategias que contribuyan de manera organizada un esquema proactivo para el mejoramiento de la industria turística y tener mayor acogida a través de la aplicación de eventos y programas que incentiven al turismo.

El cabildo de la ancestral comuna Valdivia analiza varios aspectos que contribuyan al progreso del sector y de la actividad turística, el aspecto económico y social, permitiendo manejar los recursos, provocando nuevas expectativas y el posicionamiento en el mercado internacional para ser una alternativa de descanso y recreación para los miles de visitantes que llegan al país.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO

¿De qué manera influye la insuficiente planificación turística en la competitividad del destino de la comuna Valdivia?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ✓ La causa del desconocimiento del lugar debido por la falta de promoción y difusión turística de sus atractivos naturales y culturales.
- ✓ La insuficiencia de señalética turística en puntos clave el que cause nuevas expectativas para que los visitantes noten la importancia del sector y que no pasen desapercibidos ente éste lugar.
- ✓ La falta de inversión en establecimientos que brinden servicios a los visitantes para satisfacer la demanda que tiene la comunidad y en toda la ruta del Spondylus.
- ✓ Desinterés de los habitantes de participar en proyectos de capacitación, como guías de turismo y servicios al cliente para beneficiar a la comuna.

EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Esta investigación a desarrollarse en la comuna Valdivia ejemplariza la aplicación de técnicas y estrategias a través de la planificación turística, la misma que aportaría al desarrollo del sector, integrando sus elementos para el uso adecuado de sus recursos que mejorará la situación económica de sus involucrados donde puedan realizar cambios circunstanciales partiendo de las normativas del Ministerio de Turismo y del PLANDETUR 2020.

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El trabajo de investigación planteado para la comunidad de Valdivia, orienta a los habitantes a diseñar estrategias y técnicas mediante una planificación turística estructurada para impulsar el destino hacia el mercado internacional, basados por la variedad de sus recursos como el Acuario, Museo Arqueológico, la playa y sus monumentos.

Muchos dirigentes comunales hacen caso omiso para plantear una planificación que propicie a levantar los recursos turísticos de este sector y su accionar, es muy bajo debido al desconocimiento de la gestión en el aspecto turístico. Se piensa que a través de todos sus recursos se puedan crear nuevas divisas de empleo para beneficiar de forma directa e indirecta a los habitantes y con el desarrollo de actividades culturales o programas ejecutables se fortalecerá los atractivos de la comuna Valdivia.

El turismo a través del movimiento masivo en el Ecuador permite mejorar el aspecto socioeconómico y potenciar nuevos destinos turísticos de manera que sean competitivo en el mercado internacional, puesto que esta industria aporta al desarrollo de las comunas que se proyectan a realizar actividades turísticas para la distracción del turismo y ser más creativo para lograr beneficiarse de manera conjunta por esta industria.

La objetividad es presentar a esta comunidad como nueva alternativa para la distracción turística basada en los parámetros de la Ley del Buen Vivir para ser sustentable y sostenible, utilizando los lineamientos del PLADETUR 2020, ya que se necesita de un turismo consiente que contribuya con los recursos para conservarlo para el futuro. Los resultados del plan se medirán en base al progreso y la economía de sus habitantes teniendo en cuenta la fortaleza y la responsabilidad de sus atractivos turísticos para ser competitivos en el futuro.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la influencia de la planificación Turística en la competitividad de la comuna Valdivia como destino turístico, mediante un estudio que involucre a sus actores, para el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comuna Valdivia año 2014.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Definir la participación de los involucrados para la toma de decisiones en el destino turísticos.
- ✓ Determinar las estrategias para aplicar a la realidad de los sectores turísticos mediante una planificación como gestión del destino.
- ✓ Identificar los principales componentes y las técnicas de la competitividad turística de un destino mediante el análisis de las consultas bibliográficas.
- ✓ Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena año 2014.

HIPÓTESIS

La influencia de una Planificación Turística Sostenible, participativa y consensuada, mejorará la competitividad de la comuna Valdivia como nuevo destino turístico del País.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO 1 Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE: <i>La Planificación Turística</i>				
Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas
<p>La planificación Turística es una herramienta de proceso que permite a todo organismo plantear actividades concretas para crear acciones en un tiempo determinado y desarrollar estrategias para la toma de decisiones con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas.</p>	Análisis interno	Diagnostico situacional	¿Conoce usted el procedimiento para determinar la situación actual de su sector?	Encuesta y entrevista a los involucrados
	Análisis externo	Participación de los Involucrados	¿Qué factores conoce para determinar la situación actual de su comunidad?	
	Procesos de Plan	Modelo a desarrollarse	¿Se ha desarrollado un diagnostico situacional para ver el estado actual de su sector?	Entrevista a los dirigentes de la comuna
	Estrategias	Visión del plan	¿Qué elementos conoce usted para desarrollar la actividad turística en su sector?	Análisis Documental
		Misión del plan	¿Qué acción tomarían ustedes para gestionar la actividad turística?	
	Plan operativo	Políticas del plan	¿Conoce usted las estrategias para desarrollar la actividad turística?	Encuestas a los comuneros
		Objetivos del plan	¿Qué estrategias ayudarían para competir turísticamente como un destino?	
		Identificar las Estrategias	¿Le gustaría que en este sector se desarrolle un plan de acción para la actividad turística?	
		Estructura de Programas	¿Conoce si se han desarrollados programas para desarrollar la actividad turística?	
	Actividades a Ejecutarse	¿Qué actividades ayudarían a desarrollar la actividad turística?		
Plan de Acción				

Fuente: Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013).

CUADRO 2 Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE: <i>Competitividad turística de un destino</i>				
Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas
Es la fortaleza de un destino que tiene la capacidad para crear e integrar elementos o productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición en el mercado respecto a su competidor	Ventaja comparativa	Inventarios	¿Cuáles son los recursos turísticos que posee la comuna Valdivia?	Encuesta y entrevista a los gobiernos de turno, dirigentes y comuneros
	Ventaja competitiva	Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas	¿La comuna dispone una línea base o estudio turístico para la ejecución de proyectos?	
	Productos	Estrategias	¿Qué elementos no permiten la competencia turística para el posicionamiento en el mercado?	Entrevista a los dirigentes de la comuna.
	Servicios	Ofertas turísticas, eventos programados	¿La comunidad de Valdivia cuenta con un producto estrella conocido?	Encuesta a los comuneros.
			Señalética, promoción, publicidad y difusión	¿Los servicios que tiene la comuna realmente satisfacen a los turistas? ¿Con qué elementos cuenta para hacer promoción, publicidad y difundir turísticamente?

Fuente: Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

El desarrollo turístico sostenible busca impulsar el turismo en su proceso de ejecución, cambiando la situación circunstancial de un destino o lugar de interés, mediante la aplicación de estrategias, programas o actividades a favor del turismo y en mejorar la economía de sus individuos y del sector, permitiendo potenciar sus recursos, sus productos naturales, disponibles para la actividad turística, logrando satisfacer a sus visitantes y que sean aprovechados en su momento de manera responsable para conservarlo en el futuro.

1.1.1 El Turismo

Molina (2005) manifiesta que:

“El turismo hoy en día ha alcanzado connotaciones, significados y consecuencias de una gran complejidad, que trasciende elementos cuantitativos e incrementalista. El turismo en la actualidad es resultado de procesos sociales y culturales no completamente cuantificables, que resultan imprescindibles para comprenderlos y para llevar a cabo acciones que permitan obtener de él los mejores rendimientos globales, ya sea financieros y no financieros”

El turismo en su proceso de movimiento, va aumentando año tras año en los sitios turísticos, ya que se motivan por el desplazamiento requerido de su lugar habitual a otro sector, con el objetivo de realizar actividades diferentes a los de su rutina diaria, para obtener dentro de ellos placer, diversión, satisfacción y compartir sus experiencias políticas, sociales, culturales y religiosas a través de un intercambio económico en los lugares de visitas.

1.1.2 Desarrollo Sostenible

Para Barquín citado por Carvalho & Moquete, (2011) manifiestan que:

“El desarrollo sostenible implica un proceso de cambio en el que se encuentra en armonía: la explotación y manejo de los recursos naturales y culturales, las inversiones, la tecnología y las transformaciones institucionales, todo ello con el fin de construir al aumento del potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades materiales y las aspiraciones del ser humano”

La sostenibilidad implica una parte fundamental en desarrollar actividades en un destino o lugar, tratando de modificar una situación acorde con el medio para poder transformarla, beneficiando a los involucrados a fin de contribuir con la conducción de sus recursos para la satisfacción de los seres humanos.

Una idea más profundizada sobre el desarrollo socioeconómico se puede palpar con el pensamiento del sociólogo Fernández, (2012) “El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro”

En el desarrollo sostenible debe primar el aspecto socio ambiental y mantener la estabilidad de los recursos físicos o biológicos, que adaptándose al medio manejen el equilibrio de las regiones, para obtener resultados favorables en la situación cambiante, que deben ser cuidados para la conservación ya que son la materia prima para impulsar el desarrollo de la economía.

Los destinos turísticos se rigen bajo circunstancias de modalidad de un sector para no perjudicar o causar algún deterioro a su contexto y centrarse a la realidad para lograr su desarrollo mediante productos y sus recursos, que es la forma como se incentiva al turista a consumirlos, provocando mayor afluencia en el sector que deben ser vigilantes para lograr la sostenibilidad y sustentabilidad de los patrimonios de un destino turístico.

1.1 3 Desarrollo Turístico

El desarrollo turístico genera la interacción de sus individuos con el espacio, permitiendo mejorar y apropiar sus recursos para un aprovechamiento máximo, debido al creciente movimiento de turistas. A través de su desplazamiento realizado en diferentes sectores ocasionan impactos que se evidencian por la tendencia de su crecimiento, que deben controlar la situación para no perjudicar el medio donde se desarrollan actividades.

Texeira & Abid, (2010) manifiestan; “La falta de ordenamiento provoca potenciales daños a los recursos naturales y a las comunidades debido a la fragilidad de sus ecosistemas”.

El Ecuador en los últimos años, ha tenido un crecimiento considerable de turistas extranjeros que llegan a su interior por la biodiversidad de flora y fauna que tiene este maravilloso país, beneficiando a sus habitantes enrolados en esta actividad, tal como lo demuestran las estadísticas del Ministerio de Turismo (2013).

“Durante el mes de Julio 2013 se registra un total de 138.140 arribos, que comparado con los arribos del mes de Julio del 2012, se presenta un incremento del 5.63%, que en términos absoluto significa un aumento del 7.357. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva de los arribos del mercado clave peruano, al pasar de 12.801 en julio del 2012 a 13.891 en julio 2013”

1.1.4 La Actividad Turística

Es el suceso de como los visitantes de un sector disfrutan de forma fructífera los atractivos de un sector, que se recomienda a los destinos turísticos estar siempre a las expectativas de los requerimientos del turismo para lograr satisfacer sus necesidades actuales, ya que buscan diversos lugares turísticos para recrearse y divertirse en un sector de acuerdo a sus aspectos de forma de vida a cambio de un rubro económico.

Según Nevárez, (2006) indica que:

“La actividad turística debe incorporar a la comunidad, propiciando servicios que le sean rentable, que logren satisfacer al visitante percatado en un contorno que le brinda satisfacciones del medio de comodidades”

Los sectores en crecimientos plenamente deben considerar los espacios turísticos para brindar comodidad y satisfacción a los visitantes.

1.1.5 El Ecoturismo

Hablar de ecoturismo es muy fundamental, ya que se relaciona al turista que viene motivado por conocer lugares diferentes, buscando un acontecimiento extraoficialmente atractivo que lo pongan en contacto directo con la naturaleza, expandiéndose principalmente por los bosques, áreas protegidas, mares, lagos etc. que durante su visita puedan observar la flora y fauna de su entorno o realizar deportes extremos pasando días inolvidables en sus estadías.

El Ecoturismo tiene un sinnúmero de significado que se relacionan con el cuidado del medio que lo conforma y utilizado responsablemente tal como manifiesta la definición de Lascurain, (1993):

“Turismo que consiste en realizar viajes a áreas naturales relativamente sin disturbar o sin contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama, junto con sus plantas y animales silvestres y, asimismo, cualquier manifestación cultural (pasado o presente) que se encuentre en estas áreas que propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales”

Un destino turístico que se dedica específicamente al ecoturismo se basa en cuidar sus recursos naturales y culturales y la conformación de sus contornos para un aprovechamiento máximo de las actividades que en ellas se realizan para ser sostenibles en el futuro.

1.1.6 Los Espacios Turísticos

Los espacios turísticos son estructuraciones conformados por factores físicos ya sean naturales o culturales que brindan distracción y esparcimiento al visitante, a fin de que pase un tiempo determinado en un área específica para el ejercicio de diferentes sus actividades. Estos espacios forman la parte fundamental de los sectores turísticos que son utilizados su momento para el goce de los turistas.

En el campo de gestión la mayoría de las infraestructuras de espacios turísticos dan el inicio al desarrollo del turismo local, que son primordiales para el requerimiento de los visitantes que a través de su goce permiten mejorar sus estructuras a cambio de satisfacción.

1.1.7 Estructuras de los Espacios Turísticos

La estructura de los espacios turísticos, son la parte física de los bienes y servicios que se ofrecen en un área determinada para los visitantes, que buscan variedad y calidad recibiendo a cambio de un rubro económico para las mejoras del sistema turístico, que en su mayoría deben poseer de servicios básicos para llegar a una verdadera satisfacción de sus ocupantes.

1.1.8 La Gestión Turística

La gestión turística es una estrategia evolutiva donde se proyectan programas específicos para el desarrollo de actividades, a fin de dar el espacio y la comodidad para mejorar el sistema turístico y el aspecto socioeconómico de los sitios de interés público.

La gestión se basa en el direccionamiento de promover y dar la facilidad de acceso para perfeccionarse de forma positiva en el momento preciso y en un tiempo determinado, basado en servicios estándares para el beneficio local.

1.1.9 Participación de la Comunidad en el Proceso de Desarrollo Turístico

La participación de los habitantes de la comunidad es muy fundamental en los planes de desarrollo, ya que a través de ellos se conocen las inquietudes, preocupaciones, aseveraciones y motivaciones que tienen del medio que los rodea, para luego de un análisis profundo, enmarcarse a desarrollar estrategias que beneficien al sector y sus habitantes.

El Departamento de Planificación del Servicio Nacional de Turismo, (2007) manifiesta que:

“Es necesario definir la estrategia de trabajo con ellos, ya que es importante, constituir una unidad de trabajo sistemática para tener los resultados esperados, en relación a los diferentes problemas y temas prioritarios, pero se requiere la participación de todos quienes formen parte del territorio”.

1.2 LA PLANIFICACIÓN

Es una estrategia de procesos metodológicos, necesarios para los organismos o personas que necesitan un punto de partida en plantear y desarrollar actividades concretas, mediante un tiempo determinado, que aplicándolas con positivismo y acertadamente permitan la toma de decisiones, con la intención de alcanzar los objetivos con acciones responsables y ejecutar sus actividades.

Molina, (2005) manifiesta lo siguiente:

“La Planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones”

La planificación se hace necesaria cuando una persona natural o jurídica de una organización, necesita realizar actividades de manera eficaz y tener la facilidad de

cumplir tareas de forma progresiva para llegar a los objetivos planteados en su propuesta logrando el progreso de los mismos.

1.2.1 Tipos de Planificación

Existen varios tipos de planificación que deben ser estructuradas de acuerdo a las necesidades donde se realiza una planificación, para obtener intereses y un fin determinado para lograr su ejecución, por lo que se mencionan las siguientes:

1.2.1.1 Planificación Participativa

Éste tipo de planificación involucra a la ciudadanía en organizar su desarrollo con participaciones activas, que pueda tener un acceso en la toma de decisiones para un trabajo eficaz tal como lo demuestra Molina, (2005) “para llevar a cabo la planificación participativa es imprescindible que exista voluntad política para descentralizar el poder”.

1.2.1.2 Planificación Integrada

Este tipo de planificación busca mejorar la calidad de vida de sus individuos, es como un componente fundamental, donde se pueda generar cambios circunstanciales de modo que logre readecuar la economía, la conservación de sus recursos y la protección del medio ambiente para el aprovechamiento de sus recursos turísticos.

1.2.1.3 Planificación Integral

Consiste en la búsqueda de estructuras espaciales de un sector para desarrollar el procedimiento de la planificación, donde rige la participación ciudadana con el fin de construir con beneficios rentables para el destino y sus involucrados, además de conservar y proteger el entorno donde se desarrolla la planificación.

1.2.1.4 Planificación Normativa

Este tipo de planificación se fundamenta en base a las políticas estandarizadas de un sector donde se ejecuta la acción, rigiéndose en los lineamientos de desarrollo para cumplir con un marco las actividades planteadas, mediante el control sistemático y regulatorio indicando las delimitaciones del trabajo a desarrollarse para que den las facilidades de su procedimiento en todos los semblantes de la planificación a ejecutarse.

1.2.1.5 Planificación Situacional

La planificación situacional tiene una diferenciación específica que estudia los aspectos externos e internos de un sector para el desarrollo de las actividades, contiene varias etapas de procedimiento con el fin de establecer las metas fijadas en el aspecto físico, social y económico, describiendo la espacialidad mediante un análisis explicativo del lugar para trazar las estrategias consiguiendo los objetivos planteados.

1.2.1.6 Planificación Estratégica

La planificación estratégica involucra a los individuos de un sector u organización para un análisis exhaustivo del lugar pretendiendo cambiar situaciones de acuerdo a la necesidad del caso, implementando y diseñando un mecanismo para resolver los inconvenientes que se suscitan en un lugar; y lograr los propósitos mediante la toma de decisión de sus involucrados.

1.2.2 Planificación Turística

La planificación turística consiste básicamente en la aplicación de herramientas para resolver inconvenientes que se generan dentro de un destino, ordenando los recursos turísticos y empleando planes de acción, para lograr el cambio progresivo

de bienestar social como la economía a través del flujo turístico, controlando sus acciones para no perjudicar el perímetro donde se ejecuta la acción.

Díez, (2011) interpreta la planificación turística como:

“Un enfoque particular que responde a las necesidades y expectativas del mundo rural. La integración de otros espacios como unidades que ayudan a articular y jerarquizar el territorio y el medio natural. Donde priman los criterios de gestión medioambiental y la sostenibilidad”.

1.2.3 Importancia de la Planificación Turística

La relevancia de esta planificación, radica en la necesidad de presentar los recursos turísticos existentes de un sector, enfocados en su aprovechamiento mediante el uso de los mismos para incrementar el flujo de la actividad turística, incentivando a ocupar sus atractivos que conlleven al desarrollo integral de los interesados y lograr la competitividad del sector ejecutando planes de acción. Los mismos que causen expectativas a los visitantes y beneficien a sus habitantes mejorando sus rubros económicos.

Ricaurte, (2009) manifiesta que:

“La planificación del turismo alrededor del mundo ha tenido distintos enfoques los cuales son resultado de los objetivos de desarrollo trazados para cada destino, pero también de las concepciones y tendencias que ha tenido históricamente la actividad”.

Es decir los cambios que han tenido los destinos turísticos son circunstanciales en base al desarrollo turístico que mantienen en sus espacios.

1.2.4 Elementos de la Planificación Turística

Receptor: Son los encargados de recibir los beneficios de un plan en base a el involucramiento de una sociedad o individuos donde se espera ejecutar la acción,

generando una perspectiva positiva de cambio, que son consensuados de acuerdo al desarrollo del proyecto.

Planificador: Es el encargado que analiza una serie de herramientas mediante una situación para llevar a cabo el proceso de la planificación analizando los aspectos más predominantes.

Previsión: Prevenir tipos de percance en el trabajo que se ejecuta, para no obstaculizar el desarrollo del plan, así llegar a un direccionamiento progresivo.

Información: Es la obtención de las fuentes necesarias que aporten con información idónea para un trabajo eficaz, basándose en principios primarios y secundarios que facilitan su operación.

Objetivos: Se plantean por los involucrados durante el enlace de la planificación, orientados a seguir sus parámetros para obtener resultados favorables.

Medios para alcanzar los objetivos: Son los recursos disponibles con que cuenta un destino, sean humanos, financieros y materiales para cumplir lo establecido en el desarrollo del plan.

Plazos: Tiempo estimado para cada programación y estar en la espera de las fases a determinarse para describir si se cumple con los objetivos establecidos en su secuencia, de manera que no transfiera su ejecución.

Eficiencia: Si los objetivos planteados fueron acorde a lo establecido o prácticamente evaluar el procedimiento de la planificación, esperando concretarse en base a su calidad y calidez.

Decisión: Iniciación del proceso de acciones a desarrollarse esperando cumplir en todo su proceso y que no se transfieran con acciones negativas en su ejecución.

1.2.5 Instrumento de la Planificación Turística

Son las fuentes de adquisición de los recursos económicos, financieros y materiales, manejados con cautela para determinar la ejecución del plan que se desarrolla.

Estos instrumentos abalizan la ejecución de la planificación en base a los recursos que se requieren para realizar las acciones que se plantean los involucrados obteniendo beneficios de ellos. A continuación se mencionan las bases para realizar la planificación.

1.2.5.1 Financiamiento

Es el principal fundamento para facilitar el manejo de los recursos en sus fases de ejecución, una forma de obtenerlos es mediante créditos financieros a través de las redes bancarias, apoyo de organismos de turnos o impuestos para facilitar las diversas actividades.

1.2.5.2 Presupuesto

Al inicio de la ejecución de un plan se hace un presupuesto total de egresos que tiene a lo largo de la planificación, de manera que no incida con el procedimiento de las acciones que se están ejecutando. Inclusive sirve para plasmar el equilibrio de los recursos económicos, humanos y materiales que se utilizan en cada fase de la planificación.

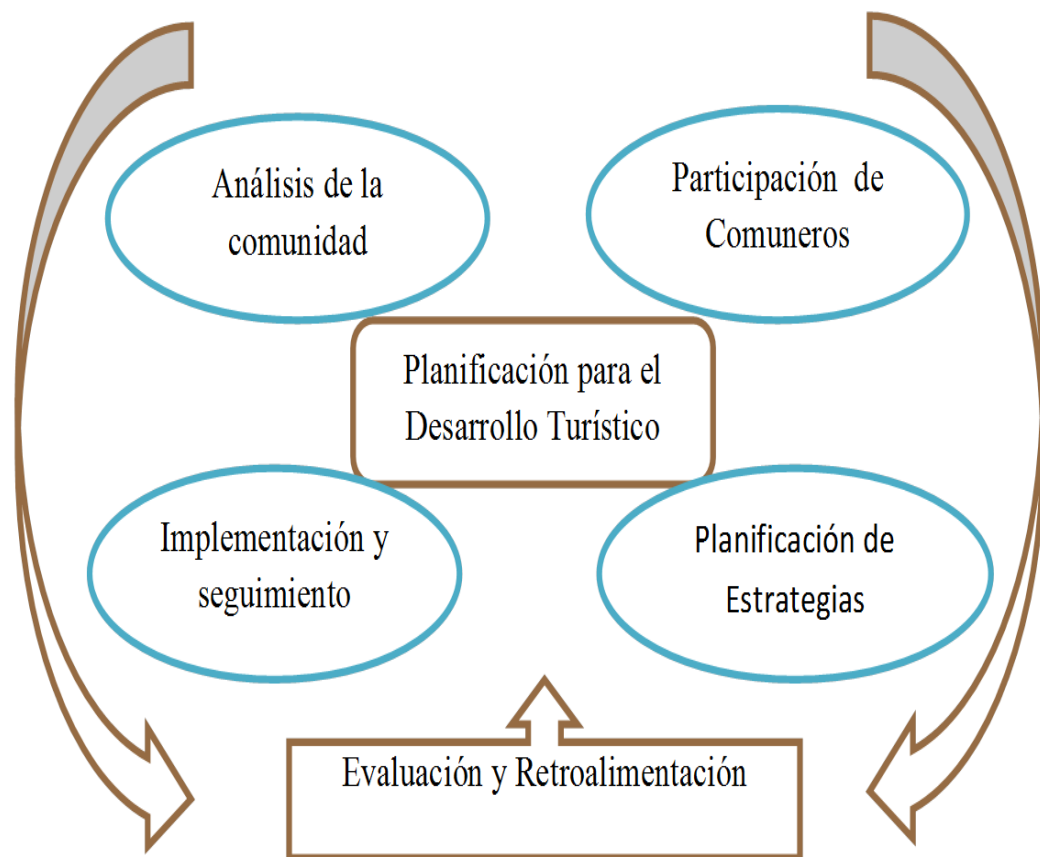
1.2.5.3 Normas Jurídicas

Deben plantearse rigurosamente para no afectar la situación de los recursos y cumplir con las disposiciones de sus involucrados, estas delimitaciones ayudan a controlar la organización para beneficiar como corresponde a todos los actores.

1.2.6 Procesos de la Planificación Turística

El proceso de la planificación turística consiste en seguir una secuencia estructural y participativa de sus involucrados, permitiendo realizar una evaluación de sus fases, de modo que contribuya a los objetivos planteados para obtener los resultados, por lo que se describe la consistencia de su proceso.

ILUSTRACIÓN 1 Procesos de la Planificación Turística



Fuente: Departamento de Planificación del Servicio Nacional de Turismo, (2007)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

1.2.6.1 Organización y Asociación de los Grupos Locales

La participación de los involucrados es indispensable para aplicar estrategias y objetivos a fin que se les asigne responsabilidades para obtener un proceso integrado en su ejecución y los beneficios sean en acuerdo con las inquietudes dadas en la fase del desarrollo para coordinar las intenciones de sus actores.

1.2.6.2 Análisis de Temas Claves para la Comunidad

Mediante talleres participativos de los involucrados se plantean los factores a influir para obtener consecuciones en el proceso de la planificación. Así la toma de decisiones obtenga el éxito en todos los aspectos, que con un análisis exhaustivo se determinen los factores indispensables para alcanzar relevancia en el progreso y en los objetivos planteados por los involucrados en el ámbito interno y externo.

1.2.6.3 Desarrollo del Proceso de Planificación

Es el proceso de sus etapas donde el planificador identifica los factores que influyen en el plan, definiendo acciones para lograr una magnitud de los objetivos, cuestionándose como van a influir los programas y las estrategias a ejecutarse, teniendo en cuenta los recursos a utilizarse para obtener resultados favorables y beneficiar al sector.

1.2.6.4 Implementación y Seguimiento

Se realiza un seguimiento constante de las actividades programadas, inmersas en el plan, si en cada situación influye tal como se esperaba en su proceso, las mismas que deben enmarcarse en políticas y ordenanzas del sector, para lograr los objetivos en beneficios de sus actores y del destino.

1.2.6.5 Evaluación y Retroalimentación

Se debe organizar un grupo evaluador del proyecto que mediante el proceso realicen seguimientos oportunos, donde se verifique si las actividades van acorde al tiempo estimado y su costo presupuestado dentro del plan, está al límite de la estipulado, de tal manera que permita realizar una retroalimentación de las tareas para modificar su proceso si el caso lo amerita.

1.2.7 Herramientas de la Planificación Turística

Las herramientas constituyen la facilidad del trabajo de planificación de acuerdo al sentido deseado para determinar la precisión de las actividades a desarrollarse.

CUADRO 3 Herramientas de la Planificación Turística

ETAPAS	HERRAMIENTAS Y ACCIONES
1 Estudio Preliminar	Perfil del proyecto
	Marco lógico
	Presupuesto
	Cronograma de trabajo
2 Definición de Objetivos	Talleres Participativos
3 Estudios y Evaluaciones	Inventario, clasificación y jerarquización de atractivos turísticos e inventario de su oferta
	Elementos de infraestructura de servicios básicos
	Capacidad de carga y demanda turística
	Revisión de planes, políticas que afectan la actividad turística
	Encuestas de identificación de la capacidad y actitud de la comunidad receptora
4 Análisis y Síntesis	Análisis FODA
	Perfil del visitante y análisis de mercado
	Análisis de impacto ambiental
	Proyecciones de necesidades de alojamiento
	Análisis de uso del suelo y ordenamiento territorial
	Definición de productos turísticos
	Definición y caracterización de actividades turísticas potenciales
5 Formulación del plan	Redacción de políticas, visión y misión
	Identificación de estrategia
	implementación de programas
	Determinación de proyectos
	Presupuestos para los Proyectos
6 Ejecución y Evaluación	Definición de sistemas de monitoreo turístico
	Monitoreo ambiental
	Estructura del comité de seguimiento

Fuente: Herramientas del proceso de la Planificación Ricaurte, (2009)

Elaborado por: Borbor, R. (2013).

1.2.8 Plan de Desarrollo Turístico

El Plan de Desarrollo Turístico, se presenta como un instrumento base, donde se aplican estrategias para la gestión de la actividad turística, con el propósito de impulsar el desarrollo del turismo dentro de las comunidades y mejorar la economía social para beneficios propios de todos los actores involucrados.

Salleras, (2011) En un estudio similar manifiesta que:

“El plan de desarrollo turístico aborda las transformaciones materiales y simbólicas en el uso de un territorio y del incremento de la actividad turística, que se pueda impulsar el desarrollo turístico sustentable y se analicen recursos naturales y paisajes para la práctica a nivel local. Que no generen transformaciones que repercuten el territorio, medio ambiente, costumbre y práctica culturales de una población”

Un plan busca ocasionar diferentes transformaciones positivas dentro del sector y de sus recursos turísticos, debido a la implementación de actividades y programas, para obtener beneficios rentables. Donde muchos adquieren servicios y productos accesibles de sus atractivos que son el factor fundamental para desarrollar la actividad turística en las comunidades, obteniendo de ellos buenos resultados y beneficios económicos.

1.2.8.1 Direccionamiento del Plan de Desarrollo Turístico

El direccionamiento es la trayectoria hacia donde quiere dirigir todo el proceso de la planificación, es decir bajo que parámetros debe regirse para abarcar todo el desarrollo del plan, empezando por un estudio sistemático de los puntos claves que conllevan a la ejecución de estrategias

Es muy importante tener en cuenta y seguir la secuencia de la planificación para una recolección oportuna de la información exacta a través de fuentes disponibles que facilitan el trabajo y obtener resultados favorables en su procedimiento.

1.2.8.2 Importancia del Plan de Desarrollo Turístico

El plan de desarrollo turístico busca la organización, ejecución, ordenamiento y la gestión de acciones que contribuyan al beneficio del sector para alcanzar los objetivos, esperando ocasionar un cambio radical en el destino turístico. El uso de sus atractivos turísticos hace interactuar a los individuos con el espacio, realizando actividades sociales, culturales y deportivas, bajos parámetros de sostenibilidad para mantener conservado el sector y generar su desarrollo, ya que el turismo se emotiva por viajar o por conocer nuevos lugares.

La participación de sus involucrados y organizaciones locales, forman parte del conjunto operativo, ya que permiten potenciar los recursos responsablemente, presentando el destino y conservando la identidad cultural, de allí nacen las inquietudes de mayor prioridad para gestionar en la planificación. A continuación se mencionan las principales inquietudes a desarrollarse.

1. Propulsar el desarrollo turístico a través de los recursos existentes.
2. Trabajos en equipos con sus involucrados
3. Preservar y cuidar el medio ambiente donde se realiza el plan de acción
4. Seguridad y garantía de los beneficios mancomunados
5. Involucramiento de organizaciones públicas y privadas
6. Realizar cambio en beneficio del sector y la sociedad.
7. Cumplir con la Misión y Visión en periodo de tiempo.

1.2.9 Modelo de Planificación Turística

El presente modelo que propone Molina, (2005) consiste en dos fases específicas, que direccionan la planificación, mediante el análisis interno y externo para llegar al proceso de aplicación de las estrategias dadas en el campo de estudio. La primera consiste en una fase de definición para verificar las necesidades y la fase de aplicación consiste en el desarrollo de las estrategias para ejecutar la acción.

CUADRO 4 Modelo de la Planificación Turística

Fase de Definición	Fase de Diagnósis
	Fase de Prognosis
	Fines
	Estrategias
	Instrumento
Fase de Aplicación	Programación
	Presupuesto
	Instrumentación
	Evaluación

Fuente: Planificación Integral del Turismo Molina, (2005)
 Elaborado por: Borbor, R. (2013)

1.2.9.1 Fase de Definición

Primeramente se hace un análisis de la situación donde se emplea un plan de acción, cuyo objetivo es cambiar o modificar las situaciones para lograr satisfacer las perspectivas de quienes están inmersos en la ejecución tratando de cumplir con los objetivos propuesto.

1.2.9.1.1 Fase de Diagnósis

La determinación del experimento va acorde con el análisis situacional, es aquí donde se detalla el proceso evolutivo mediante el diagnóstico para trabajar en las modificaciones y cambiar los aspectos relevantes de un sector.

1.2.9.1.2 Fase de Prognosis

Está fundamentada en realizar un pronóstico general, para describir acciones que pueden tener impactos negativos que perjudiquen al realizar una acción, estas situaciones se analizan para ver las incidencias dentro del plan de ejecución.

1.2.9.1.2.1 Fines

Se reflejan los análisis de los resultados que se han obtenido mediante los primeros procesos, orientando al emprendedor a conseguir los planteamientos propuestos tratando de complacer a sus involucrados con los objetivos que con lleven al desarrollo del plan.

1.2.9.1.2.2 Estrategias

Son conjunto de habilidades que poseen las organizaciones y que se usan para plantear acciones que resuelvan los inconvenientes más relevantes del sector, generando expectativas positivas que deben ser consensuadas para cumplir con los objetivos determinados.

1.2.9.1.2.3 Instrumentos

Es el inicio de la transformación de la planificación para cumplir con éxito sus fases. Se desarrollan las alternativas para cada uno de los recursos, cumpliendo las etapas del proceso para conseguir el desarrollo de los objetivos planteados.

1.2.9.2 Fase de Aplicación

Es el inicio de la transformación de la planificación para cumplir con éxito sus fases. Se desarrollan las alternativas para cada uno de los recursos, cumpliendo las etapas del proceso para conseguir el desarrollo de los objetivos planteados.

1.2.9.2.1 Programación

Molina, (2005) manifiesta que la programación consiste en: “Mediante la programación se pueden determinar con precisión los diferentes pasos, actividades y tareas que dan forma al desarrollo”.

Es decir es la secuencia y la accesibilidad de todas las cosas que se han programado para lograr el cumplimiento de las etapas establecidas. Aquí empieza a elaborarse las estructuras de los paquetes, utilizando instrumentos para desarrollar la planificación.

1.2.9.2.2 Presupuesto

El presupuesto se plantea en la fase de inicio de la planificación, que consiste en la designación de los recursos económicos para los programas que se espera realizar, cuyo fin permita dar el cumplimiento de cada tarea.

Durante el procedimiento de inversión se revisará cada detalle para determinar los gastos necesarios que deben amortizarse para no perjudicar su desarrollo y realizar el costo-beneficio del plan de acción

1.2.9.2.3 Evaluación

Es proceso sistemático diseñado intencionalmente para hacer la inspección de cada una de las tareas, para el efecto de validez y calidad, se lo realiza durante toda la acción de la planificación, hasta que finalicen los programas que han sido diseñados en su procedimiento para notar la validación de sus efectos. Toda planificación a medida que se ejecutan las acciones, es pertinente revisar su proceso para ir complementando las fases y determinar la efectividad del plan comparando la realidad del cambio circunstancial.

1.2.10 Modelo Básico de Planificación Turística

El modelo básico de planificación presentado por Ivars, (2003) consigue dar una estructura estratégica, buscando la competencia del destino en base a programas para desarrollar el turismo en los sectores, haciendo un análisis exhaustivo en el aspecto interno para dar forma del plan a ejecutarse.

ILUSTRACIÓN 2 Modelo Básico de Planificación turística.



Fuente: Modelo Básico de Ivars, (2003)
Elaborado por: Borbor, R. (2013).

1.2.11 Diagnóstico Situacional.

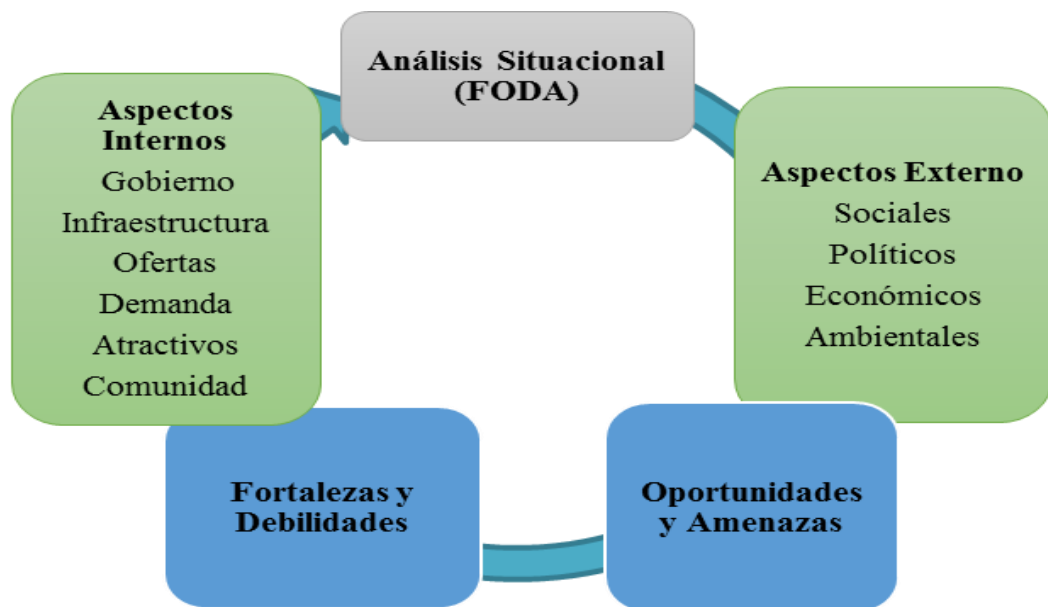
El diagnóstico situacional es el procedimiento metodológico que se realiza para conocer e identificar a fondo las causas y los efectos más relevantes de una situación, sean aspectos positivos o negativos que mediante el análisis se pueden determinar las posibles estrategias para minimizar las dificultades y desarrollar un sector en el aspecto turístico. Este es el primer procedimiento de la planificación para conocer el objeto que se quiere trabajar para lograr cambios progresivos.

Permite conocer los aspectos internos y externos que influyen en la ejecución de una planificación, verificando las ventajas y desventajas que poseen un lugar, para luego de su interpretación concluir con resultados favorables que conlleven al desarrollo de los objetivos.

1.2.12 Análisis FODA

Para el análisis interno y externo de un sector se desarrolla una variedad de estudios para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que cuando son identificadas se aplican estrategias para aplicar acciones.

ILUSTRACIÓN 3 Análisis FODA para Destinos Turísticos



Elaborador por: Borbor, R. (2013) a partir de Molina, (2005).

1.2.12.1 Fortalezas

Son elementos internos que dan las posibilidades de hacer fuerte a un destino o sector, es decir poseen un temperamento único que facilitan el manejo de sus recursos. Se utilizan para aplicar alternativas en función al desarrollo deseado.

1.2.12.2 Oportunidades

Son medios externos que benefician de forma directa al sector, situaciones positivas para cambios efectivos que deben ser aprovechados al máximo buscando desarrollar un sector y potenciar los atractivos turísticos.

1.2.12.3 Debilidades

Elementos internos que causan una serie de inconvenientes dentro de una organización o sector, estos dificultan o infieren en el proceso de desarrollo de la planificación que al momento que son identificados, deben ser minimizadas mediante estrategias para lograr los objetivos planteados en su proceso de desarrollo.

1.2.12.4 Amenazas

Son situaciones o hechos externos que repercuten en una organización de una empresa, institución o destino que afectan directamente al sector en su desarrollo o que dificultan la acción que una vez que son identificados, deben ser minimizadas mediante análisis para un control de las acciones.

1.2.13 Misión

Es el direccionamiento hacia la objetividad que un destino pretende alcanzar las metas establecidas por el ente humano de una organización donde se refleja la razón de su existencia dentro del entorno que se desenvuelve un organismo.

1.2.14 Visión

Son las aspiraciones más relevantes de los involucrados hacia donde quieren dirigir su destino, en base al procedimiento de proyectos que es la idea principal para organizarse y lograr los objetivos en un largo plazo a la eficiencia del sector.

1.2.15 Políticas

Son los lineamientos que se estructuran para llevar una organización sostenida al manejo de los recursos de forma equilibrada, se rigen a través de las

organizaciones externa e internas para un trabajo coordinado las mismas que constituyen acciones de forma responsable con los medios.

1.2.16 Objetivos

Los objetivos describen los fines de la sociedad, donde los implicados se integran con la intención de cumplir los propósito establecidos en un corto o largo plazo. Toledo, (2002) Manifiesta: “Es el propósito general y estratégico de la investigación, representan la meta a alcanzar que generalmente se corresponden con la solución del problema científico. También determinan el alcance de la investigación”

1.2.17 Proyecto

El proyecto es un plan que presenta varias técnicas metodológicas, utilizando recursos para emprender situaciones accesibles que benefician la parcela de un sector, formados con objetivos que aclaran el designio de su ejecución.

1.3 COMPETITIVIDAD

La competitividad consiste en poner en manifiesto los recursos materiales, humanos, biológicos o herramientas que poseen para alcanzar sus metas de forma privilegiada y enaltecida, estos recursos hacen la diferencia de los demás con un similar servicios dentro de su entorno, que en muchos casos consiguen expandir sus productos de forma responsable para obtener beneficios rentables.

Para Bordas (1993) citado por Jiménez & Aquino, (2011) manifiesta que:

“La capacidad de un país, industria, región o empresa de alcanzar sus objetivos de forma superior al promedio de las organizaciones en el nivel de referencia y de forma sostenible, es decir, la capacidad de obtener rentabilidad de las inversiones superior al promedio y con bajos costos sociales y ambientales”

1.3.1 La Competitividad Turística

La competitividad turística en una confrontación de lucha de los destinos turísticos que día a día se esmeran en proponer a mejorar la situación de sus recursos, productos y servicio capaz de hacer una diferencia de su producción que refiriéndose a su competencia le hacen único y diverso.

Rodríguez & Carrasqueira, (2011) manifiestan que: “persigue esencialmente fines económicos, o sea, la competitividad por el mercado; en el caso del turismo, los mercados emisores de demanda turística”.

El costo de sus productos y la diversidad de oferta que disponen, son los que más llaman la atención a su consumo basados en su calidad para conseguir la fidelidad de sus clientes y ser competitivos.

1.3.2 Estrategias de Competitividad.

La estrategia competitiva consiste básicamente en la búsqueda estandarizada de un posicionamiento en el mercado actual, donde un establecimiento o institución se organiza para tratar de mantenerse en una posición factible, visible y estratégica para que los consumidores escojan su producción.

1.3.3 Estrategias de Mercados

El posicionamiento actual del destino, ayuda a identificar que recursos tiene un destino turístico y a que segmentos de turistas están dirigidos sus productos, en particular sirve para denotar cuán importante es un sector en el mercado.

Los recursos con que se cuenta para ofertar son la fortaleza de los destinos u organizaciones para ser más competitivos a diferencia de otros destinos que lo hacen único en un sector con el objetivo de ser más rentable.

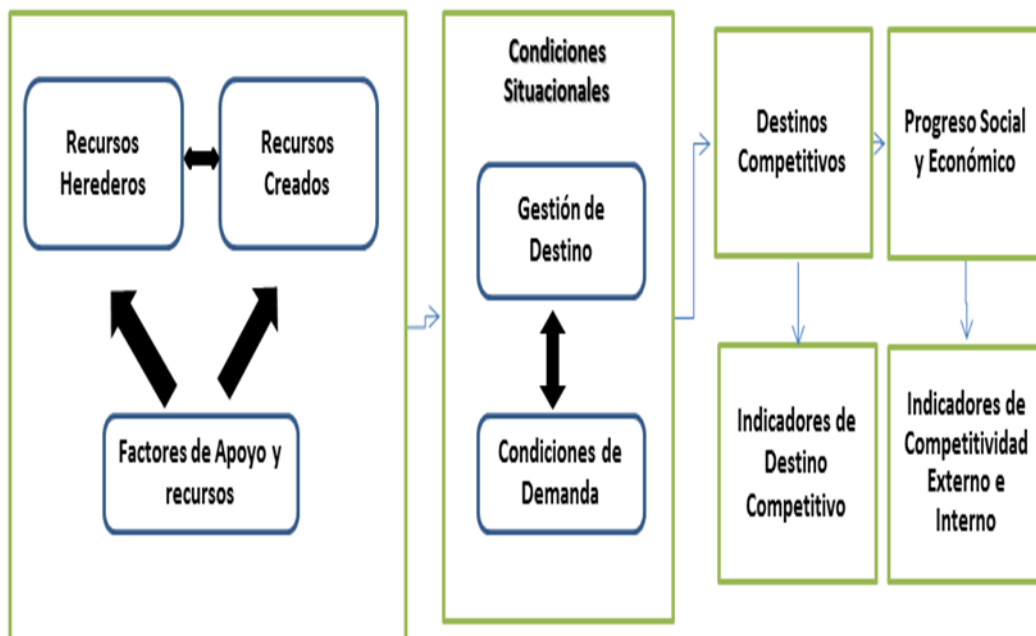
1.3.4 Estrategias para el Posicionamiento del Destino.

Consiste en la ubicación estratégica de un destino cómo desea ser visto ante la demanda, su ideal se constituye en el perfeccionamiento de sus productos para potenciar lo que más venden, mostrando un objeto de atracción a su consumo basado en la calidad y calidez de sus productos para conseguir la fidelidad de sus consumidores, buscando estratégicamente enrolarse en nuevos mercados.

1.3.5 Modelo de Competitividad Turística.

El modelo de competitividad se basa en las exigencias del turismo a fin de mantener mayor afluencia, tal como lo propone Jiménez & Aquino, (2011).

ILUSTRACIÓN 4 Modelo Integral de destino Turístico Competitivo



Fuente: Propuesta de Modelo de Competitividad del Destino turístico Jiménez & Aquino, (2011)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

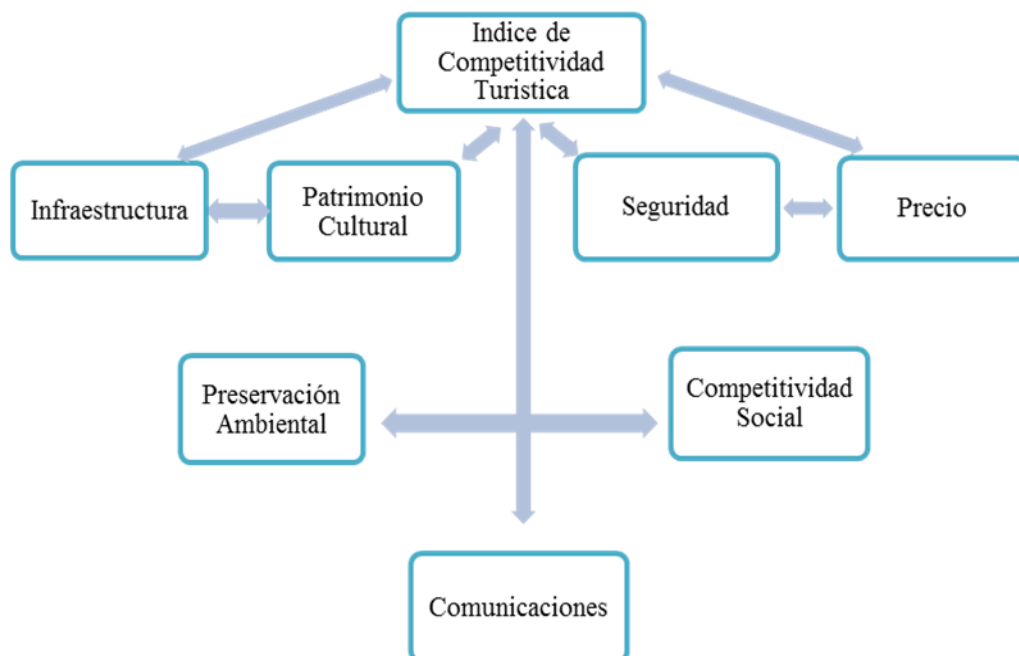
El presente modelo integra varios componentes que influyen en el proceso para conseguir la competitividad del destino, los mismos que corresponden a todos los recursos disponibles de un sector, tomando en cuenta que factor influyente el

medio de su contexto. Se hace un estudio general de cómo está poseionado el destino y por consiguiente la gestión turística, cuáles son las condiciones actuales para competir en el mercado nacional e internacional y finalmente se analiza la línea de competencia que existe en el contorno observando a los competidores internos y externos.

1.3.6 Elementos de la Competitividad Turística

En el mundo de la competencia se considera tomar en cuenta los elementos tal como lo interpreta Rodríguez & Carrasqueira, (2011) clasificado de la siguiente manera para lograr una comprensión descrita de la siguiente ilustración.

ILUSTRACIÓN 5 Índice de la Competitividad Turística



Fuente: Análisis del Desempeño Competitivo de los Destinos turísticos Rodríguez & Carrasqueira, (2011)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

- a) Infraestructura: Lugar que posee vías de accesibilidad adecuada y estructuradas con líneas de transporte para el servicio público, como poseer

servicios básicos (agua, electricidad, sanitarios y medios de comunicación).

- b) Patrimonio Cultural: Es optar por instalaciones de servicios turísticos culturales que cause interés para satisfacer al cliente, con equipamientos de infraestructuras de alojamiento, alimentación, y esparcimiento que se base en calidad para que mediante un precio accesible beneficie a la demanda actual.
- c) El Precio: Estos deben estar acorde con el valor de sus productos y ser accesibles indicando señales de entradas para la ocupación de sus servicios.
- d) La Seguridad: mantener el orden público y lugares de cuidados que brinden servicios médicos ante cualquier circunstancia de accidentes de los visitantes y que brinden la garantía de cuidar los bienes de cada visitante.
- e) La Responsabilidad con el Medio Ambiente: Todo individuo sea propio del lugar o extraño debe mantener el orden del lugar y ser responsable con el medio para mantener limpios la zona sin afectar los recursos para la satisfacción del futuro visitante.
- f) Competitividad Social: Es necesario contar con un personal altamente capacitado en las diferentes áreas que posee un destino para atender al cliente de manera cortés y que el mismo se sienta satisfecho cuando visita un destino turístico.
- g) La Comunicación: En todo espacio es necesario contar con servicio de vías de comunicación específicamente con internet ya que es la fuente que más se utiliza a nivel mundial para comunicarse.

Estos componentes influyen en el direccionamiento de la competitividad para que los destinos turísticos busquen alternativas para ser considerados en el mercado de la industria turística, ya que se toma como principio la organización de sus productos y la mejora de sus recursos para enrolarse en la plaza de la demanda actual.

1.3.7 Ventaja Comparativa

Las preeminencias competitivas se basan en actividades exclusivas e innovadoras para enrolarse en la competitividad. Estos recursos atraen un segmento mayoritario del turismo que busca nuevas experiencias involucrándose en sus costumbres, tradiciones y cultura. Aquí se toma en cuenta los recursos que hacen fuerte al destino, dando la fortaleza para ser competitivos en el mercado que se fundamentan a la consigna de implementar el flujo turístico para mejorar la situación del lugar.

1.3.8 Ventaja Competitiva

La ventaja competitividad es la mayor fortaleza que puede tener un destino para mostrarse en el accionar de sus competidores, el objetivo es realizar una transformación de todos los productos a ofertarse para atraer a su consumo.

Orta, (2005) citado por Jiménez & Aquino, (2011) señalan que:

“Un destino es más competitivo cuando más recursos directos e indirectos disponga, hacia un enfoque basado en la teoría de la ventaja competitiva. Esta teoría establece que un destino es más competitivo cuando mayor sea la capacidad de los gestores del mismo para agregar valor a un producto o servicio igualmente comercializado en otros destinos competidores”

La competitividad se centra en la esencia y la calidez de las actividades socioculturales, naturales y de aventuras para mantener el espacio de ventaja. Un

sector competitivo es el que genera o produce a gran cantidad los bienes y servicios con diferentes características de calidad para ser aceptados por el cliente.

ILUSTRACIÓN 6 Las Cinco Fuerzas de la Competitiva Turística



Fuente: Las Ventajas Competitivas de Porter (1989)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

- a) Amenazas de Nuevos Ingresos al Mercado Turístico: Tener siempre en cuenta o estar a la perspectiva de nuevos negocios que quieren introducirse en el mercado, es decir son entidades externas que buscan beneficiarse entrando en un destino desarrollado o por desarrollarse.
- b) Poder de Negociación de la Demanda: Es la principal ventaja que un destino turístico debe poseer para poder vender sus productos, la negociación es una oportunidad que se los presenta donde muestran la variedad de sus recursos y la calidad que estos tienen para el beneficio de su consumo.

- c) Amenazas de Productos o Servicios Sustitutos: Son nuevos productos competitivos que intervienen en el mercado local perjudicando a los que ya estaban establecido, por lo que se recomienda la renovación o actualización de varios elementos para que no terminen con el negocio.

- d) Poder de Negociación de Proveedores: Es cuando el productor ha crecido y requiere impartir a mayor cantidad su producción, acaparando el mercado existente y están en la capacidad de distribuir a todos los mercados.

- e) Rivalidad entre los Destinos Competidores: Es la lucha constante que tienen los destinos turísticos para vender sus productos, que en muchos casos no se considera los costes de los mismo, ofertando por debajo de la competencia, que de manera generalizada ocasionan perdida de los recursos.

En muchos casos para no encontrarse afectado por estos elementos se debe actuar con mucha cautela, como realizar compras mediante la escala de economía para equilibrar la producción, o reformar estatutos que son barreras para no permitir el ingreso fácilmente de nuevas competencias.

1.3.9 Productos Turísticos

Es la fuente principal que se utiliza para atraer al cliente a un determinado lugar, que de acuerdo a sus necesidades presentes se busca satisfacer. Se pueden presentar productos con ciertas características para que sean provechosos en su consumo, obteniendo un incremento económico a través de sus ventas.

Aboy & García, (2010) definen al producto como: “Una combinación de prestaciones y ofertas, tangibles e intangibles, que proporcionan al demandante una satisfacción y un disfrute en respuesta a sus expectativas y motivaciones”

1.3.10 Producto Turístico Genérico

El producto genérico de un sector turístico es la diversificación de sus atractivos que poseen para atraer al turismo en su sector tratando de desempeñar diferentes actividades relacionadas con los deportes de aventuras que hacen una diferencia de los otros destinos para ser competitivos al momento de ofertar sus productos.

1.3.11 Turismo Sostenible

El turismo sostenible está enmarcado en la conservación de los recursos turísticos tratando de mejorar sus aspectos para el desarrollo de sus actividades. Para Corredor, Cabeza, & Cabeza, (2008) señalan.

“Es un compromiso con la gente del presente y del futuro, ya que el turismo es una actividad que propicia de manera integral la equidad social, el equilibrio ambiental, el crecimiento económico y el desarrollo humano, preservando la calidad de vida de las generaciones. Se construye de manera corresponsable en la propia comunidad, conservando sus valores históricos, culturales, socioeconómicos y ambientales”

Los destinos turísticos se enfocan en utilizar estrategias responsables para obtener un turismo sostenible que contribuya con los medios, sin deteriorarlo más bien que sean cuidadosos con el medio y poder mantener los recursos a largo periodo de tiempo. Estos destinos se benefician mediante la sostenibilidad, con fuentes de empleos ofreciendo productos responsablemente para tener mayores ingresos tomando en cuenta los valores de sus patrimonios culturales y sin adoptar otras culturas para su identidad propia.

1.3.12 Servicios Turísticos

Es el conjunto de bienes que prestan las facilidades del caso para el aprovechamiento de los visitantes, se basa en la prestación de sus recursos

disponibles para la actividad turística con el objetivo de satisfacer a sus consumidores, ya que requieren servicio para sus necesidades actuales.

Martínez, (2005) indica que:

“Están conformados por varios elementos, como transporte, alojamiento, alimentación y bebidas, esparcimiento e información que se ofrecen en el mercado por un precio, y cuya condición al estar en función del tiempo es que no se puede almacenar”

1.3.13 Marketing Turístico

El marketing es un instrumento fundamental que sirve para presentar los recursos y potenciar hacia sus consumidores. Los destinos ejercen esta actividad para ser más llamativo en sus patrimonios, utilizando varias herramientas específicas para que conozcan sus productos.

Pascarella & Fontes, (2009) deducen que:

“Es una herramienta fundamental en la organización de la provisión de información y la persuasión de los potenciales turistas; debido a que en la medida que ellos ganan experiencia en la visita de otros destinos, su percepción de calidad, directamente ligada a la competitividad, puede desempeñar un papel determinante en la repetición de la visita o en la recomendación del destino”

Para la ejecución del marketing se fija en la segmentación del mercado y dirigir sus productos con precios accesibles hacia sus clientes, creando su propia imagen que lo identifiquen del resto, acogiéndose a un slogan para persuadir a la demanda actual a que acoja su oferta disponible.

1.3.14 Promoción y Difusión de Atractivos Turísticos

Consiste en la ventaja para vender sus productos tratando de persuadir a sus consumidores mediante la comunicación de sus recursos, mediante la utilización

de ciertas herramientas para dar a conocer al turismo la variedad de elementos que un destino turístico ofrece.

1.3.14.1 La Promoción Turística

La promoción se basa en la estrategia del poder adquisitivo donde los productos son ofertados de manera espacial para motivar a los consumidores. Se pueden utilizar medios comunicativos para difundir los recursos del destino donde se pone en manifiesto los atractivos y sus infraestructuras para influir en su decisión, basado en la credibilidad para no causar una desilusión al visitante.

Da Cruz & De Camargo, (2007) describen que:

“La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección de destino y en el proceso de compra”

1.3.14.2 La Difusión Turística

Consiste en la utilización de herramientas como materiales masivos y no masivos (trípticos, dípticos, folletos, etc.) que contengan información básica del sector para dar a conocer un destino turístico en su aspecto interno y externo.

Igualmente se lo realiza a través de la utilización de medios de comunicación (televisivos, radiodifusión, internet) donde se resalta la información más relevante del destino turístico para llegar a persuadir a los interesados en viajes.

1.4 MARCO LEGAL DE LA INVESTIGACIÓN

Para lograr una buena planificación turística, es recomendable acogerse a una serie de políticas, estrategias y objetivos de organismos estatales que permitan establecer un funcionamiento estable de los destinos turísticos.

1.4.1 La Constitución del Ecuador

El Gobierno Ecuatoriano busca promover el turismo a través del desarrollo sustentable de sus recursos naturales y culturales mediante una planificación estructuradas en todos los aspectos de los sectores para lograr la erradicación de la pobreza de sus habitantes y lograr el buen vivir.

En la Asamblea Nacional del Ecuador, (2008) se propone el artículo 3 numeral 4 donde se señalan que:

“Se debe promover el desarrollo sustentable de sus recursos en base a una planificación para poder erradicar la pobreza en varios sectores y alcanzar el buen vivir en base a sus recursos y la riqueza natural”

1.4.2 La Ley del Turismo del Ecuador

El Ministerio de Turismo, (2007) propaga y establece reglamentos y normas para cumplir los ejercicios de la actividad turística para fomentar el turismo en el Ecuador, ley que da forma y jerarquización a los establecimientos y sectores dedicados al servicio turístico para mejorar su oferta en el que se menciona los siguientes principios.

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

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

Literal c): El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.

Literal d): La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

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

Estos artículos orientan a los establecimientos que brindan servicios al turista que es lo que deben de hacer y cumplir ciertos requisitos para ejercer sus actividades, entre ellos obtener su licencia de funcionamiento que les otorga el ministerio de turismo con el propósito de fomentar, regular y controlar el proceso de la actividad turística.

1.4.3 Plan Nacional de Buen Vivir.

Dentro de las políticas del Plan Nacional del Buen Vivir diseñado por el Semplades, (2013) definen objetivos y estrategias con el propósito de regular los servicios y los recursos para beneficiar a los ecuatorianos de acuerdo a sus necesidades y competencias.

Con respecto a los recursos naturales y culturales que son el patrimonio del estado deben ser valorados en su aprovechamiento de manera racional y responsable, tratando de mantenerlo en la “Sostenibilidad y la Sustentabilidad garantizando los derechos de la naturaleza en base a sus componentes tangibles e intangibles con precio justo y equitativos”.

1.4.4 Plan Nacional de Desarrollo Turístico del Ecuador (PLANDETUR)

El Plandetur con una proyección para el año 2020, fue desarrollado por el Ministerio de Turismo, (2007) que tiene como objetivo, orientar al proceso de

desarrollo de turismo sostenible como principal fundamento de las comunidades para mejorarla la economía de sus habitantes, mediante planes de acción.

Dentro de las políticas del PLANDETUR 2020 se busca la gestión coordinada de los involucrados para acondicionar los recursos turísticos como eje dinamizador de la economía y la satisfacción de la demanda, comprometidos a cuidar el medio ambiente aprovechando sus ventajas comparativas y conservando los patrimonios del sector para ser competitivos en el mercado actual.

1.4.5 Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

El COOTAD fue estructurado para que los gobiernos autónomos Descentralizados (GAD) cumplan con su competencia y responsabilidad de ayudar a convertir los destinos turísticos de su jurisdicción mediante planificaciones para erradicar la pobreza. Tal como lo estipula su artículo 4 para lograr el buen vivir y promover la actividad turística de sus espacios como dice el artículo 54.

Políticas que contribuyen con los fines, competencia y funciones de los gobiernos seccionales para construir el progreso y desarrollo de sus comunidades, proyectándose a una visión consolidada e integral para la seguridad de los aspectos sociales, económicos, ambientales, culturales e institucionales armonizados con el territorio para aportar a un desarrollo justo y equitativo del país.

1.4.6 Reglamento Interno de la Comunidad de Valdivia

Este reglamento se fortalece en diseñar una estructuración benéfica a la comunidad y sus habitantes en el que radica la “formación profesional y la capacitación de su poblado para el progreso de sus familias” mediante la

ejecución de proyectos desarrollados por organismos o por gente local tal como la ha desarrollado la Asamblea General de la Comuna Valdivia, (1976).

Esto influye de una u otra manera la garantía de ejecutar un plan de desarrollo turístico que tenga esa confiabilidad de alcanzar los objetivos propuestos enmarcados en sus propios intereses y bajos los parámetros del sector para no perjudicar su ordenamiento territorial.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación desarrollado se orientó en un diseño no experimental, que consiste específicamente en la observación de campo y manifestar sobre la situación, tal como suceden las cosas. Tratando de mantener los medios reales en base a la observación de los hechos, sin construir ninguna situación que no suceda y sin repercutir en las variables independientes.

Este diseño se da por la situación de que las variables independientes en el sector que ya están planteadas, es decir fueron provocadas por alguna situación o circunstancia y no se puede inferir sobre ellas.

Kerlinger & Lee, (2002) Manifiesta lo siguiente:

“Es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee el control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa sobre la variación simultánea de las variables independientes y dependientes”

Es empírica por las indicaciones que se da en la investigación no experimental, donde lo principal es analizar la situación de la comunidad en este caso, a través de la observación se logró conocer aspectos relevantes en base a los problemas, para conocer los acontecimientos que lo llevaron a su ejecución, pero las circunstancias ocurrieron por alguna situación, ya estaban planteadas donde mediante el análisis se espera resolver los inconvenientes aplicando estrategias en base al estudio para mejorar la situación actual del sector.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación está sustentada en base a una secuencia de estudios e instrumentos, que ayudan al aporte de cierta información, mediante la recolección de datos que resultó oportuna aplicar técnicas de desarrollo, guiándose bajo lineamientos organizativos para obtener un fin en la investigación desarrollada.

2.2.1 Nivel de Estudios Desarrollados

2.2.1.1 Estudios Correlacionales

A pesar que se ha planteado un diseño no experimental, dentro de esta investigación, se trata de dar una relación entre las variables que se han identificado en el proceso de la investigación. Su importancia es asemejar las relaciones causales entre las variables independientes y dependientes que se identificaron para conocer a fondo desde donde ocurren los hechos y los acontecimientos suscitados, analizando los efectos y las causas donde se presentó soluciones pertinentes de acuerdo al caso planteado.

2.2.1.2 Estudios Exploratorios

Éste estudio permitió conjugar la información obtenida en el trabajo de campo y lo que se consiguió en las fuentes primarias y secundarias para que a través de su análisis, tenga el propósito de una investigación sistemática, donde se destacan los aspectos fundamentales para direccionarse a encontrar semblantes que sean adecuados para el procedimiento del trabajo desarrollado.

Mediante el estudio exploratorio se pudo indagar y examinar todo el contexto de la información obtenida a través de los involucrados del sector, donde se conoció a fondo temas relevantes sobre la situación o problemas que son pocos conocidos, tal como lo dispuso Hernández, Fernández, & Baptista, (2010).

2.2.1.3 Estudios Descriptivos

Investigación que fue utilizado en base al trabajo factible de legalización donde se refirió específicamente en la interpretación de la situación del sector mediante la observación, permitiendo caracterizar los efectos de un objeto mediante su análisis para describir su importancia y significado alcanzado su desarrollo.

Igualmente permitió describir las características más comunes de sus habitantes y la manera en que comúnmente viven, a que dedican y como se identifican particularmente, que fue descrita con mucha cautela bajo esta modalidad para obtener la veracidad del caso.

Bernal, (2010) deduce que: “Se deben describir aquellos aspectos más característico, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás”.

Es de vital importancia, que se profundice sobre la particularidad de los elementos más relevantes que integran esta colectividad para mostrar ante el universo turístico.

2.2.1.4 Estudios Explicativos

Mediante el estudio explicativo se analizó los resultados obtenidos en el trabajo de campo, donde su proceso actúa como mediador en el proceso evolutivo, tratando de informar o responder las circunstancias dadas en la comunidad que condicionan el proceso de avance, así evaluar las combinaciones investigativas para obtener los aspectos que intervienen en su desarrollo.

Mediante la aplicación de éste estudio se presentó las situaciones de los hechos de forma explícita llevadas en efecto para aclarar sus acontecimientos y responder con acciones sobre las situaciones dadas.

Tal como lo dispone Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) que aclara “Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno u en qué condiciones se manifiesta, o por qué relacionan dos o más variables”.

2.2.1.5 Estudios Históricos

Mediante el estudio histórico se busca concretar ciertas particularidades con el objeto de examinar los sucesos pasados e interpretarlos con el presente, la cuestión es que en base a este estudio se reconstruya los acontecimientos más representativos de manera objetiva apoyándose en los hechos, ideas y los pensamientos lógicos de cada uno de sus actores involucrados. Mediante éste estudio se requiere conocer los antecedentes del sector y las organizaciones donde se llevó a cabo la acción investigativa, la misma que servirán para el respaldo de su ejecución.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para un procedimiento lógico del trabajo se utilizaron diferentes tipos de investigación que ayudaron a obtener la información correcta para el desarrollo de la planificación, tomando en cuenta ciertas particularidades que determinan el trabajo desarrollado.

2.3.1 Investigación Documental

El trabajo de investigación desarrollado, se apoya en las bases bibliográficas de documentos de bibliotecas que contienen información sobre el trabajo desarrollado con relación al tema, tal como lo señala Bernal, (2010)

“Consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, postura o estado actual del conocimiento respecto al tema de estudio”

Esta investigación permitió el análisis de la información encontrada y comparar los resultados del objeto de estudio, describiendo los aspectos a través de la revisión de los textos encontrados, como revistas y archivos de la organización que han sido gestionados por sus organismos.

2.3.2 Investigación de Campo

El objeto de éste estudio se llevó a cabo con la consistencia y la hospitalidad de los habitantes del sector, donde se pudo aplicar instrumentos para una recopilación de la información, que mediante análisis se procedió a dar forma de las novedades suscitadas, obteniendo como base resultados factibles de un plan favor del turismo y del sector.

Paredes, (2009) propone que la investigación de campo consiste en:

“Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetos del proyecto”

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos ayudan al direccionamiento del trabajo para obtener resultados favorables en su ejecución, por esa razón se mencionan los métodos utilizados.

2.4.1 Método Deductivo

Mediante el uso del método deductivo se pudo realizar un estudio generalizado de toda la situación, permitiendo realizar una especulación de las conclusiones identificadas para el análisis de los resultados, de esta forma poder desglosar las particularidades de la investigación para la aplicación de las posibles soluciones y explicar nuevas comprobaciones con los resultados obtenidos.

2.4.2 Método Inductivo

Con el método inductivo se pudo realizar el razonamiento de las causas dadas en la investigación de forma generalizada, para manejarlas en base a su comportamiento, de manera que aportaron al conocimiento eficaz de los sucesos de forma individual logrando obtener resultados favorables descomponiendo ciertas premisas en el conjunto de la investigación.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas de investigación permitieron obtener una accesibilidad de la información en el que se dedujeron varias características para aplicarlas a la realidad de los hechos.

2.5.1 Técnica Documental

El trabajo de investigación realizado en la comuna Valdivia se constituyó específicamente en la táctica de revisar materiales técnicos, encontrados en las bibliotecas públicas que contenían información de estudios similares. Se recurrió en primeras instancias a documentos relacionados con el tema como archivos de la comunidad y textos que contenían información necesaria para un trabajo adquisitivo que facilitará el proceso de la recolección de datos para aclarar ciertas particularidades.

2.5.2 Técnica de Campo

El objetivo del trabajo de campo fue secuencial porque se basó en una línea que permitió llevar un proceso rígido de los datos obtenidos en el trabajo de campo, apoyándose exactamente en la observación directa de los acontecimientos que fue el primer trabajo realizado, compareciendo con información los mismos habitantes del sector para una veracidad del objeto de estudio.

Mediante una interrogación específica a sus involucrados del sector en base a instrumentos como encuestas y entrevistas se pudo comprobar que este sector requería de un estudio especializado, por lo que una de las estrategias utilizadas era trabajar con los comuneros de este sector.

En el campo de estudio se obtuvo la mayor parte de los resultados de la investigación, ya que es allí donde se tiene contacto directo con los pobladores quienes fueron los que brindaron la información oportuna de los casos a estudiarse mediante las encuestas aplicadas.

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

En ésta investigación se aplicaron varios instrumentos de gran utilidad para obtener la información y conocer la situación real de cómo piensan los habitantes del sector sobre el trabajo de investigación que se implantó en el sector.

2.6.1 Observación Directa

La observación directa es el primer trabajo llevado a cabo para conocer de manera fructífera los acontecimientos y sucesos que ocurrieron en el preciso momento. Este trabajo se la realizó mediante el uso de fichas y planes de trabajo donde se fundamenta la participación de los actores para saber qué es lo que piensan del proceso del trabajo que se estaba ejecutando.

2.6.2 Entrevistas

Este instrumento es el que sirvió como punto de partida para entablar una plática a fondo entre los sujetos enrolados en el campo de estudio, los mismos que proporcionaron información exacta para extraerlos, mediante el análisis y revelar los resultados que ayuden a ejecutar nuevas proyectos en beneficio de la comunidad.

Mediante esta técnica se conoció la incidencia que tenía el trabajo a desarrollarse logrando conocer las expectativas de los habitantes, organismos y dirigentes del sector denotando cuan factible era y si permitían el desarrollo del trabajo dotándolo de un tiempo necesario para interpretar sus manifestaciones sobre las circunstancias llevadas a cabo.

2.6.3 Encuestas

Mediante esta técnica se obtuvo repuestas favorables en su indagación, ya que se conoció a fondo las opiniones vertidas de cada una de los encuetados y las principales necesidades que tienen los pobladores de esta comunidad. Igualmente sirvió para conocer varias actitudes y los beneficios que desean obtener de forma generalizada ya que en su mayoría desean que los favores sean mancomunados y no parcializados.

Toledo, (2002) manifiesta que “Se emplea para investigar masivamente determinados hechos o fenómenos, para conocer opiniones de la población o de colectivos”.

Una vez que fueron identificados el grupo de trabajo, al cual se lo identifica mediante la aplicación de una muestra, se requiere plantear preguntas claves que determinen lo que se quiere conocer a fondo y cuál es la situación del sector donde se emplea el trabajo.

2.6.4 Fichas de Empleos

2.6.4.1 Ficha de Observación de Campo

Para una recolección específica y exacta de la información técnica, se aplicó una ficha para la realización de la observación de campo, donde detallan elementos específicos del objeto de estudio y deducir la factibilidad del trabajo que se

desarrollaba en el sector y llegar a conclusiones sistemáticas para las posibles soluciones que se suscitan en el campo de estudio.

2.6.4.2 Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos

Esta ficha llevó el proceso de inventario de los atractivos turísticos naturales y culturales, además sirvió para ordenar y categorizar las fuentes de atractivos existentes en la comunidad dando el valor de su importancia para desarrollar la actividad turística. En ella se describieron características específicas de sus infraestructuras y del estado actual para potenciarlo, hacia un turismo acogedor de las diversidades de sus recursos.

2.6.4.3 Ficha de Caracterización de la Demanda

Mediante la aplicación de esta ficha se puede describir las características específicas de los visitantes que llegan a esta comunidad, para saber cuan movimiento existe en este sector. A través de los datos obtenidos se pudo denotar que recursos utilizan más a menudo y que lo que prefieren cuando visitan un sector. En base a ésta ficha se conoció el perfil del turista que llega a esta provincia, como realizan sus viajes al momento de seleccionar un destino turístico y el gasto promedio que hacen cuando degusta de la variedad o diversidad de los destinos turísticos de la provincia de Santa Elena.

2.7 LA POBLACIÓN

La población se la define como el conjunto de todos sus elementos que componen un todo o sector donde habitan una serie de espacios o individuos para la obtención de información, en este caso la comunidad de Valdivia en el que se requiere aplicar herramientas para conocer la situación actual y sus intereses para la ejecución del tema el que cuenta aproximadamente con 5.000 habitantes, que después de la obtención del resultados se pueda actuar con posibles soluciones.

2.8 UNIVERSO

Según datos proporcionados por el cabildo comunal del periodo 2013, el último censo realizado fue en el año 2011, mediante la colaboración de varias organizaciones públicas en el que se determinó que la comuna Valdivia cuenta con 873 jefes de familia dedicados a diferentes actividades dentro del entorno.

Igualmente se pudo conseguir datos estadísticos de turistas que ingresaron hacia la comunidad, gracias a la colaboración del Acuario Valdivia, donde manifiestan que 2.030 turistas, ingresaron en el feriado de carnaval 2013. A los dirigentes comunales y personal del Acuario y Museo se les aplicaron entrevista para conocer la representatividad que tienen y descifrar qué expectativas tienen con el tema a desarrollarse en su sector.

CUADRO 5 Datos Estadísticos de la Comuna Valdivia

SEGMENTACIÓN	POBLACIÓN
Población de la Comuna Valdivia	873
Turistas del Acuario	2.030
Directivos Comunales	5
TOTAL	2908

Fuente: Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

2.9 MUESTRA

La muestra es una porción determinada de un conjunto de individuos que se obtiene mediante la aplicación de una fórmula para obtener información favorable a través de ellos. En éste caso es la representación de la comuna Valdivia.

Toledo, (2002) manifiesta que “La muestra podría definirse como el subconjunto representativo de la población, extraído por procedimientos técnicos que brinda posibilidades de extrapolar o generalizar resultados a la población”

2.9.1 Tamaño de la Muestra

Para conocer y extraer el número real de la muestra se aplicó la fórmula de Canavos, (1998) la misma que permitió conocer la cantidad exacta de las encuestas que se aplicaron a los habitantes del sector, que seguidamente se procedió a realizar los cuestionarios para obtener información a través de sus expectativas.

Igualmente se tomó en cuenta a los turistas que visitaron el acuario y el museo el último feriado de carnaval del 2013 aplicando el mismo procedimiento de la fórmula.

La muestra está presentada con los siguientes valores: n como el tamaño de la muestra, “N como el universo de estudio representadas por el número de habitantes de la comunidad, p*q que tiene una probabilidad de que la hipótesis se cumpla con 0,5 o no se cumpla con 0,5, z como una constante de posibilidad de error de 1,96 y e como margen de error con un valor de 0,05”.

Fórmula de (Canavos, 1998) para el Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{N.p.q}{(N - 1)(e/z)^2 + (p.q)}$$

Aplicación de Fórmula a los habitantes

$$n = \frac{N.p.q}{(N - 1)(e/z)^2 + (p.q)} = \frac{873 * 0.5 * 0.5}{(873 - 1) * (0.05/1,96)^2 + (0.5 * 0.5)} = \frac{218.25}{0.81747144} = 266$$

Aplicación de Fórmula a los Turistas

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N-1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 + (p \cdot q)} = \frac{2030 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(2030-1) \cdot (0.05/1.96)^2 + (0.5 \cdot 0.5)} = \frac{507.5}{1.57041233} = 323$$

CUADRO 6 Datos de la Muestra

SEGMENTACIÓN	POBLACIÓN	MUESTRA
Población	873	266
Turistas	2.030	323
Directivos Comunales	5	5
TOTAL	2908	594

Fuente: Comuna Valdivia y Acuario Valdivia (2013)
Elaborador por: Borbor, R. (2013).

2.10 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo realizado en el sector se dio mediante la observación directa de la comunidad, una vez que los profesionales del área impartieron sus conocimientos científicos por parte de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, como propósito de alcanzar el título de licenciatura en Hotelería y Turismo, se propuso el siguiente trabajo “Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Comuna Valdivia” describiendo un análisis de la situación actual en el aspecto turístico.

Valdivia es conocida por su cultura, ubicado estratégicamente en la ruta del Spondylus, no se desarrolla el turismo como en otros sectores a pesar que cuenta con los recursos para realizar actividades turísticas y generar mayor distracción para quienes llegan a este sector y a lo largo de la provincia de Santa Elena.

En su procedimiento se notó la necesidad y la inconsistencia que tiene este sector, se pudo denotar que el turismo que llega a ésta zona, es atraído por su cultura, siendo así un turismo cultural de paso, donde solo encuentran espacios marinas y restos arqueológicos.

Los organismos están comprometidos con el respectivo cuidado de las especies que se encuentran en su institución y una vez recuperados son devueltos a su hábitat con programas turísticos y con el apoyo de los gobiernos locales logrando mayor atracción. Esto hizo plantear la necesidad de realizar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comunidad de Valdivia ya que poseen recursos para desarrollarlos y potenciarlo hacia la industria turística.

El proceso circunstancial del trabajo planteado, se lleva a cabo mediante un consenso con los dirigentes de la comuna Valdivia para describir si era factible realizar en esta comunidad un plan de desarrollo turístico sostenible y si contaba con la facilidad y disponibilidad de los comuneros para el desarrollo de la misma ya que sería de gran beneficio para el sector y sus habitantes, en el que dieron una respuesta favorable para su ejecución.

En las fases del trabajo se organizó una mesa de trabajo con los comuneros en el que se explicó la intención del trabajo que se desarrollaría y en que se beneficiarían. Se presentó un cronograma para trabajar con los comuneros mediante talleres participativos en el que se trataron temas importantes para la ejecución del plan de desarrollo turístico.

Mediante el proceso se realizó un trabajo grupal donde se desarrolló un análisis FODA, para determinar una situación actualizada y real de la comunidad. Se organizó grupos de 8 elementos para un mejor proceso continuo y exacto que mediante análisis se pudo concluir con la identificación de los factores claves que permiten el desarrollo del trabajo de investigación.

En el trabajo de investigación se procedió a la recolección de datos mediante la aplicación de encuestas a los pobladores del sector, para conocer a fondo las gestiones y los recursos que realizaron los organismos comunales, cuáles son los trabajos encaminados en el aspecto turístico y conocer que productos se puede ofertar, donde se comprobó la situación de mejorar el sector turístico.

Además se comprobó que hace falta un plan de capacitación a las personas que se dedican a esta labor, mediante un plan de cómo atender al cliente, en base al cuestionamiento y como lo consideran ellos.

Seguidamente se realizó encuestas a turistas para denotar la percepción que tienen de este lugar y estudiar el perfil de la demanda actual. De igual forma se realizó entrevistas a los dirigentes comunales para conocer si existía un material de apoyo que facilitara el trabajo de campo.

Durante el procesamiento de las tabulaciones y el análisis de los resultados obtenidos en el trabajo de campo, se pudo concretar los factores influyentes en el plan de ejecución donde resulta necesario que ésta comunidad posee suficientes recursos para el desarrollo de la actividad turística y lo más factible es realizar un plan de desarrollo turístico sostenible.

Los avances de mesas de trabajos con los habitantes, fue la clave del trabajo donde se identificaron posibles estrategias para solucionar sus inquietudes dadas en los diferentes aspectos. Dentro de su desarrollo se comprobó las ventajas y desventajas que tiene el sector y en qué aspectos se tenía que actuar para lograr los objetivos planteados.

Todo el proceso llevado en el capítulo anterior trae la consigna de dar la facilidad del trabajo de investigación, los métodos que fueron utilizados y las formas de cómo se desarrolló la investigación dan como resultado la ejecución de un plan ya que permite plasmar los resultados en el siguiente capítulo en base al trabajo de campo desarrollado, mediante la aplicación de encuestas a los habitantes y turistas como también entrevistas realizadas a los organismos comunales.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Para la obtención de resultados del trabajo de campo realizado en la comuna Valdivia, se llevó a cabo una serie de herramientas como encuestas, aplicadas en la población, de igual manera a turistas que llegaron al Acuario y al Museo, trabajo que consistió en denotar la consistencia del bajo flujo de turistas en esta comunidad.

Igualmente se aplicaron las respectivas entrevistas a los dirigentes comunales para tener un direccionamiento de la gestión que han realizado para desarrollar el turismo y cuáles son sus principales atractivos que permiten desarrollar en la actividad turística en esta comuna.

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DE CAMPO

Mediante la ficha de observación se dedujo que a la comuna Valdivia le hace falta la aplicación de un plan de desarrollo turístico, por lo que a continuación se describe el objeto de estudio realizado mediante la investigación.

La comuna Valdivia está rodeada de un medio natural y placentero dentro de un lugar céntrico y estratégico comparado con otras comunidades, que también está creciendo en el aspecto turístico como San Pedro, Sinchal y Libertador Bolívar teniendo ésta comunidad una extensión de playa de aproximadamente 2 Kilómetros.

Este sector tiene un clima agradable, la brisa del mar es pura, encantadora, el sol radiante aviva la naturaleza de que los turistas sean atraídos por su playa. Se observa que tiene un potencial turístico, la situación es que no le ven como una alternativa y pasan desapercibidos ante las oportunidades que puede generar la

demanda de turistas. En el lugar están unos artesanos que cuando llegan los visitantes a esta comuna, combaten entre ellos por vender sus productos dando un mal aspecto a este sector.

De acuerdo al cronograma de observación se puede denotar que su potencial fortaleza es el Museo Arqueológico Valdivia y el Centro de Rescate de Vida Silvestre Acuario Valdivia donde los turistas llegan por ver las diferentes especies que están en este lugar y por parte del museo que posee restos arqueológicos de la misma cultura.

Con respecto a la factibilidad del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible, es conveniente realizarlo, ya que en esta comuna no hay un control o un direccionamiento para ofertar sus atractivos de forma más agradable para que motiven al turista a consumir los productos como una alternativa de proyectarse al desarrollo local y del turismo.

3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTA

1. ¿Conoce usted las actividades organizadas por el Ministerio de Turismo en beneficio a la comuna Valdivia?

Los dirigentes comunales en ciertos aspectos no conocen las actividades que ha desarrollado el Ministerio de Turismo, pero sí reconocen de los beneficios que han obtenido por parte de esta cartera del estado ecuatoriano, mediante mesas de trabajo se comprometen a la canalización de nuevas obras de gran importancia, como es el Parque Marino Valdivia y la remodelación del Museo Arqueológico que por el tiempo, su estructura está deteriorada.

También se manifiesta que con la provincialización de Santa Elena, las carteras del estado abren las puertas a los organismos comunales y que con gestiones se ha conseguido la presencia de algunos ministerios en la comunidad.

2. ¿Han realizado un diagnóstico situacional para determinar el estado actual de su comunidad en el aspecto turístico?

Reconocieron el poco conocimiento para realizar este proceso, pero están de acuerdo en hacerlo mediante la ayuda de profesionales en el área, para conocer la situación de su comunidad en el aspecto turístico. Su principal ente manifiesta que talleres en otros sectores le ha permitido conocer sobre esta situación y en base a su ayuda tienen clara la idea para ejecutarlo, inclusive son conscientes de cuál es su principal amenaza en el que mencionan a las industrias asentadas en su comuna que no deja desarrollar el turismo. Igualmente se percataron de las obras que se están construyendo en la actualidad y eso es una gran fortaleza para esta comuna y poder potenciarlo.

3. ¿Cómo Cabildo Comunal, que acciones han realizado para el desarrollo de la actividad turística?

Manifiestan que tratan de llevar una secuencia de los cabildos pasantes, pero que en muchos casos no se concuerda con ciertos parámetros por lo que varios proyectos que estaban encaminados quedan a la deriva, pero está a vista de todos la ejecución del Parque Marino que fue encaminado en el 2011 y que hoy está culminando su última fase de prueba para su funcionamiento en el 2014.

Esas gestiones la realizaron directamente el cabildo comunal con profesionales en el área y que hoy se están remodelando varios proyectos como este parque recreativo que acoge a propios y extraños mediante la ayuda de los gobiernos locales.

Otras gestiones que han realizado es la capacitación en gastronomía y práctica para una buena alimentación, que ayuda a mejorar el servicio gastronómico que por inasistencia de sus habitantes no se ha podido concluir varios proyectos que los ha ejecutado la Dirección Provincial de Turismo de Santa Elena.

4. ¿Qué atractivos turísticos considera usted que ayudarían a lograr el desarrollo de la actividad turística con mayor densidad?

Concuerdan y manifiestan que el fuerte que ellos poseen en la actualidad son el Acuario Provisional y el Museo Arqueológico y la Palya. El primero que una vez que se inaugure va a ser la mejor obra de atracción de la ruta del Spondylus, y por consiguiente el museo que se va a remodelar su infraestructura.

Estos son los principales instrumentos que tiene la comunidad para desarrollar el turismo. Igualmente existen otros sectores que se consideran como atractivos pero los mencionados son los principales motivos para que el turismo llegue a este sector y pueda disfrutar de los encantos de este lugar.

5. ¿Considera necesario realizar un plan de desarrollo turístico sostenible en su comunidad?

Si consideran necesario realizar un Plan de desarrollo Turístico ya que a través de esto pueden tener un direccionamiento hacia donde fijar sus metas y ayudar a mejorar la situación económica de sus habitantes. Igualmente concuerdan con la realización de programas para ser más atractivo como la capacitación del ente humano que necesitan de urgencia para estar motivados a brindar un mejor servicio a sus ocupantes en el aspecto turístico.

6. ¿Conoce usted que instituciones ayudan en la gestión del desarrollo turístico?

Los organismos comunales y directivos respecto a sus principales atractivos manifiestan que son competencia de los gobiernos seccionales como prefectura, municipios y las juntas parroquiales, ayudar a mejorar las infraestructuras de las comunidades y en regular proyectos para la actividad turística. Pero estos organismos en muchos casos solo se dedican a ejecutar proyectos en las principales comunidades turísticas en conjunto con el Ministerio de Turismo.

3.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A LOS HABITANTES

1. Sexo de los Encuestados de Valdivia

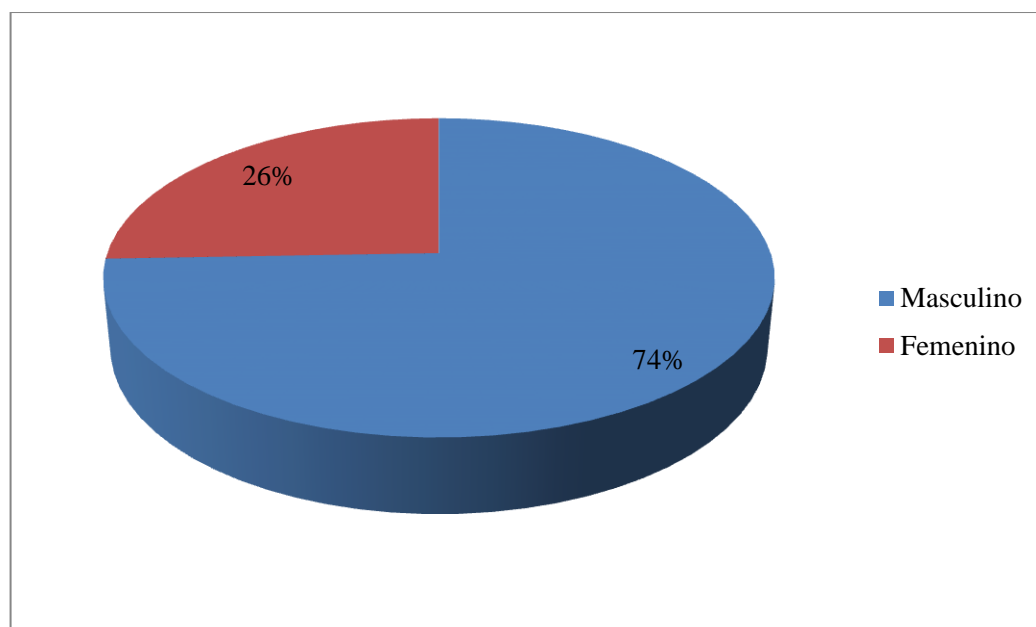
TABLA 1 Sexo

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Masculino	198	74,44 %
	Femenino	68	25,56 %
	TOTAL	266	100 %

Fuente: Encuestas a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 1 Sexo



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: En la encuesta realizada a los habitantes de la comuna Valdivia se puede apreciar mediante el gráfico correspondiente, que la mayor parte de los encuestados en la investigación, fueron de sexo masculino por tratarse de los jefes de hogares, mientras que el resto fue complementado por mujeres de la comuna, ya que muchas de ellas pasan mayor tiempo en sus hogares realizando sus actividades domésticas.

2. Edad de los Habitantes Encuestados

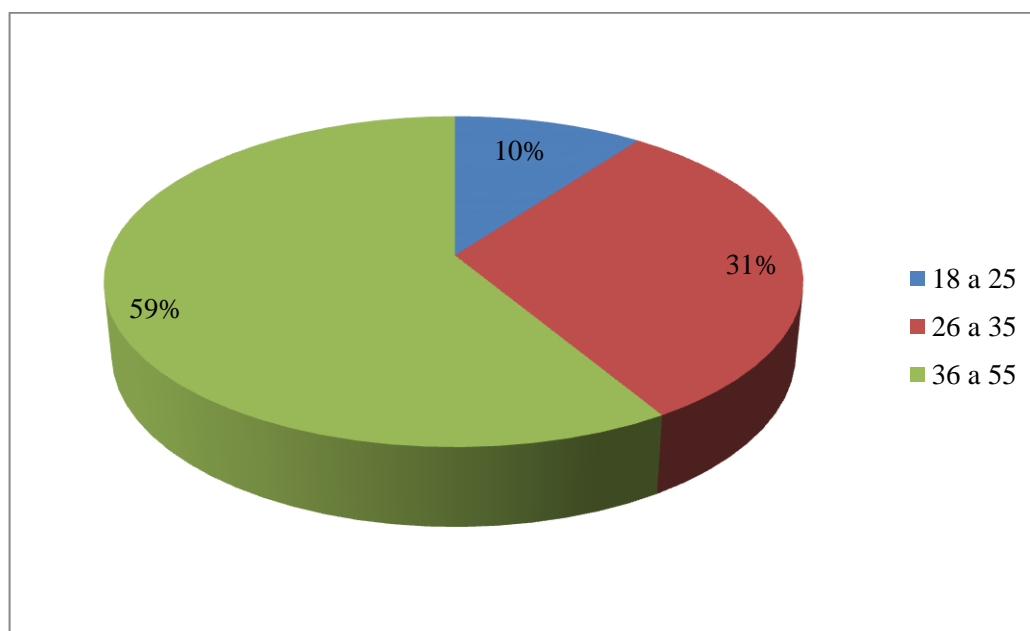
TABLA 2 Edad de los Encuestados

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	18 a 25	27	10,15 %
	26 a 35	83	31,20 %
	36 a 55	156	58,65 %
	TOTAL	266	100,00 %

Fuente: Encuesta a Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 2 Edad



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Mediante el gráfico se aprecia que del cien por ciento de los encuestados en la comunidad, el 59 % son mayores de edad que se encuentran entre 36 a 55 años, mientras que 31% están entre los 25 a 26 años y un 10 % están representadas por personas de 18 a 25 años que se encontraron en sus casas brindando información adecuada, datos que estipulan la confiabilidad de la información obtenida por tratarse de personas mayores de edad.

3. Nivel de Educación

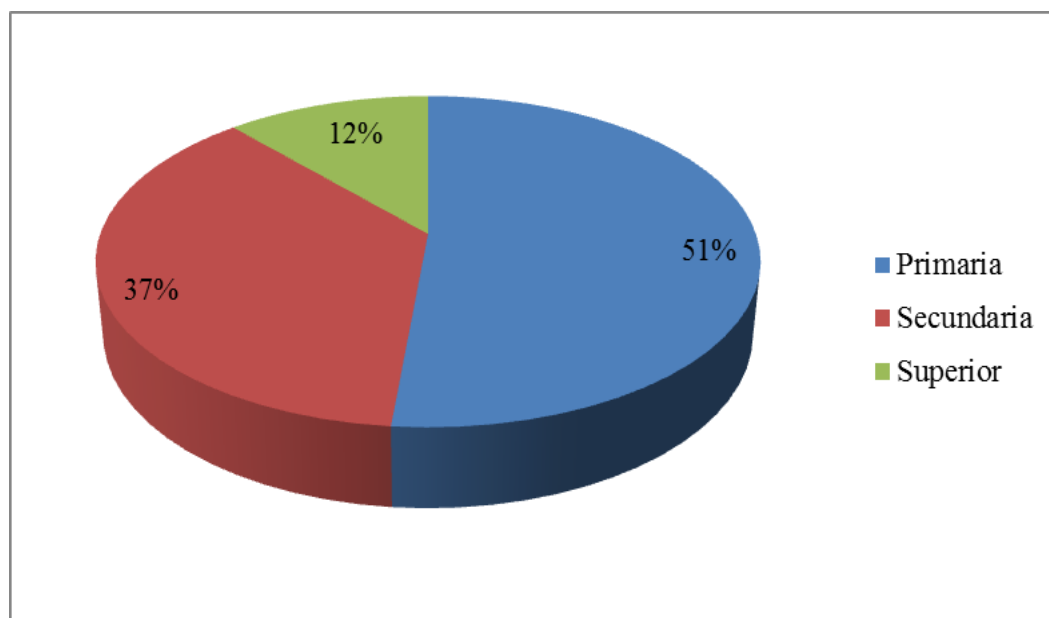
TABLA 3 Educación de los Habitantes

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Primaria	137	51,50 %
	Secundaria	98	36,84 %
	Superior	31	11,65 %
	TOTAL	266	100,00 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013).

GRÁFICO 3 Educación



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Descripción y análisis: El 51 % de los habitantes encuestados, solamente ha terminado la instrucción primaria, mientras que el 37 % ha culminado el nivel secundario y el 12 % de sus habitantes, se encuentra actualmente cursando estudios universitarios. Esto indica que por la situación económica no han podido concretar o continuar con sus estudios superiores, en el que se requiere crear fuentes de empleos para mejorar sus ingresos y proseguir estudios universitarios.

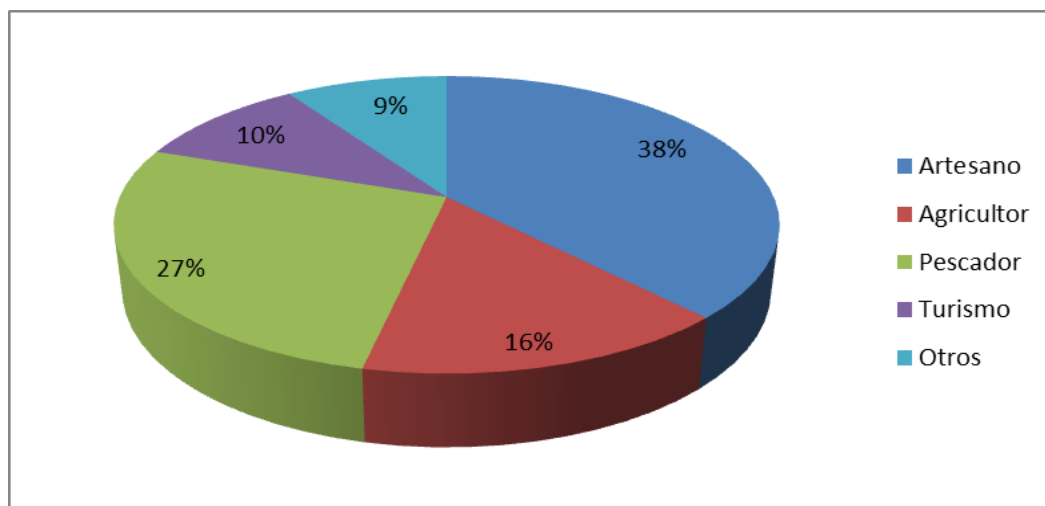
4. Actividad Económica

TABLA 4 Economía

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Artesano	101	37,97 %
	Agricultor	41	15,41 %
	Pescador	72	27,07 %
	Turismo	27	10,15 %
	Otros	25	9,40 %
	TOTAL	266	100 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013).
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 4 Economía



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013).
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Análisis e Interpretación: Se determina que el 38 % se dedica a la elaboración de diferentes artesanías, el 27 % por su economía se dedica a la pesca, mientras que el 16 % son agricultores, el 10 % se dedica a actividades ligadas al turismo y un 9 % se dedican a otras actividades, en conclusión se estima que los habitantes de esta comunidad realizan diversas actividades para el sustento de sus familias y específicamente quieren dedicarse a estudiar.

5. ¿Conoce usted en qué consiste el Desarrollo de un Plan Turístico?

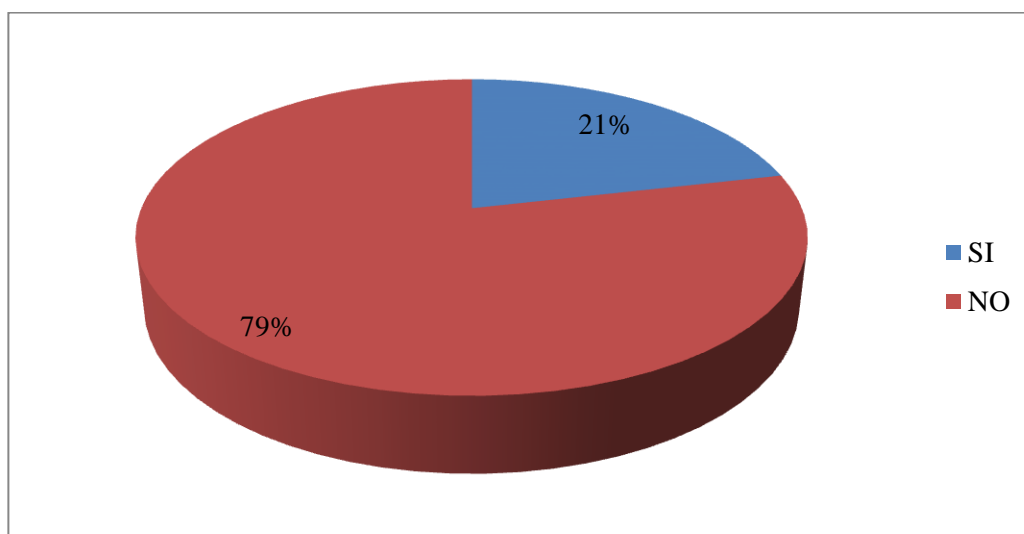
TABLA 5 Conocimiento de un Plan Turístico

ITEMS	VARIABLE	FRECUANCIA	PORCENTAJE
5	SI	57	21,43 %
	NO	209	78,57 %
	TOTAL	166	100 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 5 Conocimiento de un Plan Turístico



Fuente: Encuesta a los Habitante de la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: En la aplicación de encuesta a los habitantes de la comuna Valdivia mediante el cuestionamiento para saber si tienen idea de un plan turístico, se puede describir mediante los resultados que el 79 % de ello, si conocen de un plan de desarrollo turístico, mientras que el 21 % no tiene una idea clara de esta situación, por lo que es recomendable y aceptable explicarle mediante un taller participativo sobre la existencia del plan, su proceso y la importancia que tiene en ejecutarlo, ya que varios sectores han mejorado su economía en base a la aplicación de un Plan Turístico.

6. ¿Conoce los Atractivos Turísticos de su Comunidad?

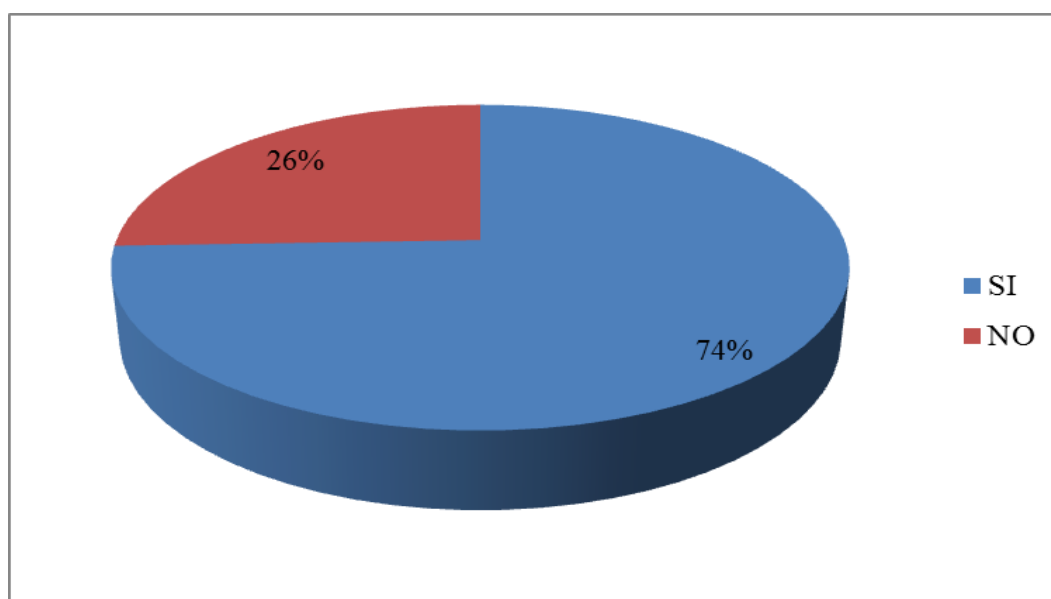
TABLA 6 Conocimiento de Atractivos

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	SI	198	74,44 %
	NO	68	25,56 %
	TOTAL	266	100,00 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 6 Conocimiento de Atractivos



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Con respecto al cuestionamiento sobre el conocimiento de los atractivos turísticos de la comunidad, el 74 % de los encuestados manifestaron que, como principal componente está el acuario, el museo y su extensa playa por lo que se denota que si tienen el conocimiento básico, mientras que el 26 % de la población no alcanza a identificar los atractivos turísticos o no conocen un atractivo turístico. En consecuencia es factible organizar una mesa de trabajo para darles a conocer la fortaleza de sus atractivos turísticos mediante talleres participativos y a futuro realizar alternativas que beneficien al sector.

7. ¿Los Recursos de su Comunidad Sirven para la Actividad Turística?

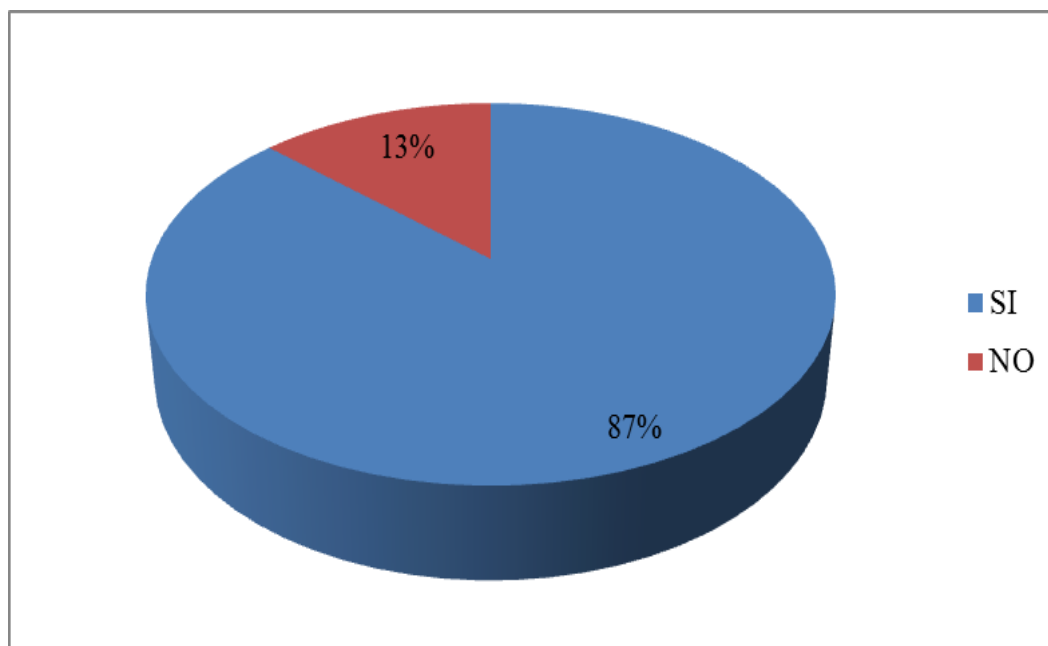
TABLA 7 Atractivos para Desarrollar el Turismo

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	SI	231	86,84 %
	NO	35	13,16 %
	TOTAL	266	100,00 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 7 Recursos para Desarrollar el Turismo



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: De los encuestados en el trabajo de campo se puede deducir que el 87 % piensan que sus atractivos turísticos están aptos para gestionar la actividad turística en la comunidad para que los visitantes se puedan recrear, mientras que el 13% están en desacuerdo o piensan lo contrario. Por lo que se denota y recomienda que, se puede mejorar el estado de sus recursos en base a gestiones de los organismos o buscar proyectos para el sector.

8. ¿Están Adecuados sus Atractivos Turístico para desarrollar el turismo en su comunidad?

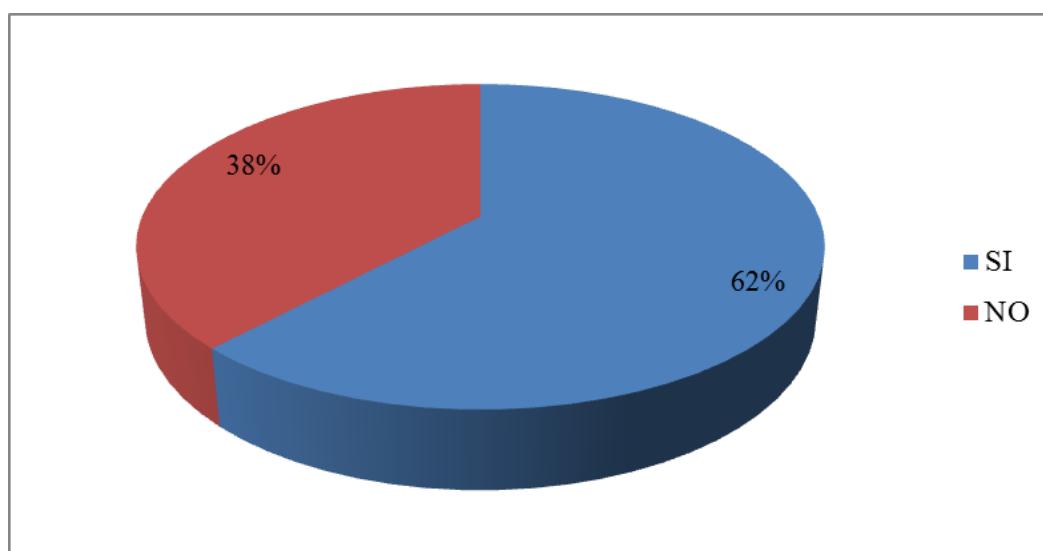
TABLA 8 Adecuación de Atractivos

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	SI	165	62,03 %
	NO	101	37,97 %
	TOTAL	266	100,00 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 8 Adecuación de Atractivos



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: La descripción de los datos obtenidos en la investigación de campo, refleja que el 62 % de los comuneros encuestados, concuerdan que sus recursos turísticos están adecuados para el turismo en el sector, mientras que el 38 % manifiesta lo contrario, ya que mencionan que se pueden mejorar en ciertos aspectos. De acuerdo a esta situación se hace necesario ejecutar un programa para mejorar la infraestructura de sus recursos en beneficio de los visitantes y de la comunidad.

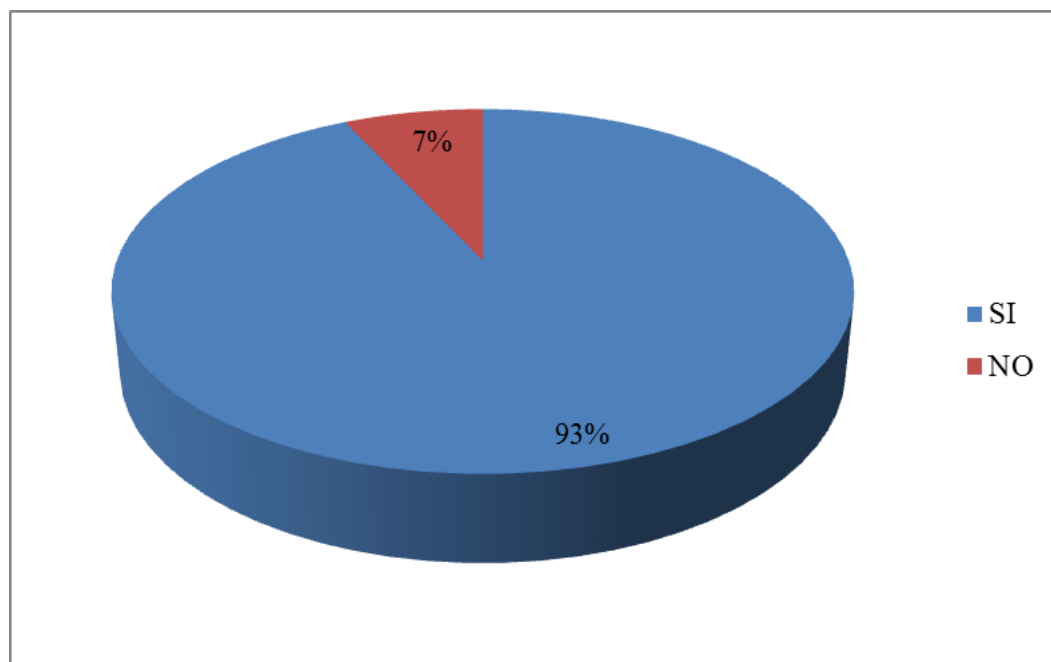
9. ¿Cree usted que la Comuna Valdivia puede llegar a ser un Destino Plenamente Turístico?

TABLA 9 Destino Turístico Valdivia

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	SI	247	92,86 %
	NO	19	7,14 %
	TOTAL	266	100,00 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 9 Destino Turístico Valdivia



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Mediante el cuestionamiento a los pobladores de la comuna Valdivia, el 93 % considera que su comunidad, si puede llegar a ser un destino netamente turístico, mientras que el 7% manifiesta de forma negativa, debido a la falta de estructuras hoteleras. Se puede deducir que esta comunidad necesita de varios inversionistas para mejorar el área hotelera en esta comunidad.

10. ¿Cree usted que están Capacitados para Atender al Turismo de su Comunidad?

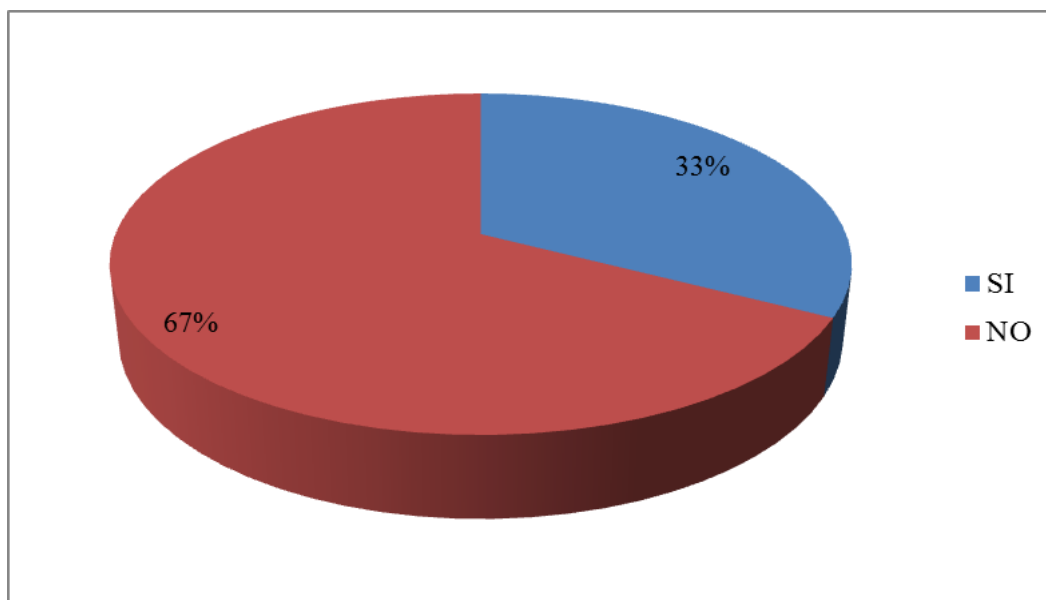
TABLA 10 Capacitación del Personal

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	SI	87	32,71 %
	NO	179	67,29 %
	TOTAL	266	100,00 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 10 Capacitación del Personal



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Mediante la descripción del gráfico se puede predecir que de los encuestados, el 67 % piensa de forma negativa estar capacitados para atender al turismo, y el 33 % manifiesta que si están en la disposición y aptos para atender al cliente. De tal situación se puede describir mediante los resultados, que es necesario realizar un taller de capacitación para que los habitantes mejoren en la atención al cliente y que el turista se sienta a gusto en esta comunidad.

11. ¿Los Organismos de la Comunidad Promocionan los Atractivos Turísticos del sector?

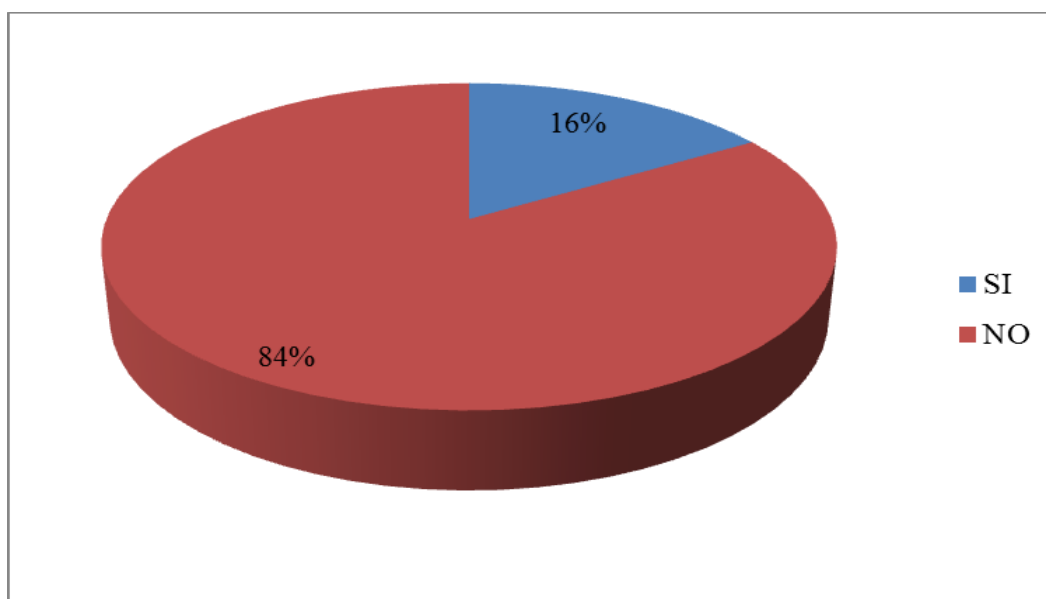
TABLA 11 Promoción de Atractivos Turísticos

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	SI	43	16,17 %
	NO	223	83,83 %
	TOTAL	266	100,00 %

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 11 Promoción de Atractivos Turísticos



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: De la presentación de los resultados, el 84 % dice que los directivos que trabajan dentro de los atractivos no realizan nada para poner en manifiesto sus recursos, mientras que un 16 % manifiesta que si realizan actividades culturales pero no ayudan mucho en promocionar o difundirlo como corresponde . Por lo que se llega a la conclusión en base a los resultados obtenidos que es indispensable realizar actividades de promoción y difusión de sus recursos turísticos ya que tienen variedad de riquezas naturales y culturales.

12. ¿Conoce Usted Alguna Alternativa para Desarrollar el Turismo en su comunidad?

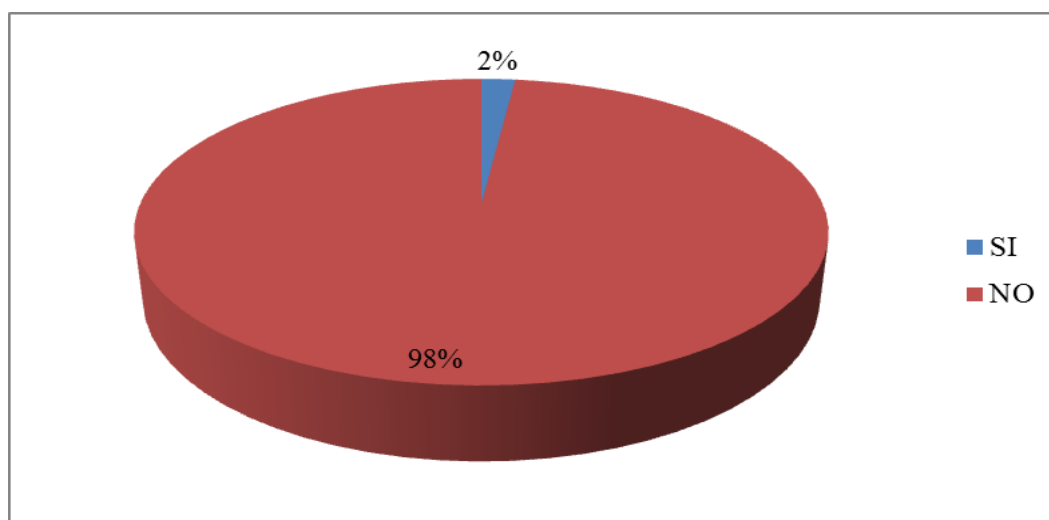
TABLA 12 Alternativas para el Turismo

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	SI	5	1,88
12	NO	261	98,12
	TOTAL	266	100,00

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 12 Alternativas para el Turismo



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Mediante la obtención de los resultados se puede predecir que la población tiene un deficiente conocimiento en cómo aplicar alternativas y estrategias para desarrollar un buen turismo, el 98 % de los encuestados dijeron que no conocen sobre temas específicos y el 2 % si tiene conocimiento de la situación en base a seminarios recibidos en otros lugares. Es recomendable aplicar un programa de capacitación dentro de la comunidad sobre temas interesantes basados en el aspecto turístico para los habitantes se beneficien con otras alternativas de trabajo.

13. ¿Conoce usted, si su Comunidad cuenta con Señalética Turística?

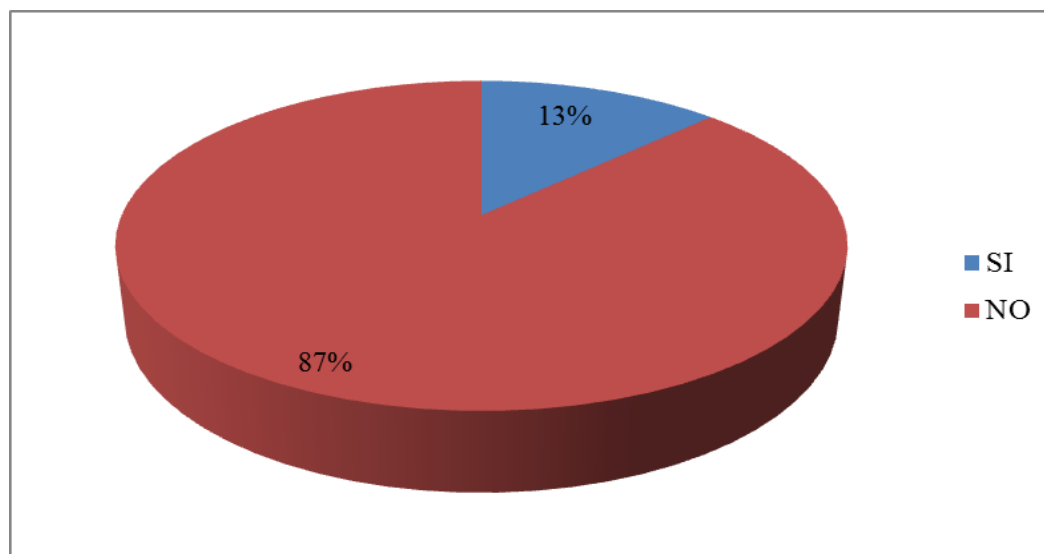
TABLA 13 Señalética Turística

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
13	SI	34	12,78%
	NO	232	87,22%
	TOTAL	266	100,00%

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 13 Señalética Turística



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: De los encuestados en la comuna Valdivia, el 87 % manifiesta que no existe señalética de identificación turística de la comunidad ni de sus atractivos, para que los visitantes identifiquen plenamente el sector, mientras que el 13 % de los encuestados considera que un letrero que tiene el Acuario es importante para su identificación pero no es suficiente como para dar a conocer los recursos con que se cuenta. Es necesario colocar señalética turística en lugares estratégicos de la comunidad para que los visitantes conozcan los recursos y la variedad de atractivos que tiene el sector.

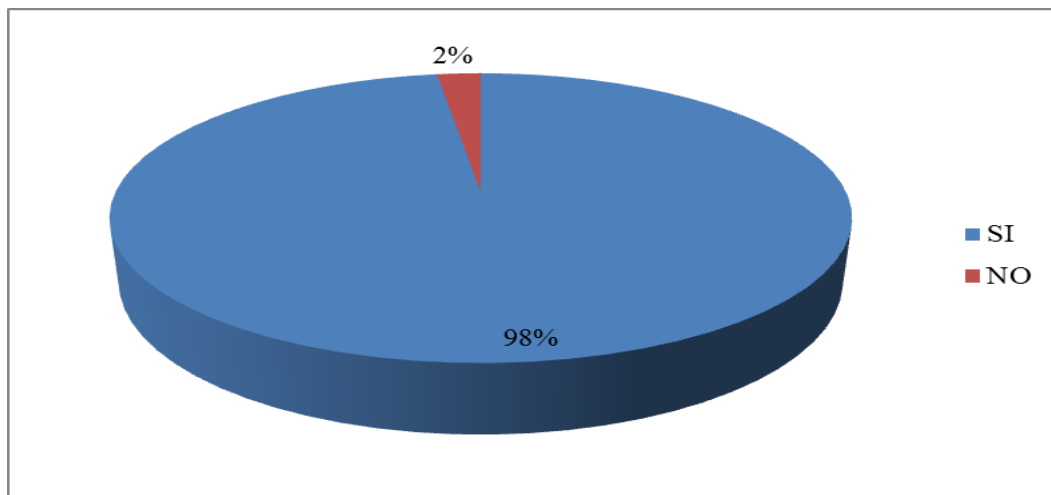
14. ¿Cree Usted Factible realizar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible en el sector?

TABLA 14 Ejecución de un Plan Turístico

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
14	SI	260	97,74%
	NO	6	2,26%
	TOTAL	266	100,00%

Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 14 Ejecución de un Plan Turístico



Fuente: Encuesta a los Habitantes de la comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Mediante la descripción del gráfico anterior se denota que un 98 % de los encuestados está de acuerdo que en esta comunidad se realice un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible, mientras que un 2 % se manifiesta de forma negativa, ya que prefieren otras actividades como la pesca artesanal y la artesanía de calzado debido a la falta de conocimiento de un plan. Esto indica que es necesario ejecutar un Plan de Desarrollo turístico Sostenible explicando las ventajas y desventaja del mismo y de qué forma beneficiaria a la comunidad con nuevas oportunidades de empleo y puedan mejorar su situación económica.

3.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS

1. Sexo de los Turistas Encuestados

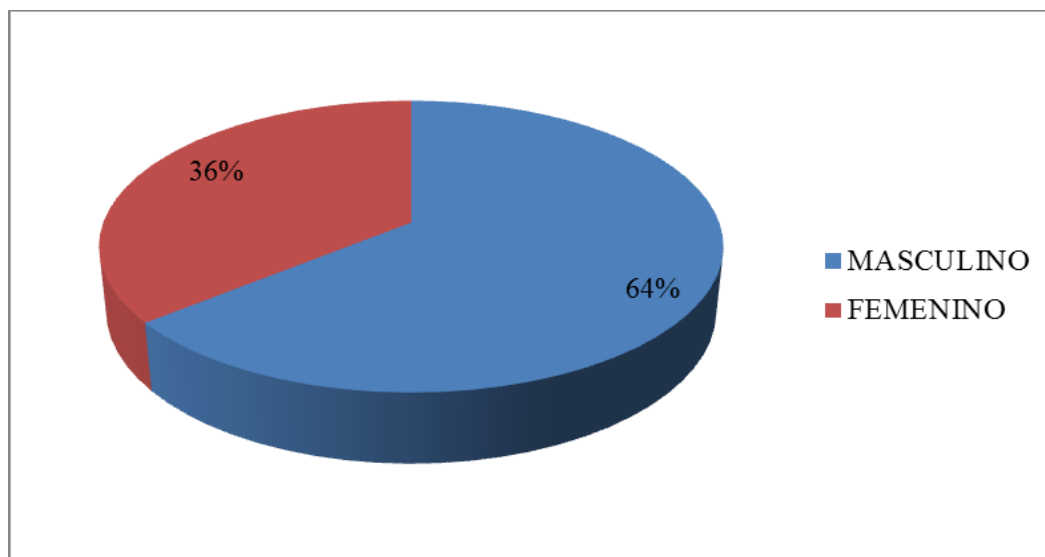
TABLA 15 Sexo de Turistas

ITENS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	MASCULINO	207	64,09%
	FEMENINO	116	35,91%
	TOTAL	323	1,00%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 15 Sexo de Turistas



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: De los turistas encuestados que llegaron en el feriado de carnaval a la comuna de Valdivia por motivo de distracción, especialmente atraídos por el Acuario Provisional y su museo Arqueológico, el 64% de turistas fue de sexo masculino y llegaron en unión de su familia y acompañados de su pareja, mientras que el 36 % está representado por mujeres que visitaron el sector durante el feriado del carnaval en la comunidad de Valdivia en el 2013.

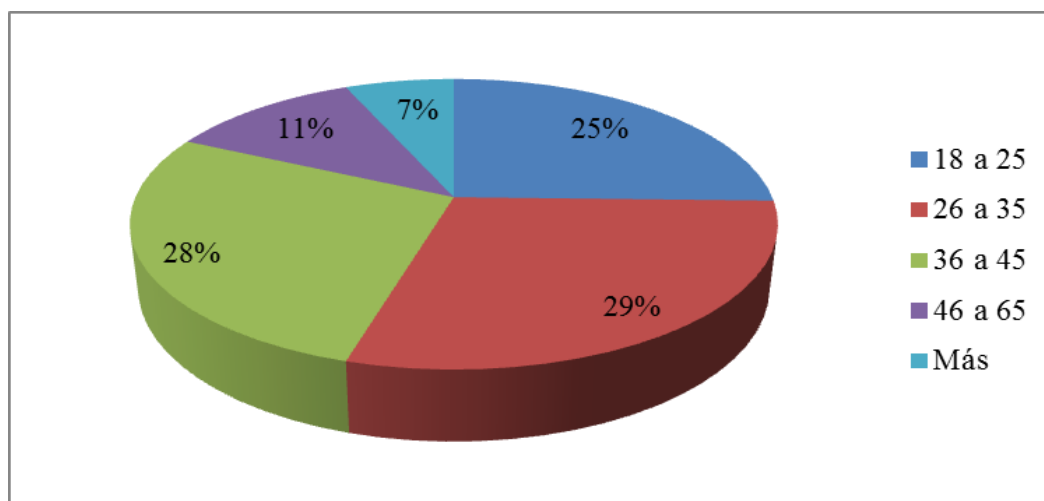
2. Edad de los Turistas Encuestados

TABLA 16 Edad de Turistas

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	18 a 25 años	82	25,39%
	26 a 35 años	94	29,10%
	36 a 45 años	89	27,55%
	46 a 65 años	37	11,46%
	Más años	21	6,50%
	TOTAL	323	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 16 Edad de los Turistas



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Mediante una clasificación de rango por edades realizada para encuestar a los visitantes que llegan al sector, el 29 % se encuentra entre los 26 a 35 años, el 28%, integrados entre los de 36 a 45 años, el 25% son personas entre 18 a 25 años y el 11% representan a las personas entre los 46 a 65 años, un 7 % lo integran personas adultas mayores que vienen en busca de diversidad y disfrutar de la tranquilidad de los destinos turísticos.

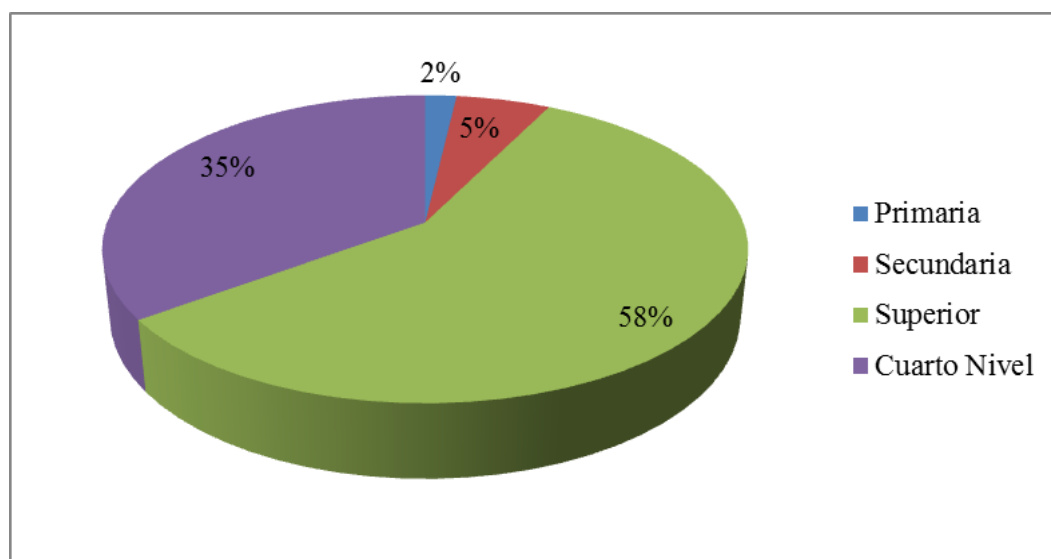
3. Nivel de Educación de los Turistas Encuestados

TABLA 17 Educación

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Primaria	6	1,86 %
	Secundaria	18	5,57 %
	Superior	186	57,59 %
	Cuarto Nivel	113	34,98 %
	TOTAL	323	100,00 %

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 17 Educación del Turista



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: De los visitantes que llegaron a la comuna Valdivia el 58 % está realizando sus estudios superiores, el 35 % tiene un título de cuarto nivel es decir maestría, el 5 % solo ha terminado la secundaria y un 2 % solo llegó a culminar la instrucción primaria debido a sus recursos económicos. Lo importante es que están decididos a realizar el turismo en varios lugares de la provincia de Santa Elena en unión de sus familiares.

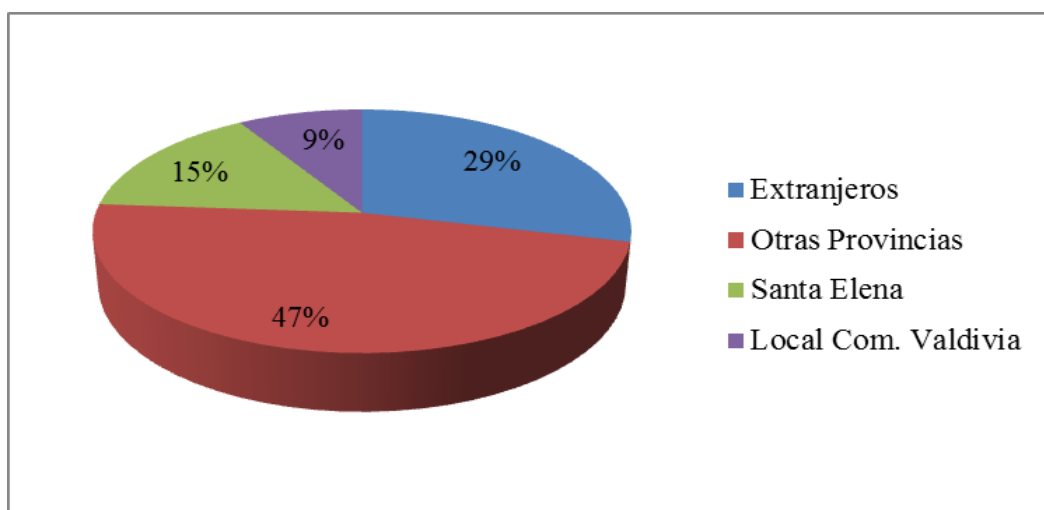
4. Lugar de Procedencias de Turistas

TABLA 18 Procedencia

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	Extranjeros	93	28,79 %
	Otras Provincias	153	47,37 %
4	Santa Elena	49	15,17 %
	Local Valdivia	28	8,67 %
	TOTAL	323	100,00 %

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013).

GRÁFICO 18 Procedencia



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: A través del gráfico se puede denotar que el 47 % son turistas nacionales que llegan de diferentes provincias del Ecuador, el 29 % son de procedencia extranjera como Europa y América Latina, el 15 % de los visitantes llegan de los principales cantones de Santa Elena y 9 % son personas de la misma comuna que hacen turismo en sus sectores. Estos resultados muestran las evidencias más contundentes, que la comuna Valdivia tiene como afluencia turística por sus atractivos turísticos naturales y culturales.

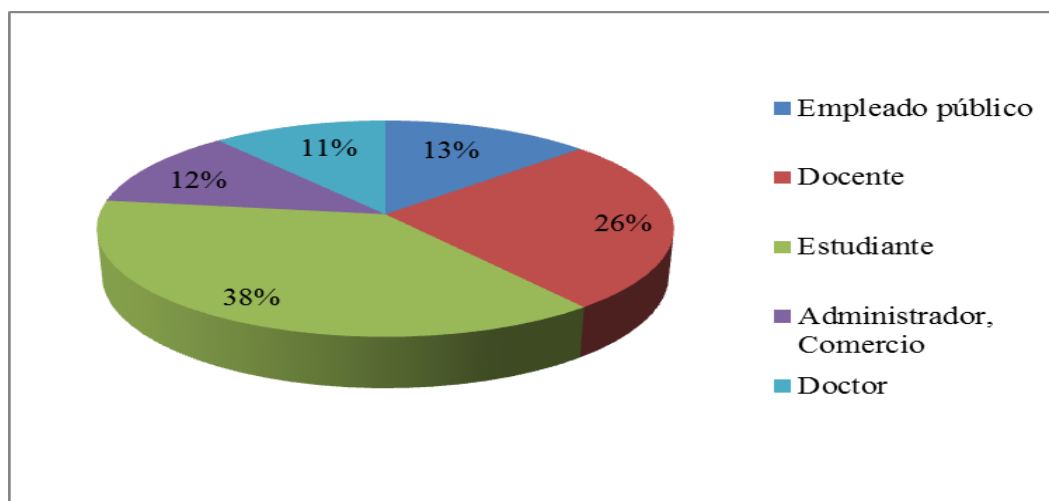
5. Actividad Económica de los Turistas

TABLA 19 Economía

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Empleado público	43	13,31 %
	Docente	84	26,01 %
	Estudiante	122	37,77 %
	Administrador, Comercio	38	11,76 %
	Doctor	36	11,15 %
	TOTAL	323	100 %

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 19 Economía



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: El 38 % de turistas encuestados manifiesta que se dedican principalmente a sus estudios profesionales, mientras que el 26 % se dedican a la docencia, el 13 % trabajan como empleados públicos, el 12 % se dedica al comercio y a la administración mientras que el 11 % poseen títulos académico y doctores en diferentes especialidades. Se determina que los extranjeros se dedica hacer turismo por la economía de sus países.

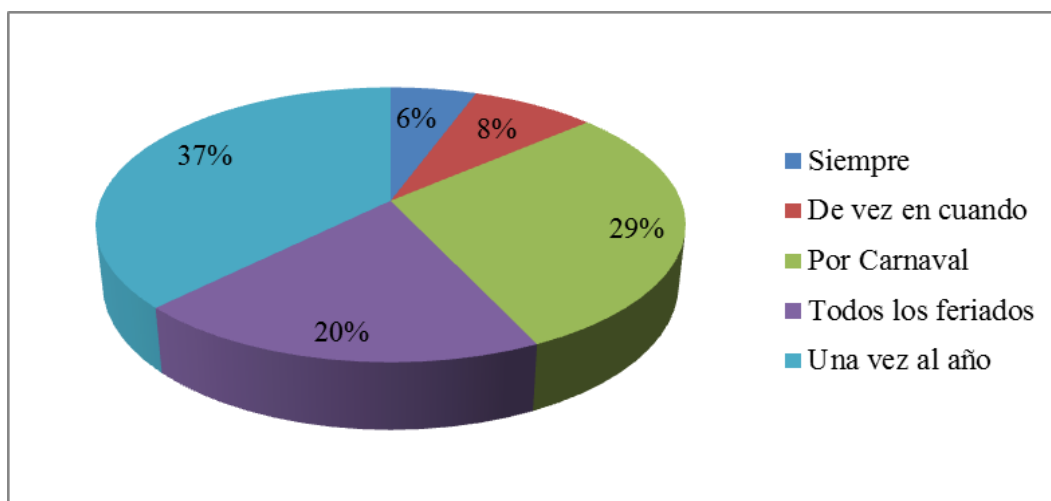
6. ¿Con qué Frecuencia Visita Usted esta Comunidad?

TABLA 20 Frecuencia de Visita

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Siempre	18	5,57 %
	De vez en cuando	26	8,05 %
	Por Carnaval	95	29,41 %
	Todos los feriados	63	19,50 %
	Una vez al año	121	37,46 %
	TOTAL	323	100 %

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 20 Frecuencia de Visita



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Sobre el cuestionamiento de la frecuencia de visita a este sector, el 37% viene a este lugar una vez al año, el 29% lo hace por temporada de carnaval, el 20% viene todos los feriados, el 8% viene de vez en cuando, mientras que el 6 % lo hace siempre. Esta comunidad tiene afluencia turística en su sector pero hace falta un plan estratégico para conseguir mayor estabilidad de los turistas en esta comuna.

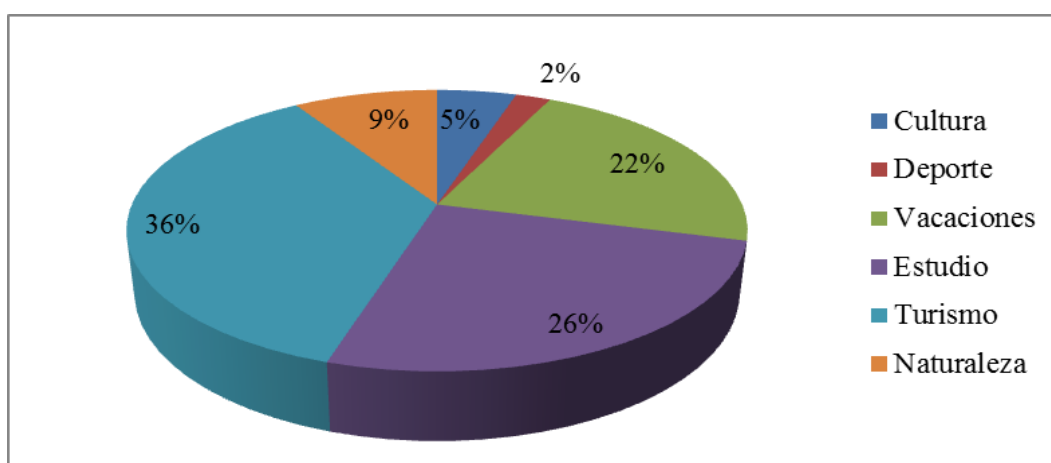
7. ¿Cuál es el Motivo de su Visita a esta Comunidad?

TABLA 21 Motivo de Visita

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	Cultura	16	4,95%
	Deporte	7	2,17%
	Vacaciones	71	21,98%
7	Estudio	83	25,70%
	Turismo	117	36,22%
	Naturaleza	29	8,98%
	TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 21 Motivo de Visita



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: El 36 % de los encuestados que llegan a esta comuna por realizar turismo, el 26 % vienen por motivo de estudio, el 22 % llegan a este lugar por sus vacaciones, el 9% lo hace por motivos de visita a la naturaleza, mientras que el 5 % llega interesado por la cultura del sector y un 2 % viene interesado por el deporte. Este lugar puede llegar a ser más turístico si se emplean estrategias para promocionar su cultura en la ruta del Spondylus.

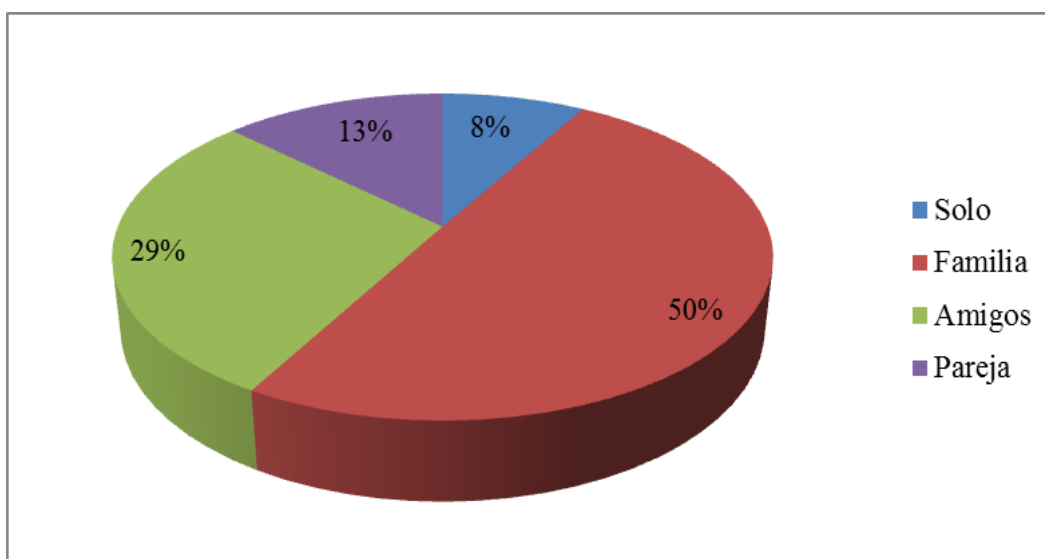
8. ¿Cómo organiza su viaje cuando visita un Sector Turístico?

TABLA 22 Modo de Viajar

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	Solo	27	8,36%
	Familia	161	49,85%
8	Amigos	93	28,79%
	Pareja	42	13,00%
	TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 22 Modo de Viajar



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: De los encuestado, el 50 % vienen a realizar turismo acompañado de su familia, el 29 % viene en compañía de amistades que organizan sus viajes, mientras que el 13 % vienen acompañado de su pareja y el 8% viaja solo a los destinos turísticos de toda la ruta del Spondylus. Esta comunidad cuenta con varios atractivos para el desarrollo del turismo pero es recomendable que se realicen promociones para que cuando vuelvan traigan nuevos consumidores.

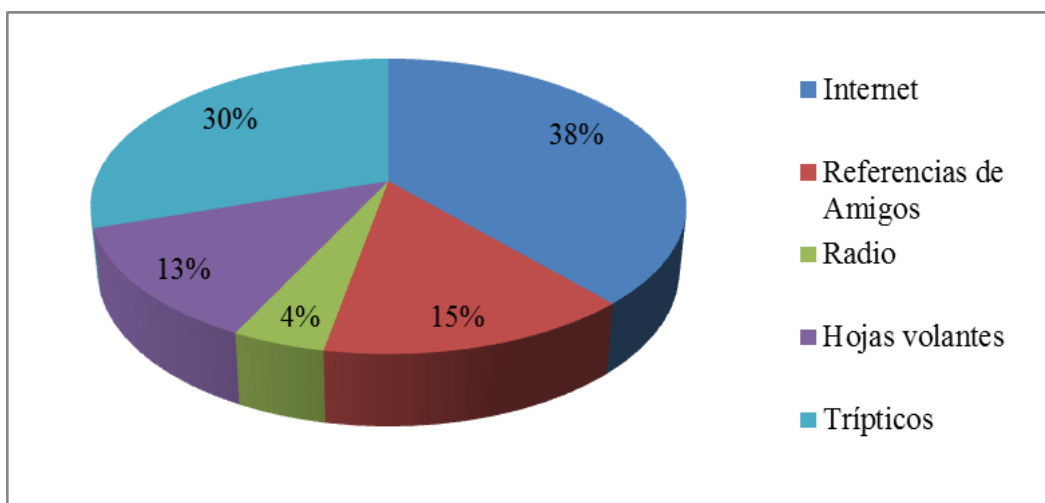
9. ¿Por qué Medios se Enteró de la Existencia de este Lugar?

TABLA 23 Medios Comunicativos

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Internet	124	38,39%
	Referencias de Amigos	47	14,55%
	Radio	14	4,33%
	Hojas volantes	41	12,69%
	Trípticos	97	30,03%
	TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 23 Medios de Comunicación



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: El 38 % de turistas encuestados manifiestan que se enteraron a través de líneas de internet y en redes sociales, el 30 % gracias a la obtención del tríptico impartido en varios lugares, mientras que el 15% recibió información de amistades, el 13% consiguió información por afiches obtenidos en centros de información y el 4% se enteró por medios radiales. Hace falta trabajar o realizar un plan de difusión para dar a conocer la diversidad del sector.

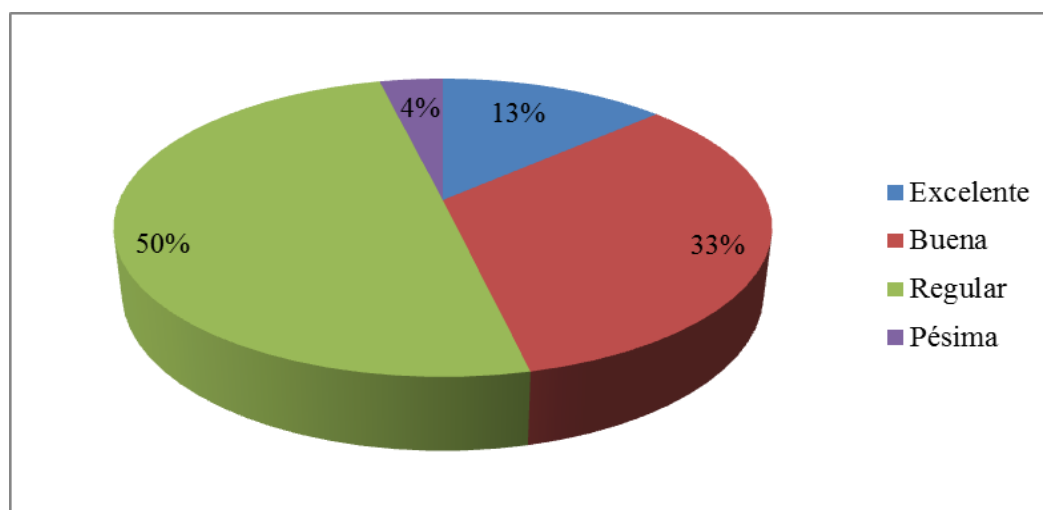
10. ¿Cómo Califica el Servicio Turístico de esta Comunidad?

TABLA 24 Calificación del Servicio

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Excelente	43	13,31%
	Buena	107	33,13%
	Regular	161	49,85%
	Pésima	12	3,72%
	TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 24 Calificación del Servicio



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Durante el cuestionamiento a los turistas que hacen uso de los diferentes servicios turísticos de esta comunidad, el 50% se refieren a que los servicios son regulares, mientras que el 33% califica los servicios como buenos, un 13% de los encuestados manifiesta que el servicio es excelente, mientras que, el 4% manifiesta que el servicio que brindan no es adecuado. En conclusión se podrían realizar talleres de servicio al cliente, para mejorar la atención de los servicios turísticos de la comunidad.

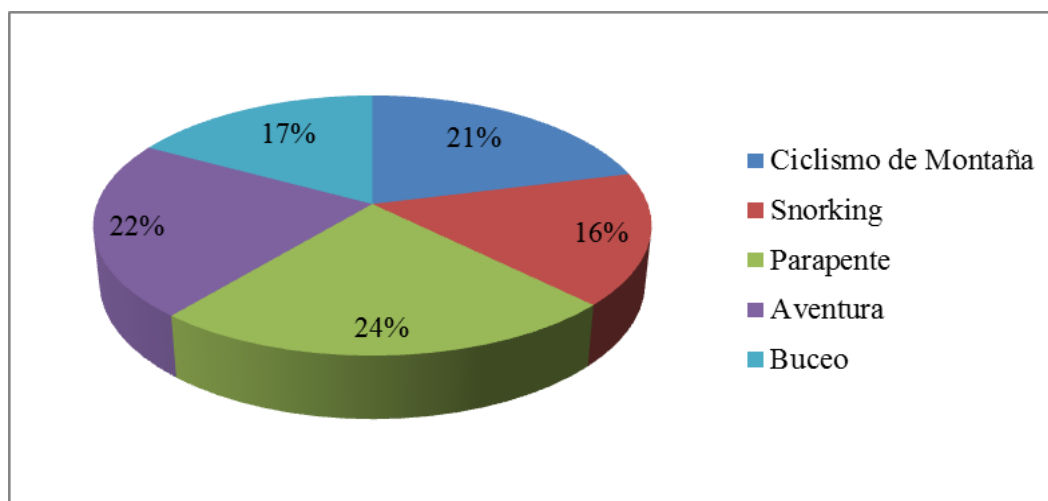
11. ¿Qué Actividades o deportes le gustaría que se implementen en este sector?

TABLA 25 Implementación de Actividades

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	Ciclismo Montaña	68	21,05%
	Snorking	53	16,41%
	Parapente	76	23,53%
	Aventura	71	21,98%
	Buceo	55	17,03%
	TOTAL	323	100,00%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 25 Implementación de Actividades



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Mediante los resultados se pudo denotar que el 24% prefieren deportes extremos como el parapente, el 22% se incentiva por actividades de aventura, un 21% prefieren el ciclismo de montaña ya que la comuna cuenta con los recursos, el 17% prefieren el buceo y un 16% le gustaría que se implemente el snorking. Se hace necesario aplicar otras actividades para obtener mayor afluencia turística en el sector.

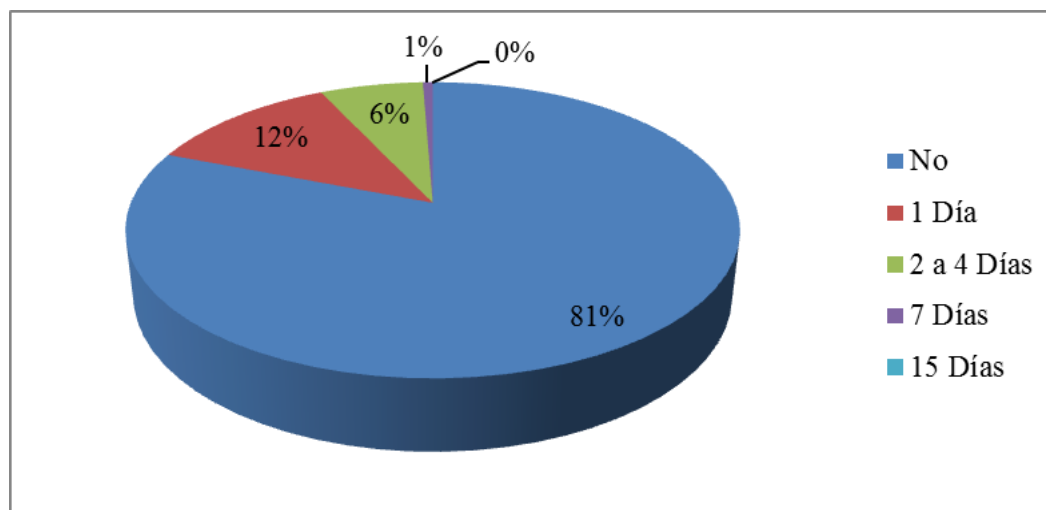
12. ¿Se ha queda hospedado alguna vez en esta Comunidad?

TABLA 26 Tiempo de Hospedaje

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	No	261	80,80%
	1 Día	39	12,07%
	2 a 4 Días	21	6,50%
	7 Días	2	0,62%
	15 Días	0	0,00%
	TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 26 Tiempo de Hospedaje



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: De los datos obtenidos el 81% de los encuestados no se quedan a dormir en esta comuna, ya que solo vienen atraídos por el Acuario y el museo, el 12 % manifiestan que si se quedan, pero solo por un día y el 6 % se queda a pernotar entre 2 a 4 días en esta comunidad. Esta situación pasa debido al desconocimiento de estas estructuras en la comunidad, es importante realizar un plan de gestión para que los turistas conozcan el lugar y se queden mayor tiempo.

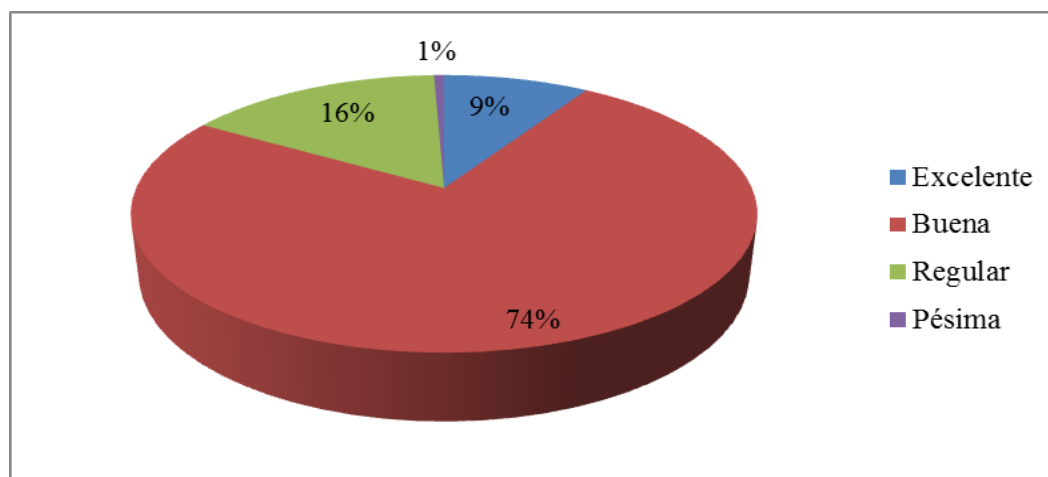
13. ¿Cómo Considera usted la gastronomía de esta comunidad?

TABLA 27 Calificación de Gastronomía

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
13	Excelente	29	8,98%
	Buena	241	74,61%
	Regular	51	15,79%
	Pésima	2	0,62%
	TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 27 Calificación de la Gastronomía



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Los turistas encuestados tienen diferentes características para calificar la gastronomía de esta comunidad, el 74 % califica de buena calidad la comida razones porque es fresca, mientras que el 16 % manifiestan que la calidad es regular ya que no ofrecen variedad gastronómica y toca aceptar lo que tienen en esos momentos, mientras que un 9% dicen que los alimentos preparados son de excelente calidad de acuerdo a su precio. Es recomendable mejorar la gastronomía de esta comunidad para que sus consumidores se sientan a gusto consumirlos presentando una variedad y calidad con precios justos y asequibles.

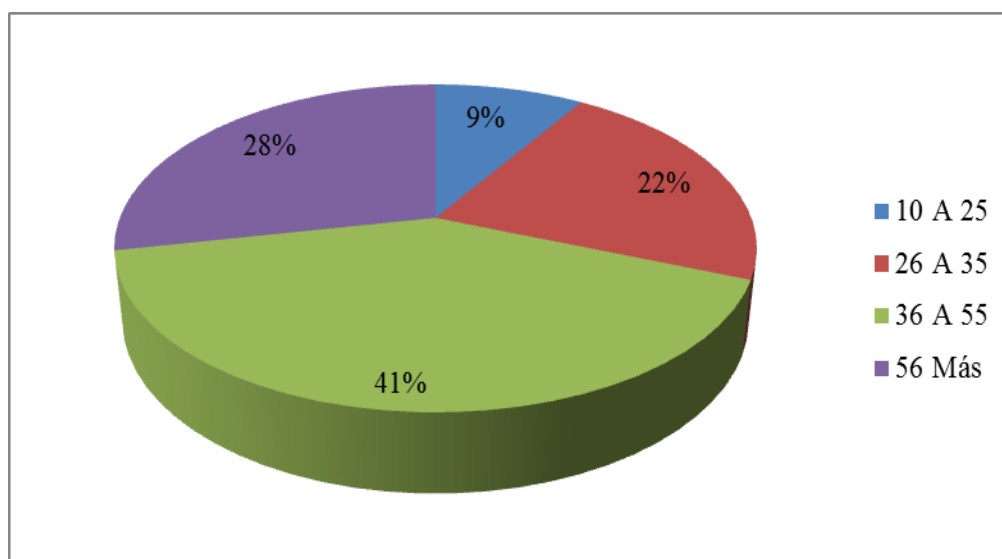
14. ¿Cuál es su Promedio de Gasto Diario cuando visita un Destino Turístico?

TABLA 28 Promedio de Gasto de Visita

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	10 A 25	29	8,98%
	26 A 35	71	21,98%
14	36 A 55	132	40,87%
	56 Más	91	28,17%
	TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 28 Promedio de Gasto de Visita



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Se puede describir que los turistas, cuando visitan un destino turístico, el 41 % hacen gastos de 36 a 55 \$, mientras que el 28 % durante sus movimientos realizan gastos de 56 \$ en adelante y un 22 % hace un gasto diario de 26 a 35 dólares, mientras que el 9 % representado por jóvenes hacen un gasto entre 10 a 25 dólares. La inversión que realizan los visitantes es muy aceptable por lo que hay que implementar otros servicios para mayor comodidad.

15. ¿Cuál es su Opinión en Realizar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible en la Comuna Valdivia?

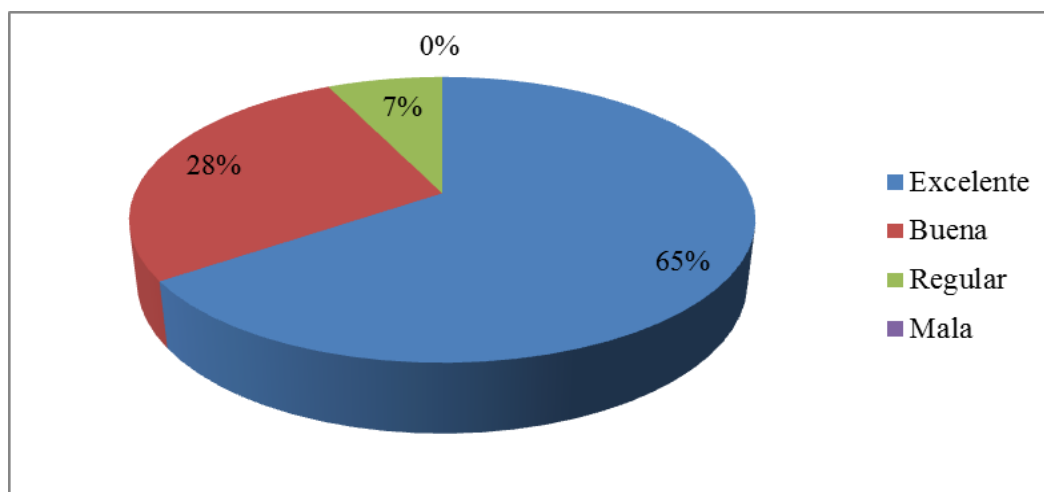
TABLA 29 Perspectiva para Ejecutar un Plan Turístico

ITEMS	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	Excelente	211	65,33%
	Buena	89	27,55%
15	Regular	23	7,12%
	Mala	0	0,00%
	TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

GRÁFICO 29 Perspectiva para Ejecutar un Plan Turístico



Fuente: Encuesta a Turistas que llegaron a la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Interpretación y Análisis: Mediante la investigación dada, se puede determinar que el 65 % de los encuestados califica como excelente la realización de un plan turístico, mientras que el 28 % cataloga este sistema como buena, y el 7 % manifiesta que es una forma muy regular para beneficiar al sector. De acuerdo a los datos obtenidos es factible realizar un plan de desarrollo turístico sostenible en la comunidad para mejorar sus productos servicios de esta comunidad.

3.5 ANÁLISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS DEL CAMPO

Mediante el trabajo de campo realizado en la comuna Valdivia se puede denotar que los habitantes en su mayoría están de acuerdo en desarrollar actividades turísticas dependiendo de sus posibilidades, en el que reconocen que es una alternativa para mejorar su situación económica y proyectarse al progreso para alcanzar el buen vivir tal como lo han desarrollado otras comunidades.

Reconocen el esfuerzo de su trabajo relacionados con el turismo y piensan positivamente en las capacitaciones de diferentes aspectos en el área turística ya que le hacen mucha falta para mejorar sus servicios, entendiendo que el turismo está sujeto a los propensos cambios que se dan a través de sus requerimientos exigiendo una buena atención.

Con respecto al sector se denota que le hace falta mayor equipamiento de estructuras de alojamientos turísticos y que estos sean ofertados de la mejor manera posible para ocasionar mayor estadía de sus visitantes, y que no solamente vean a este lugar como un destino turístico transitable sino que gocen de la hospitalidad de su gente y de su cultura.

Igualmente se adhieren a la idea de ejecutar y plasmar materiales de señalética turística que no existen en esta comunidad, para dar la importancia de hacer un marketing situacional, ya que a lo largo de la ruta del Spondylus, llegan miles de turistas durante todo el año y que no solo se fijen en destino turístico ya posicionado, provocando el desconocimiento esta comunidad que es importante por su milenaria cultura y su gente acogedora.

De acuerdo al cuestionamiento que se ha planteado en esta comuna, se hace necesario desarrollar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comuna Valdivia en el que se aplicarán una serie de actividades y acciones como programas que mejoren la actividad turística y beneficien la economía del sector.

Es de primordial importancia emplear un mecanismo para mejorar las estructuras turísticas de la comuna Valdivia como principal fundamento para el desarrollo de la actividad turística, en el que se brinden servicios de calidad y calidez para la satisfacción de sus visitantes ya que es la garantía principal para hacerlo volver y lograr el desarrollo económico del sector.

Es recomendable realizar estrategias que permitan conseguir mayor fluido turístico implementando un esquema para promocionar este destino, igualmente influir mediante una difusión turística para dar a conocer los recursos naturales y culturales, llevando incluso los atractivos de la comunidad que no son utilizados turísticamente para darles a conocer a nivel nacional e internacional.

Igualmente es muy importante que los habitantes de la comunidad, mantengan las raíces culturales del sector de acuerdo a sus conocimientos básicos ancestrales, como parte de la sostenibilidad para en el futuro gozar de una verdadera identificación de la milenaria cultura Valdivia, implementando eventos artísticos culturales como rituales, en los principales atractivos de esta comunidad.

Se hace necesario organizar un programa de capacitación de todos los entes de la comunidad en el aspecto turístico, con temas importantes que permita mejorar la calidad de sus servicios y talleres en cómo atender a sus clientes. Capacitaciones que sirvan para emprender nuevos guías turísticos que es muy indispensable para la facilitación del turista y se sienta satisfecho con la genta de esta comuna.

CAPÍTULO IV

4. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA COMUNA VALDIVIA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.

4.1 PRESENTACIÓN

La situación actual de la comuna Valdivia y la demanda del turismo existente en este lugar, determinan aspectos predominantes que influyen en el proceso de desarrollo de la planificación turística, originando expectativas y buscando transformaciones para el desarrollo y el progreso socio económico del sector, lugar que tuvo un progreso de la actividad turística en 1995, impulsada por la sociedad “Concepto Azul” quienes iniciaron con sus comuneros a vender artesanías de diferentes índole por la ruta del Spondylus para obtener beneficios económicos.

Valdivia busca constituirse como un destino turístico potencial, basado en el plan de desarrollo turístico sostenible, que no solamente promueve actuaciones que beneficie la economía de sus habitantes y sus recursos, sino que orienta a mejorar la calidad de sus servicios y la sostenibilidad de sus recursos y su cultura para aprovechar las oportunidades en el futuro, por esa razón se presentan inquietudes que son de mayor prioridad para gestionarse dentro del proceso del plan:

- ✓ Promover la Actividad Turística en base a los recursos existentes en la comunidad de Valdivia.
- ✓ Diversificar los atractivos turísticos, beneficiando a la comunidad.
- ✓ Obtener mayor afluencia turística internacional.
- ✓ Lograr la competitividad del destino mediante precios cómodos.
- ✓ Readequación y mejoramiento de sus infraestructuras
- ✓ Mantener en equilibrio en la utilización de sus recursos cuidando el medio ambiente.

4.2 JUSTIFICACIÓN

La demanda turística del sector trae consigo una variedad de características, donde su desarrollo permite una mayor intersección con sus elementos naturales y culturales y el manejo económico de recursos a través de los productos de interés, razón que se motiva a visitar este destino, donde puedan desarrollarse diferentes actividades para la distracción y diversión de sus visitantes.

La realización del plan de desarrollo turístico Sostenible tiene como objetividad, presentar los recursos turísticos de la comuna Valdivia de forma ordenada y sistematizada para el aprovechamiento de los mismos, de manera que sus habitantes tengan la visión efectiva de ofertar sus productos y servicios sobre la afluencia turística y optar por el beneficio mancomunado, buscando estrategias de negocios y oportunidades de trabajo para presentar este lugar como una principal alternativa para la actividad turística y lograr su posicionamiento en el mercado nacional e internacional

La ejecución del Plan Desarrollo Turístico Sostenible permite realizar un seguimiento y control para no generar cambios en el medio local. La sociedad como pioneros, deben ser responsables directos de cómo se manejen los recursos. De aquí parte el papel de la sostenibilidad donde se debe concientizar a la población y al turismo para garantizar la conservación de los atractivos de la comunidad y el cuidado del medio ambiente para el aprovechamiento de futuras generaciones.

La sostenibilidad dentro de la aplicación de éste proyecto se perfila como un marco referencial donde nacen las necesidades de poder disfrutar y aprovechar los recursos turísticos de éste sector y dar el mantenimiento continuo de los mismos, que son la materia prima para el desarrollo de la actividad turística en la comunidad, tratando de involucrar a la población para el mejoramiento de sus recursos y de su calidad de vida.

4.3 DEFINICIÓN DEL MODELO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA COMUNA VALDIVIA.

El modelo del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible se sustenta en la sostenibilidad y sustentabilidad donde se construye una secuencia organizativa para realizar su ejecución. La aplicación del plan requiere buscar estrategias para el mejoramiento de sus recursos que permita potenciarlo mediante planes de acción, ocasionando la competitividad, sostenibilidad y la sustentabilidad, manteniendo sus raíces culturales como identificación de la generación quienes juzgarán el impacto que ocasione la planificación turística en la comuna.

ILUSTRACIÓN 7 Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para Valdivia



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Este modelo de desarrollo turístico propuesto para la comuna Valdivia se aplicará con una directriz, que oriente a todo el sector a cumplir con los objetivos planteados en un corto, mediano o largo plazo.

Mediante la participación de sus comuneros quienes son los entes principales en tener una visión clara hacia donde fijar el destino de su comunidad, se formará una premisa sustentada en un modelo ambiental ya que incentiva al turismo a cuidar y conservar la flora, la fauna y el medio ambiente.

El plan de desarrollo turístico se fundamenta en la sustentabilidad y rentabilidad socioeconómica porque permite utilizar los bienes, desarrollando la actividad turística para obtener beneficios rentables y que los habitantes gocen de una mejor vida en unión a sus familias.

Igualmente se basa en la búsqueda de estrategias para lograr la competitividad nacional e internacional obteniendo un posicionamiento en el mercado, brindando servicios accesibles de calidad y calidez para el beneficio mancomunado, bajo los parámetros y seguimientos del organismo comunal y de sus comisiones.

4.4 FASE I PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE:

4.4.1 Diagnóstico Situacional de la Comuna Valdivia.

La comuna Valdivia cuenta con varios atractivos naturales y culturales que deben ser ofertados hacia nuevas plazas de mercados para el desarrollo de la actividad turística. Actualmente los habitantes se dedican a la comercialización de artesanías y a prestar servicios turísticos de forma empírica, implementando esta actividad y dando forma a la comercialización de sus principales recursos.

Este lugar tiene una deficiencia de establecimientos de hospederías por esa razón los visitantes en muchos casos, son pasajeros hacia otros destinos y no disfrutan de las variedades de atractivos que ofrece la comuna Valdivia. La situación, es que los pocos servicios que se ofrecen no tienen una estructuración de oferta y dejan de ser creativos para que los visitantes, tengan la opción de quedarse en este lugar y pueda disfrutar de las noches en los lugares de distracción.

4.4.2. Ambiente Interno de la Comuna Valdivia.

En el aspecto interno se describen los recursos turísticos de la comuna Valdivia que fueron identificados mediante talleres participativos con los comuneros, en el que se dispone una descripción con sus respectivas características de los recursos y cuál es el estado actual de sus atractivos.

4.4.2.1 Oferta Turística de la Comuna Valdivia

4.4.2.1.1 De Alojamientos

El turismo en la comuna Valdivia ha logrado desarrollarse de manera progresiva, en su mayoría solo son de paso, ya que no hay muchos establecimientos que brinde servicios de hospederías. Esta comunidad a pesar de que carece de estos servicios, cuenta con 3 hospederías familiares que sus costos oscilan entre 8 a 15 dólares por persona y el Museo que también tiene parte para albergar a visitantes, a un costo de \$ 6 pero por el desconocimiento no son utilizados por los turistas.

CUADRO 7 Servicios de Alojamientos de la Comuna Valdivia

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPOS	CAPACIDAD	COSTO
Familia Ángel	Hospedería	10 Personas	\$ 8,00
Hospedería de Cecilia Reyes	Hospedería	6 Personas	\$ 10,00
Jéssica	Hospedería	8 Personas	\$ 12,00
Museo Valdivia	Hospedería	5 Personas	\$ 6,00

Fuente: Inventario de la Oferta Turística (2013)
Elaborado por: Borbor, R. (2013).

Estos locales que brindan servicios turísticos no cuentan con una señalética de identificación como tal, lo que hace el desconocimiento de estos locales de las personas extranjeras que en su mayoría buscan otros sectores y estas hospederías solo se ocupan en tiempo de fiestas o por temporadas de carnaval.

4.4.2.1.2 De Alimentación

La comuna Valdivia goza de contar con una gama de servicios gastronómicos ya que existen 6 restaurantes estables, ubicados en la comunidad, en ellos se ofrecen comidas típicas del sector. El parador turístico denominado Venus Valdivia ubicado a pocos metros de la playa, subdividida en cuatro comedores, brinda un ambiente acogedor. Además existen 5 locales que ofrecen servicios específicamente de meriendas, donde salen a servirse propios y extraños.

Dentro de la comunidad especialmente por las noches se puede disfrutar de 6 locales de soda-bar donde acuden a refrescarse muchas personas con deliciosos batidos naturales y para complementar existen 8 panaderías beneficiando a más de 5.000 habitantes. Igualmente cuenta con 20 tiendas y 2 minimarket donde se pueden adquirir productos de primera necesidad, para complementar existen dos personas que se dedican a vender comidas en un triciclo por las noches.

CUADRO 8 Servicios Gastronómicos de la Comuna Valdivia

NOMBRE	DIRECCIÓN	CAPACIDAD	VALOR
Comedor Doña Leo	Sector la “Y” vía Manglaralto	30 Personas	\$ 2,50
Delicia Manabitas “Mechita”	Barrio Urdesa	35 Personas	\$ 3,00
Restaurante Tamara	Calle 16 de Julio	25 Personas	\$ 3,00
Comedor Germania	Barrio Urdesa	25 Personas	\$ 2,50
Don Lucho	Calle 16 de Julio	30 Personas	\$ 2,00
Parador Turístico Venus Valdivia	Calle Malecón	100 Personas	\$ 2,50
Comedor Andrea	Calle 24 de Mayo	25 Personas	\$ 2,00
Comedor Juanita	Calle 9 d Octubre	20 Personas	\$ 1,50
Comedor Charles	Recorre la comuna	30 Personas	\$ 2,00

Fuente: Inventario de Oferta de la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

4.4.2.1.3 De Esparcimientos

Esta comuna tiene un sinnúmero de establecimientos para la distracción de las personas locales, nacionales y extranjeras que gozan de la diversión nocturna. Cuenta con 2 discotecas modernas en el centro de la comunidad y siete bares, haciendo más agradable este sector. Igualmente están ubicados 3 bar-karaoke para quienes gustan de la música. Para las personas que buscan algo diferente pueden realizar caminatas en el Estuario Valdivia observando una variedad de flora y fauna o disfrutar de su extensa playa donde pueden practicar varios deportes.

La comuna Valdivia tiene 3 canchas de uso múltiple y 2 canchas de futbol abierta para el público en general que gusta de varios deportes y aficionados. Si se trata de cultura pueden visitar los tres museos, la iglesia, el acuario o como también realizar observación del paisaje que tiene esta comuna acudiendo al mirador para disfrutar de la vista panorámica del sector.

CUADRO 9 Lugares de Esparcimientos en la Comuna Valdivia

NOMBRE	DIRECCIÓN	CAPACIDAD	ENTRADA
Discoteca Hollywood	Calle 16 de Julio	100 Personas	Libre
Disco Bar Valdivia	Calle 24 de Mayo	40 Personas	Libre
Disco Bar La Iguana	Sector Urdesa	40 Personas	Libre
Disco Bar D´ Betos	Calle Mariano Merchán	25 Personas	Libre
Bar Jairo	Calle 16 de Julio	25 Personas	Libre
Bar La Caída del Sol	Calle Malecón	35 Personas	Libre
Bar Euclides	Calle Guayaquil	15 Personas	Libre
Bar de Remigio	Calle 9 de Octubre	35 Personas	Libre
Bar Alberto	Calle 16 de Julio	20 Personas	Libre
Estuario Valdivia	Vía Manglaralto	300 Personas	Libre

Fuente: Inventario de Oferta de la Comuna Valdivia (2013).

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

4.4.2.14 Inventario de Atractivos Turísticos de la Comuna Valdivia

Atractivo N° 1 Mirador Turístico Valdivia

PROPIEDAD: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Sitios Naturales

TIPO: Montañas

SUBTIPO: Colinas

JERARQUÍA: I



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, cerca de este atractivo se ubican las comunas San Pedro, 1km de distancia y la comuna Ayangue 4 km.

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO: Tiene 220 metros de altura con un ambiente agradable donde se percibe la brisa del mar, cerca de este lugar se realizaron excavaciones para el descubrimiento de su cultura. Aquí se puede realizar una pequeña caminata por las gradas o subir con autos livianos, su clima es tropical regulado por los cambios estacionales, donde se organizan camping o para fotografiarse con el ocaso del sol, siendo conservado por los organismos barriales realizando mingas de limpieza y sembrando árboles para evitar la erosión del suelo que ocasionan los fuertes inviernos.

Las vías de acceso son estructuradas por sus habitantes, que desean difundir el sector a nivel nacional ya que solo llega el turismo local. El servicio de agua que es tratada por la Junta Regional no es suficiente debido a su altura y un 96% de los habitantes tiene el servicio luz eléctrica facilitada por CNEL.

Se asocia con el Museo Arqueológico a una distancia de 20 m. y el Acuario Provisional con 30 m. de distancia. Cerca se ubica el Museo In Situ de la familia Ángel para observar los caciques de la cultura que es conocida a nivel nacional.

Atractivo N° 2 Plazoleta Venus Valdivia

PROPIETARIO: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Realizaciones Artísticas Contemporáneas

SUBTIPO: Escultura

JERARQUÍA: II



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. Centros urbanos más cercanos, comuna San Pedro a 1 km de distancia y la comuna Ayangue a 5 Km de distancia.

DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL ATRACTIVO: El nombre se debe al símbolo de fecundidad de la diosa Venus Valdivia, situada cerca de la playa con una temperatura agradable, construyéndose en el 2010 por la Prefectura de la provincia de Santa Elena.

Los turistas pueden realizar fotografías frente a sus monumentos “Venus Valdivia”, construido por sus artesanos. De su conservación se encarga una comisión de dirigentes comunales dedicados al regadío de plantas y la limpieza del sector ya que estos monumentos que están cercas son la identificación e imagen de la comunidad y por ubicarse en su entrada. Las vías de acceso están totalmente adecuadas para un ingreso cómodo durante todo el año.

La plazoleta cuenta con el servicio de agua potable por ser un sector público, igualmente cuenta con energía eléctrica. El atractivo más cercano a este lugar es el Acuario Valdivia a 10 metros y el Museo Valdivia ubicado a 20 metros. Aquí se realizan eventos culturales y sociales. Al paso se observan artesanías de diferentes materiales que realizan los pobladores, como la confección de calzado y elaboración de réplicas de la cultura Valdivia, siendo conocido en los mercados nacionales e internacionales.

Atractivo N° 3 Iglesia Virgen del Carmen

PROPIETARIO: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Manifestación Cultural

TIPO: Históricas

SUBTIPO: Arquitectura

JERARQUÍA: II



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, ubicado en el centro de la comunidad a un 1 km de distancia de la comuna San Pedro.

DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL ATRACTIVO: La arquitectura de la iglesia tiene un ambiente acogedor por su infraestructura. Ésta edificación fue construida por el municipio del cantón Santa Elena en el año 2010, el nombre es en honor a la patrona de la comunidad Virgen del Carmen.

El mantenimiento lo realiza el consejo pastoral, se encargan de limpiar y conservar el lugar. Las vías de acceso están en buen estado, siendo una manera fácil de llegar, ubicado entre dos calles adoquinadas, se puede llegar a este atractivo durante todo el año, tomando los buses que vienen desde Santa Elena, Guayaquil o Manabí.

La luz es facilitada por la CNEL y el agua potable les proporciona la Junta Administradora Regional Valdivia, actualmente este lugar está instalada a la red del alcantarillado. El ingreso a este lugar es libre donde muchos feligreses y turistas observan las imágenes que son atracción de propios y extraños y que en muchos casos son testigos de la forma como celebran las festividades de esta comunidad el mes de julio del 10 al 17 de cada año, en honor a la patrona Virgen del Carmen y en celebración de las Primeras Jornadas Arqueológicas. Muy cerca están dos monumentos ubicados a la entrada de la comunidad.

Atractivo N° 4 Estuario Valdivia

PROPIETARIO: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Sitios Naturales

TIPO: Ambiente Lacustre

SUBTIPO: Lagos

JERARQUÍA: I



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, ubicado al norte de la comunidad, a un 1 km de distancia de la comuna San Pedro

DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL ATRACTIVO: Posee un ambiente natural donde se desarrolla la flora y fauna, este lugar se lo conserva por las especies que están en peligro de extinción. Se han reducidos los daños ambientales ocasionados por las industrias ya que sus aguas servidas anteriormente iban directo al río por lo que sus pobladores luchan para remediar este lugar y quieren ser indemnizado para fortalecer su estado eliminando las aguas residuales por agua del mar.

Se puede realizar varias actividades para el relajamiento de los turistas como la pesca, deportes y kayak, teniendo una temperatura agradable entre los 30 a 32° C. y una longitud de 13 Ha. que comprende desde el sector Playa Bruja hasta donde desemboca el río llamado La Boquita. Cerca se construye una obra magnífica del gobierno ecuatoriano “Parque Marino Valdivia”, considerada como una gran fortaleza para la comunidad y para el desarrollo de la actividad turística.

Carece de vías de acceso y no existen señaléticas que identifiquen la ubicación de este lugar, los visitantes realizan caminatas por la playa o por un sendero llamado “Los Mogotes” que al paso se pueden observar aves migratorias o como ser testigos de las actividades que realiza el personal del Acuario para hacer de este lugar más agradable, siendo visitado por turistas locales y nacionales.

Atractivo N° 5 Centro de Manejo de Vida Silvestre “Acuario Valdivia”

PROPIETARIO: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Manifestación Cultural

TIPO: Realizaciones Técnicas y Científica

SUBTIPO: Acuario Valdivia

JERARQUÍA: II



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, está ubicado a la entrada de la comunidad, a un 1 km de distancia de la comuna San Pedro y a 7 Km de Libertador Bolívar.

DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL ATRACTIVO: Está en proceso de deterioro debido a que su construcción es de material rústico, encontrándose en un lugar de alta salinidad. Este atractivo no le dan el debido funcionamiento y cuidado ya que opera de manera provisional y las instalaciones no están adecuadas para trabajar como corresponde.

Su principal vía de acceso es la carretera de hormigón armado, donde los turistas pueden dejar parqueado sus vehículos de forma confiable, estando al cuidado del personal del acuario para dar una mayor seguridad a los visitantes. Dentro de este atractivo se tiene una orientación por parte de los guía del Club Ecológico para conocer la variedad de especies marinas que se encuentran en recuperación.

A pocos metros se ubica el Parador Turístico Venus Valdivia, para disfrutar de la gastronomía local, como también pueden visitar el museo Arqueológico, fomentando de esta forma los recursos y darle más vida a estos lugares turísticos. Este atractivo es conocido a nivel nacional y tiene poca afluencia internacional por las actividades desarrolladas donde se vincula a los turistas que sean partícipes de los eventos siendo publicados en su página web, lo que permite darse a conocer por turistas extranjeros, que ayudan a difundir la existencia de este atractivo.

Atractivo N° 6 Museo Arqueológico Valdivia

NOMBRE: Museo Arqueológico Valdivia

PROPIETARIO: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Históricas

SUBTIPO: Museo Arqueológico

JERARQUÍA: II



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, Ubicado en la calle 24 de Mayo, a un 1 km de distancia de San Pedro.

DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL ATRACTIVO: Aquí se exhiben restos arqueológicos recuperados de las calles de la comunidad, cuando desarrollan otros proyectos, estos materiales se lo conserva para mantener la imagen de la Cultura Valdivia, igualmente existen otros departamentos donde se exhiben otras culturas de la costa ecuatoriana. La estructura está en proceso deteriorado debido al mantenimiento y por sus años de construcción.

Los mismos habitantes no valoran este atractivo, se hace un llamado de atención a la comunidad para rescatar la imagen cultural. Pocas veces realizan el mantenimiento de las piezas arqueológicas que es necesario por los años de antigüedad. El acceso esta lastrado y se puede ingresar los 365 días del año, atendiendo desde las 8 Am. a 6 Pm. Todos los días.

El ingreso para los adultos es de \$ 2 y para los niños de \$ 1, para grupos de estudiantes los precios varían. Este centro turístico tiene una gran importancia por sus reliquias arqueológicas y por ser una de las culturas más antigua del Ecuador gozando de ser declarada Patrimonio Cultural Nacional, siendo conocido en los mercados turísticos nacionales e internacionales.

Atractivo N° 7 Playa de Valdivia

PROPIETARIO: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Sitios Naturales

TIPO: Costas o litorales

SUBTIPO: Playas

JERARQUÍA: II



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, a 1 km de distancia de San Pedro.

DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL ATRACTIVO: Tiene una extensión de 4 km, comprendiendo desde Playa Bruja que limita con la comuna Atravesado y por el sur con la comunidad de San Pedro. Aquí se desarrollan diferentes eventos sociales y deportivos donde se percibe un ambiente fresco y saludable para un relajamiento y esparcimiento confortable, de la misma manera se puede practicar el surf, deporte que se va implementando a través de los años.

Los establecimientos más cercanos de la playa se encargan de la limpieza, igualmente los organismos comunales realizan mingas para mantener limpio el sector. Actualmente se ha trabajado en la readecuación de las vías de acceso pero es lamentable que este lugar no tenga un parqueadero estable.

La frecuencia de visita está a nivel medio alto ya que aún no se promociona este sector como debe de ser y se requiere de realizar actividades turísticas donde las personas, puedan divertirse de manera sana y agradable. A una distancia de 15 m. está el Acuario donde pueden observar especies marinas que han sido encontrados en el perfil costanero, igualmente el parador turístico donde pueden disfrutar de la gastronomía local. Recientemente se está desarrollando la actividad turística debido a los diferentes atractivos que posee, siendo bastante visitada en el periodo de carnaval de cada año existiendo gran demanda local y nacional.

Atractivo N° 8 Museo Las Calaveras

PROPIETARIO: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Históricas

SUBTIPO: Museo Arqueológico

JERARQUÍA: II



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Comunidad de Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL ATRACTIVO: Pertenece a la familia Ángel quienes se esmeran por desarrollar el turismo en esta comunidad, aquí se exhiben esqueletos humanos que pertenecían a los caciques de la cultura Valdivia por esa razón lleva el nombre de Las Calaveras.

Igualmente se exhiben materiales que tienen muchos años de antigüedad y que anteriormente se utilizaban para los quehaceres domésticos, quienes gustan de esta reliquias culturales pueden comprar réplicas para tener de recuerdos en sus hogares.

Este atractivo es conservado en base a sus ingresos donde los encargados realizan compra de objetos muy antiguos para mejorar el aspecto de su contorno y venderlos. Está ubicado en la vía principal que va a Manta – Portoviejo, esta vía ha sido reestructurada por el gobierno del País, lo que hoy en día se vende como la Ruta del Spondylus.

Cuenta con todos los servicios básicos gracias a la gestión de sus dueños y actualmente se está instalando a la red del alcantarillado sanitario. Tiene una relación con el museo principal de la comunidad que se integran para dar información necesaria cuando los visitantes que así lo requieran.

Atractivo N° 9 Parador Turístico Venus Valdivia

PROPIETARIO: Comuna Valdivia

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

JERARQUÍA: I



UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Ubicado en la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL ATRACTIVO: Este lugar brinda una variedad de servicios gastronómicos, subdividida en cuatros comedores haciendo gustar a sus visitantes los platos típicos de esta comunidad, tiene un ambiente muy agradable por encontrarse cerca del mar, teniendo un buen acceso de su parqueadero.

Las personas que prestan sus servicios en esta cabaña, invitan a propios y extraños a que visiten este lugar y que su permanencia sea muy agradable e inolvidable. La infraestructura es de material rústico y está en proceso de deterioro, Estas personas conocidas como cabañeros, luchan y piden apoyo a los gobiernos seccionales para mejorar la infraestructura.

Este proyecto le realizó el Centro de Promoción Rural (CPR) y Ayuda en Acción para mejorar la calidad de vida de las personas que se dedican a la actividad turística. Las vías de acceso están adecuadas para un ingreso durante todo el año siendo la carretera principal acceso a este atractivo.

Cuentan con los servicios básicos que es de mucha necesidad para esta actividad, y están ligados al acuario provisional que queda a 5 m de distancia, este sector es visitado por turistas nacionales e internacionales que llegan al acuario y que a solo un paso pueden disfrutar de los platos típicos del sector.

4.4.1.1.6 Jerarquización de Atractivos Turísticos de la Comuna Valdivia

Para determinar la jerarquía de los Atractivos turísticos de la comuna Valdivia se procedió a evaluarlos mediante una ficha con valores asignados por el Ministerio de Turismo, en base al valor intrínseco y extrínseco, el apoyo que tiene la misma y el estado en que se encuentra para luego darle un significado de importancia de acuerdo a su afluencia de turistas. Los valores asignados se detallan a continuación.

De 1 a 25 puntos corresponde a la jerarquía I

De 26 a 50 puntos corresponde a la jerarquía II

De 51 a 75 puntos corresponde a la jerarquía III

De 76 a 100 puntos corresponde a la jerarquía IV

CUADRO 10 Resumen de la jerarquía de los Atractivos Turístico

Tipo de sitio Natural y Culturales	Calidad	Apoyo	Significado	Jerarquía
Acuario Provisional de Valdivia	17	25	8	II
Museo Valdivia	13	23	8	II
Parador Turístico Venus Valdivia	13	7	5	I
Playa de Valdivia	15	18	6	II
El Mirador Turístico	12	6	3	I
Iglesia Virgen del Carmen	20	22	2	II
Museo las Calaveras	11	21	9	II
Estuario Río Valdivia	12	9	4	I
Plazoleta Venus Valdivia	16	23	6	II

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Esta comunidad tiene recursos para direccionarse más a la actividad turística siendo su principal fortaleza el Acuario, el Museo y el Parador y su extensa playa

que tienen jerarquía II para potenciarles internacionalmente. Los de jerarquía I son los recursos complementarios para dar la variedad dentro de la comunidad.

4.4.2 Ambiente Externo de la Comuna Valdivia.

4.4.2.1 Análisis de la Demanda Turística de la Comuna Valdivia

La información se la obtuvo por parte del Acuario Valdivia, quienes tienen registro de estadística del periodo de carnaval 2013 y del ingreso durante todo el año, donde manifiestan que este año tuvo un crecimiento considerable con respecto a años anteriores, la mayoría de visitantes son ecuatorianos y turistas extranjeros provenientes de América Latina y Europa.

4.4.2.1.1 Descripción por su Forma de Viaje

La mayoría de visitantes y turistas que llegan a esta comunidad lo hacen acompañados de su familia o con grupo de amistades, es decir utilizan sus propios medios en conjunto con su familia. Otros lo hacen a través de grupo de amistades en el que en muchos casos utilizan sus propios recursos, con la finalidad de integrarse en actividades del sector y disfrutar de la diversidad de servicios.

4.4.2.1.2 Con Respecto a su Nacionalidad

Respecto al origen de los visitantes tiene una gran accesibilidad de turistas nacionales y extranjeros, motivados por sus principales atractivos que son su Acuario Provisional, su Museo Arqueológico y su extensa playa, sin embargo los que más predominan son turistas regionales.

Los turistas que llegan a la comuna Valdivia, son procedentes de diferentes sectores del Ecuador principalmente de la sierra “Quito y Cuenca”, vienen a disfrutar a este sector por tiempos de carnaval. El turismo exterior viene del Perú,

Chile, Colombia y Argentina, también personas que son procedentes de Europa que favorecen al sector mediante la utilización de sus recursos, datos verificados por el libro de registro de visitantes administrado por el Acuario y Museo.

4.4.2.1.3 Con Respecto al Tiempo de Estancia

La mayoría de visitantes desconocen planamente los servicios de hospederías en este sector, solo un promedio bajo de turistas hacen uso de estos establecimientos de hospederías en tiempos de festividades de la comunidad y del carnaval, mientras que otros destinos tienen sobrecarga de turistas durante todo el año, lo que ocasiona la ausencia de visitantes en estos lugares que son pocos conocidos por la falta de difusión de los recursos que oferta esta comunidad.

4.4.2.1.4 El Gasto Promedio Diario de los Visitantes

Tomando como referencia de las encuestas realizadas en el trabajo de campo de la comuna Valdivia, se describe que los turistas que llegan a esta comuna lo hacen acompañados de familiares o amigos para disfrutar de su gastronomía, estos visitantes realizan un gasto promedio entre 36 a 55 dólares durante su estadía. Durante los últimos años la comuna ha tenido una iniciativa propia en la actividad turística, se debe a la reapertura de varios atractivos como monumentos, museo y el Parque Marino Valdivia.

4.4.2.2 Condiciones del Entorno de la Comunidad.

El Desarrollo Turístico se fundamenta en los lineamientos del PLANDETUR que busca desarrollar la actividad con responsabilidad y cuidar el sector medio ambiental. Sector que cuenta con los recursos para direccionarse al cambio de la misma y no adaptar culturas que dificultan la estabilidad de sus patrimonios.

4.4.2.3 Análisis FODA de la Comunidad de Valdivia

Se realizó un taller con los habitantes de la comuna Valdivia, donde se organizaron grupos de trabajo conformados por 8 personas para determinar e identificar las amenazas, fortaleza, debilidades y oportunidades de la comunidad.

4.4.2.3.1 Fortalezas de la Comunidad de Valdivia

- ✓ Ubicación Geográfica de la comunidad en la ruta del Spondylus
- ✓ Las vías de acceso en perfecto estado, interno y externa.
- ✓ Grupos o comisiones de apoyo organizados para fortalecer la comunidad.
- ✓ La Interconexión de red para la comunicación por Claro y Movistar que permite hacer uso de sus servicio en cualquier momento.
- ✓ La existencia de flora y fauna que mantiene el estuario del río Valdivia.
- ✓ El nombramiento de ser declarado Patrimonio Cultural Nacional.
- ✓ Diversificación de atractivos naturales y culturales que tiene la comunidad.
- ✓ Extensión territorial a la largo de la ruta del Spondylus que facilita la actividad turística.

4.4.2.3.2 Debilidades que tiene la Comunidad de Valdivia

- ✓ No contar con un centro de información turística para la facilidad del visitante.
- ✓ Falta de promoción y difusión de los atractivos turísticos que posee la comuna.
- ✓ Insuficiencia de conocimiento en atención al cliente del personal que brindan servicios turísticos.
- ✓ Carencia de señalización turística en la vía principal a Manglaralto y para los senderos hacia el estuario río Valdivia.
- ✓ División poblacional, ocasionadas por las industrias enlatadoras de sardinas en la comuna Valdivia.
- ✓ Desatención de autoridades y gobierno seccional en no valorizar su Patrimonio Cultural.

- ✓ La inseguridad del turismo por la falta de control de personal de vigilancia.
- ✓ La contaminación ambiental que tiene la comuna Valdivia con olores putrefactos que perjudican la imagen del sector.

4.4.2.3.3 Oportunidades de la Comunidad de Valdivia

- ✓ Implementación de nuevos proyectos que se están ejecutando en la comunidad por el gobierno ecuatoriano.
- ✓ La afluencia turística internacional que posee otros sectores.
- ✓ La capacidad de sobrecarga turística que han tenido los pueblos aledaños.
- ✓ El apoyo del Ministerio de Turismo para desarrollar proyectos de capacitación de corto plazo para los vinculados en el turismo.
- ✓ Como se preparan las comunidades para desarrollar la actividad turística.
- ✓ Personal de perfil profesional para la gestión de proyectos en el sector.
- ✓ Accesibilidad de redes de comunicación para uso del internet y crear páginas personalizadas como el sitio web.

4.4.2.3.4 Amenazas que tiene la Comunidad de Valdivia

- ✓ La mala difusión del sector que hacen los medios televisivos a la provincia de Santa Elena en tiempos de aguaje en temporadas de carnaval.
- ✓ Desprestigio de las comunidades por obras inconclusas realizadas por los gobiernos de turnos, dando un mal uso de los espacios turísticos.
- ✓ Actual crisis económica que presentan los países Europeos que hacen que la afluencia turística disminuya en los destinos turísticos.
- ✓ La competencia de destinos turísticos que se desarrollan en la ruta del Spondylus sin considerar los impactos ambientales que ocasionan.
- ✓ La inseguridad, violencia y narcotráfico en la ruta del Spondylus.
- ✓ El daño ambiental que provocan las industrias cerca de los destinos turísticos emanando olores putrefactos.

- ✓ La presencia de algún fenómeno natural que cause un sismo o tsunami por estar cerca del Océano.
- ✓ Conflictos por litigios de tierra, donde empresas privadas quieren asentarse en áreas estratégicas para el desarrollo de la actividad turística por intereses propios perjudicando a las comunidades.

CUADRO 11 Matriz del Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación Geográfica de la comunidad en la ruta del Spondylus. 2. Declaratoria de Patrimonio Cultural Nacional. 3. Diferentes Atractivos Naturales y Culturales. 4. Vías de acceso interno y externo. 5. Extensión territorial en la ruta del Spondylus que facilita la actividad turística. 	<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. 5. La inseguridad en la falta de control de la zona.
	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F.O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación de nuevos proyectos en la comunidad. 2. La afluencia turística internacional que tienen otros sectores y su sobrecarga. 3. Posicionamiento turístico de los pueblos aledaños como Ayangué y Montañita 4. Personal con perfil 	<p>O3, O2, F4, Potenciar los atractivos turísticos de la comunidad, mejorando la calidad de su oferta para el deleite de la afluencia del turismo en toda la ruta del Spondylus.</p> <p>O4, F3, F5 Mediante los profesionales del sector,</p>	<p>O4, D2, D3 Con un personal profesional de la Comuna Valdivia se capacitará a las personas dedicadas a la actividad turística.</p> <p>O2, D1, O5 Mediante de la afluencia turística internacional se realice</p>

<p>profesional para buscar proyectos para la mejoría del sector.</p> <p>5. Redes sociales y el fácil acceso al internet para crear las paginas o sitio web.</p>	<p>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>un plan para promocionar los atractivos turístico de la comunidad, utilizando las vías de internet que es una manera más rápida.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>1. La mala promoción que se hace a estas zonas en tiempos de aguaje o carnaval.</p> <p>2. Desprestigio de comunas por obras inconclusas de gobiernos y mal uso de los espacios turísticos.</p> <p>3. La competencia de nuevos destinos turísticos en la ruta del Spondylus.</p> <p>4. Incremento de la inseguridad y violencia en toda la ruta del Spondylus.</p> <p>5. Daño ambiental que causan las industrias emanando olores putrefactos.</p> <p>6. Conflictos por litigios de tierra con empresas privadas que llegan a este sector de manera clandestina.</p>	<p>ESTRATEGIAS F.A</p> <p>F1, A1 A través de la ubicación geográfica de la comuna, realizar un plan de Promoción y difusión turística que brinden un servicio de Calidad para disminuir la mala información que dan los principales medios del País.</p> <p>F1, A4 Gestionar en la implementación de un plan de vigilancia para la seguridad del turismo y así revalorizar el patrimonio Cultural que permitan la confiabilidad de quienes llegan a este sector.</p>	<p>ESTRATEGIAS D.A</p> <p>A2, D2, A3 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>A6, A5, D4 Solución a problemas por litigios de tierra y daños ambientales buscando la unión de sus comuneros para realizar un plan de acción que ayuden a mejorar la imagen de la comuna.</p>

Fuente: Matriz del análisis FODA (2013)
Elaborado por: Borbor R. (2013)

4.5 FASE 2 DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE:

4.5.1 Planteamiento Filosófico

4.5.1.1 Misión

La comuna Valdivia se enfoca al desarrollo de la actividad turística de forma sostenible y sustentable para mantener los recursos en conservación mediante la concientización de la comunidad y del turismo, para absorber el mercado nacional e internacional, en base a la calidad de sus productos y servicios.

4.5.1.2 Visión

Ser un potencial turístico de la Ruta de Spondylus, dando a conocer la existencia de variedad de productos para el desarrollo de actividades turísticas basados en la responsabilidad con el ambiente y generadora de una agradable experiencia a los visitantes de esta comuna siendo competitivos a nivel nacional e internacional, brindando servicios de calidad y calidez.

4.5.1.3 Políticas Rectoras

Se establece una serie de normativas y reglas para el aprovechamiento de los recursos de esta comunidad y determinar el debido uso de los espacios turísticos mediante la actividad turística que se busca implementar en este sector para no alterar el medio que lo rodea y sin perjudicar el contorno de la comunidad.

- 1.) Regular el uso adecuado de los recursos turísticos de la comunidad para conservar y proteger manteniendo un ambiente agradable y acogedor para la plena diversión del turismo.
- 2.) Proteger las zonas donde están asentados los entierros de la Cultura Valdivia.

- 3.) Determinar la relación de los espacios naturales y culturales como bienes patrimoniales del sector controlando su capacidad de carga.
- 4.) Establecer la oferta turística que más conviene al visitante para el aprovechamiento de los espacios e impulsar el desarrollo con implementaciones calificadas por el Ministerio de Turismo.
- 5.) Fomentar y fortalecer el desarrollo sostenible del turismo en la comuna Valdivia mediante la interpretación de sus recursos naturales y culturales.

4.5.1.4 Objetivo General

Incrementar la afluencia turística en la comuna Valdivia mediante el diseño de un plan de desarrollo turístico sostenible empleando técnicas y estrategias, que fortalezcan su cultura y mejoren el equipamiento turístico para el aprovechamiento máximo de los recursos, comprometidos al cuidado medio ambiental y en la conservación de los bienes patrimoniales del sector.

4.5.1.5 Objetivos Específicos

- ✓ Involucrar a los habitantes de la comuna Valdivia en la conservación ambiental, mediante acciones participativas para mejorar el desarrollo del sector mediante una planificación turística para identificar soluciones que beneficien a los habitantes y al sector de forma directa o indirectamente en el aspecto socio económico.
- ✓ Proponer acciones que permitan la formación mediante la capacitación de los habitantes de la comunidad, para mejorar el servicio que se ofrece, la productividad y el factor ambiental con costos accesibles, para tener mayor estabilidad de la demanda turística en el sector.

- ✓ Proponer un programa para mejorar el equipamiento turístico readecuando los servicios de hospederías y gastronomías, dando una orientación respectiva de los establecimientos en base a su ubicación y localización para el desarrollo de la actividad turística.

- ✓ Realizar un sistema de distribución y comunicación para la promoción y difusión turística del sector, ofertando los recursos naturales y culturales de la comuna Valdivia y que los turistas conozcan con exactitud este sector para la distracción del turismo y el aprovechamiento de sus atractivos.

4.6 FASE 3 DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE:

4.6.1 Definición Estratégica

Posicionar a la comunidad de Valdivia en el mercado nacional e internacional obteniendo un desarrollo favorable para ser un potencial turístico del Ecuador.

4.6.1.1 Estrategia de Mercado para la Comuna Valdivia

La comuna Valdivia tiene una gran ventaja del turismo cultural, pero tiene una proximidad de otros segmentos que llegan a consumir sus productos, para lo cual se deberían implementar más actividades para obtener mayor crecimiento de afluencia turística.

Los valores asignados se detallan por el Ministerio de Turismo con las siguientes cantidades; 1 como Bajo, 2 con valor de Medio y 3 que tiene una calificación Alta, de acuerdo al segmento de mercado que tiene ésta comunidad y comparando con otros destinos turísticos.

CUADRO 12 Segmentos de Mercados para la Comuna Valdivia

Segmentos	Atractivos de Mercado	Posición Competitiva
Turismo Escolar	2	1
Turismo de Tercera edad	1	1
Turismo vacacional	3	2
Turismo Cultural	3	3
Turismo Gastronómico	3	2
Turismo de Sol y playa	2	2
Turismo Rural	2	1
Turismo de Naturaleza	2	2

Fuente: Estudio de Mercado en la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Mediante la segmentación de mercado se concreta que ésta comunidad es atractiva por la demanda que acoge, el turismo escolar llega en base a estudios de su cultura pero tiene una competitividad baja, el turismo vacacional llega al sector atraídos por sus principales componentes el Acuario y su Museo, igualmente el turismo cultural con una posición competitiva. El turismo de sol y playa tiene un avance progresivo con el turismo de naturaleza que se diferencian del turismo rural, que deben proyectarse en el turismo de tercera edad que son los que más consumen.

4.6.1.2 Estrategia Competitiva

Para lograr la competitividad del destino turístico Valdivia es recomendable acogerse a una serie de instrumentos para lograr una posición estable y acogedora en base a las fuerzas de la competitividad planteadas a continuación que permiten estratégicamente desarrollarse y obtener beneficios rentables.

ILUSTRACIÓN 8 Cinco Fuerzas Competitivas de la Comuna Valdivia



Elaborado por: Borbor, R. (2013)

4.6.1.2.1 Amenazas de Nuevos Mercados

En la Ruta del Spondylus se han posicionado nuevos mercados que tienen gran aceptación de turismo, en esta comunidad se observan los avances de las actividades turísticas, por lo que, deben crear barreras específicas para lograr beneficiar a sus habitantes y no a personas ajenas para que constituyan en un ordenamiento territorial sin afectar el sector.

- ✓ Poner en Valor la Marca Turística.
- ✓ Mejorar la Tecnología.
- ✓ Lograr la Diversificación de los Productos y Servicios.

4.6.1.2.2 El Poder de la Negociación con los Proveedores.

Lograr una marcación de los productos que se requieren y distribuir la diversificación basados en calidad y garantía para lograr la aceptación en el

mercado como productos netos. En este caso la comuna Valdivia debe lograr la estabilidad de los proveedores.

- ✓ Calidad y variedad de productos por los Proveedores.
- ✓ Amenazas de productos de mala calidad.
- ✓ Reducción de productos sustitutos.

4.6.1.2.3 Negociación con la Demanda Turística

La negociación con la demanda turística se basa en la lógica de vender los productos que se ofrecen en la comuna Valdivia, no en la interferencia o persuasión de saturar sus pensamientos para que seleccione un producto a la deriva, sino en dar la facilidad para seleccionar lo que la crean conveniente.

- ✓ Disponer de información cuando la demanda turística lo requiera.
- ✓ Ofrecer servicios y productos basados en calidad y calidez.
- ✓ Presentar paquetes turísticos acorde al costo de sus servicios.

4.6.1.3. Estrategia de Posicionamiento

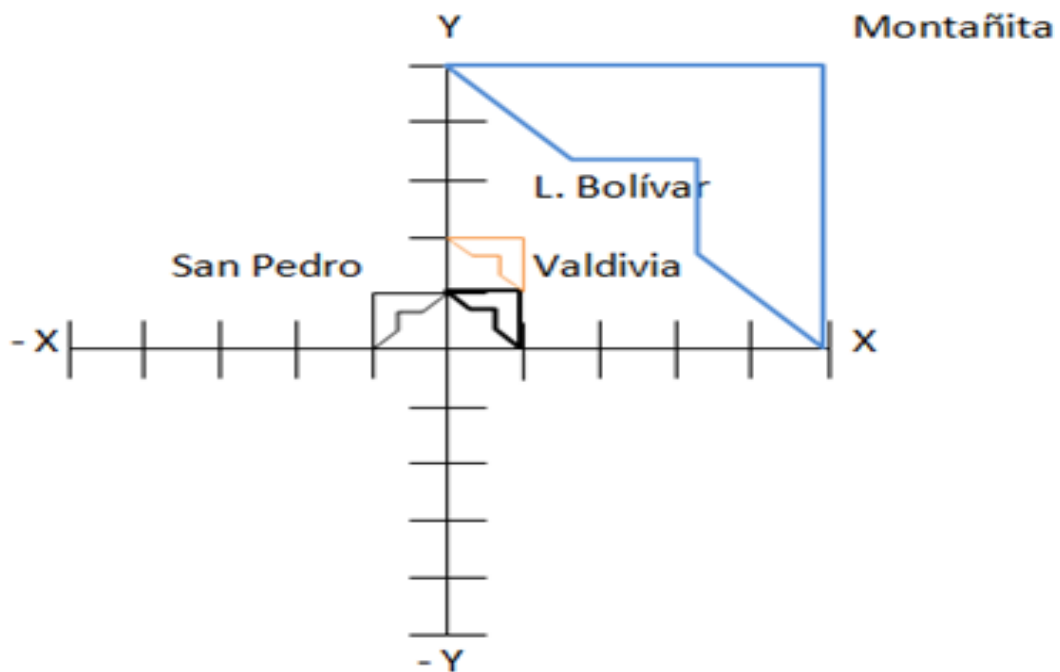
La Comuna Valdivia goza de estar ubicado en la ruta del Spondylus, lugar estratégico para realizar la actividad turística en toda su franja. Debe direccionarse en ofrecer y promocionar sus principales componentes turísticos para plasmar un posicionamiento en el mercado y decidir cuál va a ser su producto estrella para describir cómo desean ser percibidos ante sus consumidores y lograr el posicionamiento del sector.

- ✓ Accesibilidad de ingreso y readecuación de carreteras.
- ✓ Presentar servicios complementarios para diversificar las actividades.
- ✓ Implementar deportes extremos y ferias turísticas.

La comuna Valdivia tiene que presentar sus atractivas particularidades para el efecto de su acogida y buscar una posición competitiva en relación con la comuna San Pedro y la comunidad de Libertador Bolívar que trabajan arduamente sobre actividades turísticas.

Esta comuna tiene los recursos para alcanzar una gran posición y lograr constituirse como un destino potencial, los mismos que dan paso en la ubicación del mapa con una equivalencia de escala de -5 como Poco adecuado a 5+ como muy adecuado de acuerdo a la comparación con Montañita que tiene un estándar muy adecuado.

ILUSTRACIÓN 9 Mapa de Posicionamiento del Destino Turístico Valdivia



Elaborado por: Borbor, R. (2013)

Mediante la ilustración del mapa de ubicación estratégica, se determina que la comuna Valdivia a pesar de tener la contingencia de sus atractivos con vías accesibles y adecuadas, no se ubica en un buen rango de mercado, debido a la deficiencia de estructuras como hospederías y locales gastronómicos que son recursos complementarios para atraer al turismo a este lugar.

4.7 FASE 4 DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE:

4.7.1 Plan de Actuación

CUADRO 13 Estrategias del Plan de Acción

LÍNEA ESTRATÉGICA DEL PROGRAMA	PROYECTOS A REALIZARSE EN LA COMUNA VALDIVIA
1. Desarrollar y Mejorar la Oferta Turística de la Comuna Valdivia	Rehabilitar bienes comunales para el servicio de Información Turística, alojamiento, gastronomía e implementación de un parqueadero confiable que beneficien a los turistas que llegan a la comuna Valdivia.
	Diversificar los productos que se ofertan en la comunidad mediante la conformación de paquetes turísticos, ferias turísticas y gastronómicas para vender la imagen del destino, los productos y servicios de Valdivia.
2. Formación Técnica de los Recursos Humanos de la Comuna Valdivia	Formación en la concientización personal en la comuna Valdivia para el Rescate Cultural con programas medio ambientales para la buena práctica turística y la reforestación de los sectores críticos de la comunidad.
	Capacitación a los comuneros enrolados en la actividad turística del sector para brindar una buena atención al Cliente en base a la calidad y calidez de sus productos satisfaciendo a propios y extraños.
3. Mejorar la Gestión Turística del Destino Valdivia	Gestión Turística para desarrollar actividades de turismo en la Comuna, que ocasionen un impacto positivo en el desarrollo de la comuna Valdivia.
	Gestión en la ejecución de obras para el desarrollo de la actividad turística en la comuna Valdivia.
4. Marketing Turístico del Destino Valdivia	Promoción y Difusión Turística de los Atractivos de la Comuna Valdivia para incentivar al consumo de los productos que ofrece el sector.
	Diseñar y plasmar la Marca Turística y Slogan de la Comuna Valdivia para la venta del destino.

Fuente: Estrategias para el Desarrollo turístico de la Comuna Valdivia
Elaborado por: Borbor, R. (2013)

4.7.1.1 Programa 1: Desarrollar y Mejorar la Oferta Turística de la Comuna Valdivia.

En la comuna Valdivia se pueden visualizar notoriamente los inconvenientes en los establecimientos que prestan atención turística, por lo que se crea la necesidad de mejorar y readecuar la oferta turística, implementando servicios de guianza, de hospederías, gastronomía y parqueaderos, para los visitantes que llegan a la comunidad en busca de diversión y lograr hacer más placentera su estadía conservando la integridad y los bienes de los turistas.

OBJETIVOS.- Mejorar la oferta turística de la comunidad mediante la reestructuración de los bienes comunales para brindar alternativas de servicios turísticos, haciéndolo más atractivo y agradable este sector para que los visitantes lleguen a esta zona turística.

PROYECTO 1: Rehabilitar bienes comunales para el servicio de Información Turística, alojamiento, gastronomía y la implementación de un parqueadero confiable garantizando el cuidado de su integridad para el beneficio de los turistas que hacen uso de los espacios en la comuna Valdivia.

Resumen: Mediante la rehabilitación de locales se dará una readecuación para la apertura de un centro de interpretación turística, servicios de alojamiento y de restaurantes y un parqueadero con precios accesibles ofreciendo un buen servicio para lograr que los visitantes se queden mayor tiempo en este lugar y puedan disfrutar de varias actividades en unión de sus familias que serán de muchos beneficios para sus habitantes.

ACTIVIDADES:

- ✓ Búsqueda de financiamiento para ejecutar obras de mejoramiento de las estructuras turísticas.

- ✓ Rehabilitación de un Parqueadero confiable para el servicio de los turistas que llegan a esta comunidad.
- ✓ Búsqueda de profesionales para diseñar cabañas turísticas.
- ✓ Obtener el permiso de funcionamiento y de salud de los establecimientos que van a prestar servicios turísticos.

Búsqueda de Financiamiento

Con el respaldo de los gobiernos seccionales de turno, el apoyo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo y el Ministerio de Cultura, se logrará el financiamiento económico para ejecutar el mejoramiento de las estructuras turísticas existente en la comuna Valdivia; tales como locales que servirán para el alojamiento y alimentación de los visitantes que son de primordial importancia para esta actividad.

Rehabilitar un Parqueadero

El parqueadero estará ubicado frente al Parador Turístico “Venus Valdivia” servirá para los visitantes de esta comuna para que tengan la plena confianza de dejar en un lugar seguro los autos que usan para su traslado, teniendo una vigilancia las 24 horas del día para una mayor tranquilidad.

La seguridad estará conformada por una comisión de la misma comunidad con un precio accesible de \$3 por día, responsabilizando a los guardias de turnos el cuidado interno y externo de sus vehículos, previo al aviso de las pertenencias existentes en su interior para un mayor control y más seguridad en la comunidad y su entorno.

El parqueadero de la comuna Valdivia contará con señales de tránsito para un buen uso de los espacios y dar la facilidad de una salida cómoda para en un caso de emergencia trasladarse de forma rápida y segura.

Profesionales para Diseñar de Cabañas Turísticas

La búsqueda de profesionales para que diseñen Cabañas Turísticas, servirá para que en un corto plazo, inversionistas de la misma comunidad, puedan beneficiarse de este programa, los mismos que serán recursos complementarios para el alojamiento de visitantes o que el mismo cabildo pueda buscar financiamiento para su ejecución en un espacio de acuerdo a su ordenamiento territorial.

Obtener el Permiso de Funcionamiento

Es importante conseguir los permisos respectivos de funcionamiento de los locales que prestarán servicios turísticos en la comunidad para en un futuro no tener inconvenientes con las autoridades y poder beneficiar a sus propietarios. Estos permisos se los conseguirá bajo el apoyo de la Dirección Provincial de Turismo y el respaldo de la Municipalidad de Santa Elena.

PROYECTO 2: Diversificar productos que ofrece la comunidad, mediante la conformación de paquetes turísticos para el aprovechamiento máximo de sus recursos, plasmando la marca, los productos y servicios del sector.

Resumen: El proyecto busca promover paquetes turísticos para dar a conocer la variedad de productos y recursos, ejecutando acciones culturales y sociales como ferias turísticas para conocer a fondo sus elementos. Mediante el proyecto se obtendrán fuentes de alternativas y recreativas para presentar al turismo y puedan realizar varias actividades de acuerdo a sus necesidades.

ACTIVIDADES:

- Elaborar paquetes turísticos en base a los recursos de la comuna.
- Planificar ferias turísticas en la comunidad de acuerdo a su cultura.
- Crear nuevos productos turísticos como deportes de aventuras extremas.

Paquetes Turísticos que Oferta la Comuna Valdivia

Paquete N° 1 El Encanto del Paseo

9:45 Paseo al Islote “El Pelado” ascenso y descenso al islote para quienes deseen.

13:00 Regreso a la Comunidad y Almuerzo (Restaurant Delicias Manabita)

14:00 Visita al Acuario y Museo Valdivia (Incluye programación de rituales)

16:00 Visita al Mirador (Obsequio de una Foto)

17:15 Visita al Museo In Situ

18:00 Alojamiento en la Hostería Familia Ángel

19:00 Cena (Comedor Doña Leo)

20:00 Velada Artística en la Playa con Fogata (Presentación de leyendas y cantos)

Costo: \$ 50 dólares x un Día

Incluye: Coctel para la noche, entradas a los diferentes atractivos del paquete, equipaje de Snorkeling y chalecos salvavidas.

Recomendación: Llevar Protector Solar, Funda plástica y ganas de divertirse.

Paquete N° 2 El Recorrido Cultural

9:00 Desayuno Continental (Restaurant Tamara)

9:30 Visita al Museo y Acuario (Presentación de eventos artísticos)

11:00 Recorrido por la Comuna Barcelona (Observación del proceso de la Paja Toquilla y práctica de ascenso en el cerro Barcelona)

13: 00 Regreso a Valdivia

13:15 Almuerzo (Comedor Germania)

14: 00 Visita al Museo Las Calaveras y Museo In Situ

15:00 Recorrido al Estuario Valdivia (observación de aves, Kayac)

17:00 Recorrido por la Comunidad (observación de elaboración de artesanías)

18:30 Alojamiento (Cecilia) y Cena (Comedor Doña Leo) Noche Cultural

Costo: \$ 45 dólares por persona

Recomendación: Llevar ropa cómoda, Protector Solar y ganas de divertirse.

CRONOGRAMA DE FERIAS TURÍSTICAS EN LA COMUNA VALDIVIA

Feria Turística Artesanal “Mi Encanto Cultural”

Presentación de artesanías que se elaboran en las diferentes comunas de la Provincia de Santa Elena, Presentación de Rituales Ancestrales y música folklórica, Presentación artística de los miembros de la casa de la Cultura, Premiación a mejor grupo cultural. Ventas de artesanías al por mayor y menor. (Programa a ejecutarse en Marzo del 2015)

Feria Turística Gastronómica “Rompiendo Barreras”

Presentación de los platos típicos de la Valdivia y participación de las comunidades aledañas, Concurso del mejor plato elaborado, Elaboración del Ceviche Mixto más Grande del Evento, Premiación a los ganadores del concurso, presentación artística de los miembros de la Casa de la Cultura Núcleo Santa y habitantes de la Comunidad. (Programa a ejecutarse en Julio 2015)

Feria de Turismo de Aventura: “Valventur”

Actividades a Realizarse: Competencia ciclística de montaña denominado VALVENTUR, Se desarrollará en tres categorías (Principiantes, Élite y Profesional).

La apertura comenzará con un Show Artístico y la competencia ciclística empezará a las 9:30 Am para Profesionales, 10:00 Am Categoría Élite y 10:30 para los principiantes. La premiación le realizará la comisión deportiva de la comunidad y los ganadores del evento se llevarán como premios artesanías de la comunidad. (Programa a ejecutarse en Noviembre del 2015)

Costo del concurso: \$10 Principiantes \$ 20 Élite \$ 30 Profesionales

FINANCIAMIENTO PARA EJECUTAR LAS FERIAS TURÍSTICAS

Con el apoyo de la Prefectura de Santa Elena, la Empresa Municipal EMUTURISMO, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Turismo que serán los principales gestores del financiamiento, se desarrollará las ferias turísticas en la comunidad de Valdivia.

Igualmente las empresas asentadas en el sector como Claro, Induval, Empresarios del calzado y los artesanos del calzado colaborarán con un aporte económico para llevar a cabo el desarrollo factible de las programaciones de las ferias turísticas.

NUEVOS PRODUCTOS QUE OFRECERÁ LA COMUNA VALDIVIA CON SUS RESPECTIVOS COSTOS

Los productos que se implementarán se basan en el espacio con que cuenta el sector para realizar mayor actividad dentro de la misma comunidad o visitar otros sectores aledaños como la comuna Barcelona.

CUADRO 14 Producto Turísticos que Ofrece Valdivia

Nombre del Producto	Espacio de Realización	Costo por Producto	Tiempo de Duración
Snorkeling	El Pelado	\$ 20,00	1 Hora
Camping	El Mirador, Parque Marino, playa	\$ 20,00	Las 24 Horas del día
Escalamiento	Cerro de la Comuna Barcelona	\$ 20,00	1 Hora
Buceo	Islote el Pelado	\$ 45,00	30 Min.
Ciclismo de Montaña	El valle de la Comuna Valdivia	\$ 25,00	1 hora con 30 Min.
Parapente	Sector Playa Bruja	\$ 30,00	15 a 20 Min.
Kayak	Estuario Valdivia	\$ 25,00	1 Hora

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

CUADRO 15 Programas Estratégicos

LÍNEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA																				
1.- Desarrollar y Mejorar la Oferta Turística de la Comuna Valdivia.		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
PROYECTO	ACCIONES	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S					
1.1. Rehabilitar bienes comunales para el servicio de Información Turística, alojamiento, gastronomía e implementar un parqueadero turístico en la comuna Valdivia.	Buscar financiamiento para ejecutar obras de mejoramiento turístico		x													Comunidad Municipio	23.000,00	Cabildo Instituciones Bancarias Comuneros Beneficiados Municipios Mintur	Alta	Corto Medio
	Rehabilitar un Parqueadero para el turismo de la comunidad con material lastrado y señales de tránsito			x																
	Implementar señaléticas de tránsito para un buen uso del parqueadero.				X															
	Buscar profesionales para diseñar cabañas turísticas.				x															
	Obtener permiso de funcionamiento y salud.				X															
1.2. Diversificar los productos que oferta la comuna formando paquetes turísticos para el turismo.	Elaborar paquetes turísticos de la comuna					X										Comunidad Policía Nacional Comisión de tránsito del Ecuador CTE	15.000,00	Municipio Santa Elena Ministerio del Interior GAD Manglaralto	Media	Corto
	Planificar ferias turísticas en la comunidad					X														
	Implantar nuevos productos turísticos como deportes extremos de Aventuras en la comuna Valdivia					X														

Fuente: Línea Estratégica para la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

4.7.1.2 Programa 2: Formación de los Recursos Humanos del Destino Turístico Valdivia.

La comuna Valdivia cuenta con varios servicios turísticos que son controlados por el cabildo comunal y otros establecimientos particulares, el servicio brindado no es el adecuado, debido al desconocimiento técnico para ofertar sus productos o mejorar su calidad, por esa razón se presentan proyectos de capacitación que beneficien a la población para vender sus productos y mejorar el servicio, haciendo conciencia para una buena práctica del turismo y no perjudicar el medio ambiente

OBJETIVO.- Complementar la formación de los habitantes enrolados en el sector turístico y comercial, por medio de talleres de capacitación que mejore la calidad del servicio de su comunidad manteniendo una buena práctica del turismo en base al cuidado medio ambiental.

La capacitación del personal de la comunidad enrolados en la actividad turística sirve para mejorar los servicios que ofrece la comuna Valdivia y concienciar a sus habitantes en no contaminar el medio ambiente arrojando basura en lugares estratégicos para el desarrollo turístico.

PROYECTO 1: Formación en la concienciación personal de los habitantes de la comuna Valdivia como Rescate Cultural con programas medio ambientales para la buena práctica turística en el sector.

Resumen: Concienciar a la comunidad en general sobre la importancia que tiene el sector debido a su cultura, para valorizar su bien patrimonial permitiendo el conocimiento sobre el origen de la cultura Valdivia. Las acciones a realizarse buscan mejorar el aspecto medio ambiental realizando programas de capacitación para una buena práctica del turismo y cuidar la estructura de la comunidad implementando un plan de reforestación en los lugares críticos del sector.

ACCIONES:

- Capacitar con temas culturales para presentar eventos artísticos en los principales atractivos turísticos de la comunidad como identificación propia de su cultura.
- Formación en la concienciación de los habitantes para no arrojar basura en los sitios más visitados de la comunidad.
- Reforestación en los lugares críticos o afectados de la comunidad.

CAPACITACIÓN CULTURAL

Los talleres tienen como fin presentar rituales culturales de los antepasados de su cultura (agricultura, cosechas, sepultura y adoración a sus dioses) dentro del Museo y Acuario con horarios específicos, involucrando a jóvenes de la comuna a ser partícipes de los programas, beneficiándose económicos de las entradas a los mismos. Los ensayos estarán a cargo de la Casa de la Cultura Núcleo Santa Elena para un mejor desenvolvimiento de los rituales y abaratar los costos.

ACUARIO VALDIVIA

Horarios de Rituales: 10:00 Am
14:00 Pm
16:00 Pm

MUSEO VALDIVIA

Horario de Rituales: 11:00 Am
14:30 Pm
16:30 Pm

CONCIENTIZACIÓN PARA EL BUEN USO DE ESPACIOS TURÍSTICOS

El presente taller tiene como fin concientizar a la comunidad para mantener limpio el sector, implementando depósitos de basuras en lugares estratégicos y afueras de los atractivos. Igualmente se incentivará a sus habitantes a participar en mingas de limpieza organizadas por el cabildo y la forma de reciclar como una alternativa de fuente de ingreso para sus familias.

REFORESTACIÓN EN LUGARES AFECTADOS DE LA COMUNIDAD

La reforestación en los sitios críticos servirá como remediación al medio ambiente que han provocado las industrias en la comunidad, la misma que cambiará la imagen del sector implementando espacios verdes para mayor recreación del turismo.

PROYECTO 2: Formación y capacitación a las personas que se dedican a la prestación de servicio turísticos para mejorar la oferta mediante una buena atención al cliente y servicios de calidad.

Resumen: Debido al deficiente conocimiento de técnicas en cómo vender sus productos al turismo o cómo actuar ante la demanda turística para la satisfacción de sus consumidores. Se recomienda a la comunidad que deben participar en programas de capacitación turística, que serán impartidas por profesionales en el campo. Los talleres estarán dirigidos para todas las personas que tiene sus negocios enroladas en el turismo.

ACTIVIDADES:

- Capacitación en cómo atender a los clientes que requieren de los servicios turísticos de la comunidad.
- Técnicas para la Guianza Turística.
- Cursos de inglés básico y técnico para personas ligadas al turismo.

TALLERES DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE

Este taller sirve para la formación básica de los comuneros que prestan servicios turísticos en la comunidad, los temas se fundamentan en como saludar y proceder a ofrecer sus productos para no decepcionar o hacer un hostigamiento al visitante, mostrando una imagen corporativa y como desenvolverse ante el público.

El cliente en muchos casos se sienten a gusto por la importancia que le dan y la forma como es recibido haciendo uso de los servicios que ofrecen.

TALLER DE INGLÉS BÁSICO A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

El Taller de Inglés Básico e Intermedio ayudará a los habitantes a mejorar el entendimiento a los turistas extranjeros y a ofrecer sus productos para su consumo, ya que muchos visitantes extranjeros hablan este idioma.

Emplear el idioma inglés es importante para los habitantes del sector ya que sirve emplearlos bajo escritura lo que ofrecen para que los visitantes solo basta con señalar lo que desean consumir en ese momento.

Igualmente este taller será de gran importancia para las personas que se capacitarán como guías turísticos para direccionar a los grupos de visitantes.

TALLER DE GUÍAS TURÍSTICAS

Las técnicas de guianza estarán direccionadas a jóvenes de la comunidad para manejar grandes grupos de turistas en los diferentes atractivos de la comunidad e incluso para direccionar a los consumidores de los paquetes en los diferentes recorridos dando las respectivas instrucciones.

A las personas que participen en estos talleres se les otorgará su respectiva licencia de guía identificándose con un uniforme que llevará la marca Valdivia para que los turistas confíen en sus recorridos y se sientan a gusto poder preguntar lo que ellos desean con relación a su tradiciones y costumbres.

CUADRO 16 Formación de Recurso Humano de la Comuna Valdivia

LÍNEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA																				
3.- Formación de los Recursos Humanos		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
PROYECTO	ACCIONES	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
3.1. Gestión de Capacitación para los Pobladores en la acción de Rescate Cultural	Presentar eventos culturales en los atractivos turísticos			x												Cabildo C. Turismo GADM MINTUR	4.000,00	Comité de Turismo MINTUR	Alta	Corto
	Formación en la concientización para no arrojar basura en la comunidad.			x																
	- Reforestación en los lugares críticos de la comunidad.				X															
3.2 Capacitar a comuneros en Atención al Cliente, Guías Turísticas y la Formación en el idioma Inglés.	Capacitación en cómo atender al cliente					x										Comuna Comité de Turismo MINTUR	5.500,00	Cabildo comunal Comité de Turismo Comuneros MINTUR Municipio	Alta	Corto
	Técnicas para la Guianza Turísticas					x														
	- Cursos de inglés básico y técnico para las personas ligadas en el turismo					x														

Fuente: Línea Estratégica para la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor R. (2013)

4.7.1.3 Programa 3: Mejorar la Gestión Turística del Destino.

El presente programa permite orientar a los organismos de la comuna Valdivia para que se direccionen a la gestión de la actividad turística y puedan conseguir recursos para fortalecer los atractivos turísticos, y desarrollar a la comunidad en el aspecto turístico para el beneficio de sus habitantes.

OBJETIVO.- Obtener recursos en base a la gestión turística para fortalecer los atractivos turísticos de la comunidad permitiendo acrecentar el fluido turístico en el sector diversificando las actividades de recreación y esparcimiento.

PROYECTO 1: Gestión turística para desarrollar actividades de exploración basados en eventos culturales y sociales comprometiendo a los involucrados a ser partícipes de cuidar el medio ambiente.

Resumen: Mediante la gestión que realice el cabildo comunal, se puede conseguir programas de capacitaciones a los jóvenes en el área turística, implementando actividades para dar a conocer los recursos de la comunidad.

Lograr la consigna de desarrollar a la comuna Valdivia en el aspecto turístico mediante las gestiones que realicen los directivos para realizar actividades turísticas.

ACTIVIDADES:

- Conformar un Comité de apoyo para las gestiones que realice el cabildo de la comuna Valdivia en el aspecto turístico.
- Gestión y búsqueda de apoyo de organismos gubernamentales y no gubernamentales.
- Buscar alternativas de apoyo de las empresas asentadas en la comunidad para realizar proyectos de corto plazo.

- Participar en ferias turísticas que organicen los gobiernos seccionales de la provincia de Santa Elena y las que se organicen en el país.

Estas actividades ayudan a la gestión del cabildo de la comuna Valdivia, incluso a buscar recursos para terminar obras inconclusa en la comunidad que dan malos aspectos a su contorno.

PROYECTO 2: Gestión en la ejecución de proyectos para el desarrollo de la actividad turística, integrado a la comunidad para el beneficio de sus habitantes.

Resumen: Realizar un seguimiento de las obras planteados en años anteriores y continuar con su proceso de ejecución. Proyectos que deben gestionar para lograr su ejecución para crecer en el aspecto turístico.

ACTIVIDADES:

- Integración de profesionales para la realización de proyectos turísticos que benefician a la comuna Valdivia mediante el apoyo de los gobiernos seccionales.
- Elaborar proyectos turísticos en base al apoyo de los gobiernos seccionales de la provincia de Santa Elena.
- Buscar alternativas de inversiones en las carteras del estado ecuatoriano para la ejecución de varios proyectos como es la ejecución del Museo.

Estas acciones buscan emplear nuevos proyectos para el desarrollo de la comunidad en base a los profesionales del mismo sector, ya que conocen a la perfección la realidad de la comuna y en seguir la secuencia de varios proyectos que no se han ejecutado.

CUADRO 17 Mejoramiento de la Gestión del destino Turístico

LÍNEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA																				
5.- Mejorar la Gestión Turística		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
PROYECTO	ACCIONES	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
5.1 Gestión turística para desarrollar actividades de turismo en la comuna Valdivia comprometidos a cuidar el medio ambiente.	Conformar un Comité de apoyo para las gestiones turísticas.			X												Cabildo C. Turismo MINTUR GAD Manglaralto.	4.000,00	MINTUR GADM Municipio	Medio	Corto
	Buscar apoyo de las empresas asentadas en la comunidad para proyectos de corto plazo.				X															
	Participar en ferias turísticas que organice el Ecuador				X															
5.2 Gestión de ejecución en proyectos y obras para el desarrollo de la actividad turística, integrando a la comunidad para beneficio de sus habitantes	Integración de profesionales para elaborar proyectos			X											Comuna C. Turismo MINTUR GADM	3.000,00	MINTUR Municipio Comuna GAD Manglaralto	Media	Corto	
	Lineamientos para fijar los precios de sus productos de la comuna de acuerdo a la calidad				X															
	Buscar alternativas de inversiones para ejecutar proyectos como el Museo Arqueológico.				X															

Fuente: Línea Estratégica para la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor R. (2013).

4.7.1.4 Programa 4: Marketing del Destino Turístico Valdivia

El Marketing del destino turístico Valdivia se caracteriza por presentar la variedad de atractivos naturales y culturales, para el conocimiento de la demanda actual, mediante la persuasión de sus productos, mediante el proceso de comunicar su acondicionamiento real para no decepcionar a los visitantes y colocando vallas publicitarias para plasmar la marca turística de la comunidad.

OBJETIVO.- Difundir información total de sus atractivos naturales y culturales mediante herramientas del marketing, realizando campañas de promoción y difusión turística para posicionarlo como nuevo destino turístico del país.

PROYECTO 1: Promoción y Difusión Turística para los Atractivos turísticos naturales y culturales de la Comuna Valdivia.

Resumen: La promoción y difusión turística de sus atractivos pretende dar a conocer los recursos naturales y culturales a nivel nacional e internacional, mediante fuentes masivas y no masivas para que el turismo conozca y llegue a consumir sus productos y sean consumidos de forma responsable y sostenida para la generación futura.

ACTIVIDADES:

- Diseñar material publicitario como trípticos y hojas volantes con información de los recursos de la Comuna Valdivia.
- Presentar estrategias de promoción de los recursos turísticos de la comunidad.
- Difusión turística de los atractivos por los medios de comunicación a nivel Nacional e internacional.
- Crear la página web de la comunidad para facilitar información de sus recursos turísticos vía internet.

DISEÑO DEL MATERIAL PUBLICITARIO DE LA COMUNA VALDIVIA

El material publicitario con información precisa de los servicios y productos que ofrece la comuna Valdivia, es mediante al uso de trípticos que sirve para dar a conocer la información más relevante de la comuna y las actividades que se puede realizar en este sector.



Estos materiales serán impartidos en los principales destinos del país para difundir la existencia del nuevo destino turístico Valdivia.

ILUSTRACIÓN 10 Tríptico de la Comuna Valdivia

<p>Paquete N° 2 El Recorrido Cultural</p>	<p><i>Paquetes Turísticos que te ofrece la Comuna Valdivia</i></p>	<p>LA COMUNA VALDIVIA</p>
 <p>Monumento de la Venus</p>		<p>ENCANTO CULTURAL</p>  <p>ROMPIENDO BARRERAS</p>
<p>9:00 Desayuno Continental (Restaurant Tamara)</p> <p>9:30 Visita al Museo y Acuario (Presentación de eventos artísticos)</p> <p>11:00 Recorrido por la Comuna Barcelona (Observación del proceso de la Paja Toquilla y práctica de ascenso en el cerro Barcelona)</p> <p>13:00 Regreso a Valdivia</p> <p>13:15 Almuerzo (Comedor Germania)</p> <p>14:00 Visita al Museo Las Calaveras y museo In situ</p> <p>14:00 Recorrido al Estuario Valdivia (observación de aves, Kayac)</p> <p>17:00 Recorrido por la Comunidad (observación de elaboración de artesanías)</p> <p>18:30 Alojamiento (Hostería Cecilia)</p> <p>19:00 Cena (Comedor Doña Leo)</p> <p>Costo: \$ 45 dólares por persona</p> 	<p>Paquete N° 1 El Encanto del Paseo</p> <p>9:00 Paseo al Isote del Pelado Incluye: Equipaje, Ascenso y descenso al isote, práctica de Snorkeling.</p> <p>13:00 Regreso a la Comunidad.</p> <p>13:15 Almuerzo (Restaurant Delicias Manabita)</p> <p>14:30 Visita al Acuario y Museo Valdivia (Incluye programación de rituales)</p> <p>16:15 Visita al Mirador (Obsequio de un Foto)</p> <p>17:15 Visita al Museo In Situ</p> <p>18:00 Alojamiento en la Hostería Angel</p> <p>19:00 Cena (Comedor Doña Leo)</p> <p>20:00 Velada Artística en la Playa con Fogata Presentación de leyendas y cantos.</p> <p>Costo: \$ 50 dólares x un Día</p> <p>Incluye: Coctel Piña Colada o Caipiríña para la noche, entradas a los diferentes atractivos, del paquete, guías turísticos, chalecos salvavidas.</p> <p>Recomendación: Llevar protector solar, ropa adecuada y muchas ganas de divertirse.</p>	<p>Ven a conocer la primera cultura del Ecuador</p> <p>La comuna Valdivia te invita a visitar sus atractivos turísticos naturales y culturales donde serás testigo de los rituales ancestrales que de seguro, te llevaras una impresionante experiencia y un recuerdo inolvidable de su gente amable.</p>


Elaborado por: Borbor, R. (2013)

ILUSTRACIÓN 11 Contra Portada del Tríptico

La Ancestral Comuna Valdivia está ubicada en la Ruta del Spondylus a 41 Km de la Provincia de Santa Elena la capital de los balnearios.




Aquí puedes disfrutar de un ambiente agradable y placentero donde los platos típicos son una delicia a cómodos precios para el alcance de toda la familia.




En sus principales atractivos como el Acuario y Museo puedes presenciar los rituales culturales de como eran sus formas de vida de sus antepasados y observar los entierros de los caciques de esta cultura en los museos in situ.

Valdivia Rompiendo Barreras

Atractivos Turísticos



Valdivia Rompiendo Barreras

Fiesta y Tradiciones de la Comunidad


FESTIVIDADES EL MES DE JULIO DEL 10 AL 17

- 2 Show Artístico el 10 y 14
- Juegos Deportivos 11 y 12
- Recorrido de la Virgen desde Mortarita a Valdivia 13
- Juegos populares y quema de un hermoso Castillo, baile 15
- Desfile Militar por las Jomas Arqueológicas 16
- Juegos populares en sus principales calles, 17

ACTIVIDADES QUE PUEDES REALIZAR

Ciclismo de Montaña	Snorking
Canopying	Buceo
Kayac	Camping

UBICACIÓN DEL DESTINO VALDIVIA



Como llegar: Desde Santa Elena Coop. 2 de Noviembre, CITUP, CTM Manglaralto, Reales Tamarindos o desde Guayaquil. Coop CLP

Elaborado por: Borbor, R. (2013)

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD

La Promoción Turística que facilitará la comuna Valdivia es para informar las características propias que tienen sus atractivos, mediante la formación de pequeños paquetes para persuadir y estimular a los visitantes y opten por consumir sus productos.

La promoción de esta comuna se la realiza mediante la gestión de publicidad, juntando sus elementos más conocidos.

DIFUSIÓN TURÍSTICA DE ATRACTIVOS DE LA COMUNA VALDIVIA

La difusión turística para la comuna Valdivia se desarrollará impartiendo la información en las principales radios de la Provincia de Santa Elena y tres veces al año en los medios televisivos de más frecuencia en el país tales como Teleamazonas y TC televisión.

La información que se dará a conocer es la siguiente:

Ven y disfruta de los encantos culturales en la tierra más antigua del Ecuador donde podrás observar especies del mundo marino, aves migratorias y entierros de los caciques de la Cultura Valdivia, Goza realizando actividades de aventuras extremas como el Kayak, Snorkeling, Parapente, Ciclismo de Montaña, y lo mejor de la adrenalina realizando el ascenso y descenso en el cerro de la comuna Barcelona.

Disfruta de una exquisita gastronomía y descansa en las mejores hospederías, este lugar tiene una extensa playa para la práctica de la natación y el surf. Valdivia te espera para hacer de tu visita un día inolvidable.

ILUSTRACIÓN 12 Logos de TeleAmazonas y TC Televisión



Fuente: www.teleamazonas.com



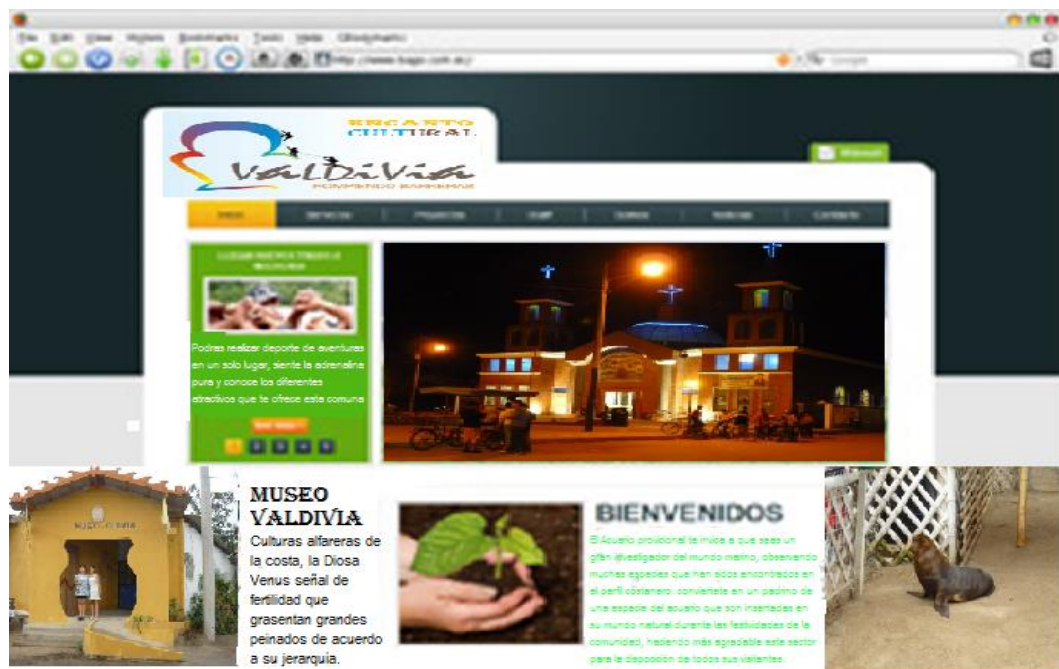
Fuente: www.tctelevision.com

CREACIÓN DE LA PÁGINA WEB DE LA COMUNIDAD

La página web es esencial hoy en día para la comunicación de los lugares turísticos que presentan sus recursos a las personas que se motiva por el placer de viajar. La vía internet es el medio más usado y rápido para saber la ubicación, los servicios con que cuenta, y la facilidad como llegar a un destino turístico.

Esta página web dará mejores oportunidades a la comuna Valdivia para darse a conocer a nivel nacional e internacional.

ILUSTRACIÓN 13 Diseño de la Página Web



Elaborado por: Borbor, R. (2013)

PROYECTO 2: Diseñar y plasmar la Marca Turística y Slogan de la Comuna Valdivia para la venta del destino.

Resumen: El proyecto tiene la finalidad de hacer un marketing situacional implementando estratégicamente herramientas de publicidad para mejorar la imagen a través de vallas publicitarias que identifiquen los recursos del sector.

Mediante la creación de la marca turística se busca vender a la comuna Valdivia como un destino de mayor diversión, indicando los recursos más relevantes y con la creación del slogan se tratará de persuadir a los turistas para el consumo de sus recursos turísticos.

ACTIVIDADES:

- Diseñar la Marca Turística de la comunidad.
- Creación del Slogan del Destino turístico Valdivia
- Diseñar vallas publicitarias que serán colocadas en lugares
- Realizar un Merchandising en base a las artesanías de la comunidad.

MARCA TURÍSTICA DE LA COMUNA VALDIVIA

La marca turística esta basada con la imagen de “La Venus” como característica propia de su cultura, tiene los colores de su comuna, indicando el deporte extremo que ofrece y el slogan que direcciona a las diferentes actividades que se pueden desarrollar en el sector, para la distracción de sus visitantes y que opten por aventurar en este lugar. Esta marca fue diseñada por un grupo de jóvenes de la comunidad “Rompiendo Barreras” que desean el desarrollo turístico.

ILUSTRACIÓN 14 Marca Turística de la Comuna Valdivia



Elaborado por: Borbor, R. (2013)

SLOGAN DEL DESTINO TURÍSTICO VALDIVIA

Mediante el slogan se trata de incentivar y persuadir a todos los visitantes a lo largo de la ruta del Spondylus, para que conozcan la realidad de su cultura y a desarrollar actividades extremas.

ILUSTRACIÓN 15 Slogan de la Comuna Valdivia



Elaborado por: Borbor, R. (2013)

DISEÑO DE VALLAS PUBLICITARIAS DEL DESTINO VALDIVIA

La estructura de la vallas publicitarias será de material sintético que se los ubicará en la entrada norte y sur de la comunidad, con la finalidad de informar los recursos turístico del sector.

Estas vallas tendrán letras visibles y sus colores se relacionarán con la comunidad para promover el fanatismo de visitarlas.

ILUSTRACIÓN 16 Modelo de Valla Publicitaria



Elaborado por: Borbor, R. (2013)

MERCHANDISING EN LAS ARTESANÍAS DE LA COMUNIDAD

El merchandising se realizará en artesanías de la comunidad tales como llaveros, carteras, réplicas de la Venus, camisetas, gorras poniendo la marca Valdivia.

ILUSTRACIÓN 17 Merchandising de la Comuna Valdivia



Elaborados por: Borbor, R. (2013)

CUADRO 18 Marketing Turístico del Destino

LÍNEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA																				
6.- Marketing Turístico del Destino		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
PROYECTO	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
5.1 Implementación de un sistema de promoción y difusión Turística para los Atractivos de la Comuna Valdivia.	Diseño del Material Publicitario			X												Cabildo C. Turismo MINTUR C. Turismo	8.000	Cabildo CFN Municipio MINTUR	Alta	Larga
	Presentación de estrategias de promoción Turística				X															
	Difundir información de promoción de los atractivos por medios comunicativos nacional e internacional.				X															
	Crear la página web de la comunidad para facilitar información de sus recursos turísticos vía internet.					X														
5.2 Diseñar y plasmar la Marca Turística y Slogan de la Comuna Valdivia para la venta del destino.	Presentar la Marca Turística para su aprobación			X												Comuna C. Turismo GADM MINTUR Comisión de Transito del Ecuador (CTE)	10.000	MINTUR CFN Municipio	Media	Corto
	Creación del Slogan turístico para Valdivia			X																
	Diseñar vallas publicitarias para la venta del destino.				X															
	Merchandising para la Comuna Valdivia				X															

Fuente: Línea Estratégica para la Comuna Valdivia (2013)

Elaborado por: Borbor R. (2013).

4.8 PRESUPUESTO DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

CUADRO 19 Presupuesto total del Plan de Desarrollo Turístico

LÍNEA ESTRATÉGICA DEL PROGRAMA	PROYECTOS A REALIZARSE EN LA COMUNA VALDIVIA	PRESUPUESTO TOTAL
1. Desarrollar y Mejorar la Oferta Turística de la Comuna Valdivia	Rehabilitar bienes comunales para el servicio de Información Turística, alojamiento, gastronomía e implementación de un parqueadero confiable que beneficien a los turistas que llegan a la comuna Valdivia.	\$ 23.000,00
	Diversificar los productos que se ofertan en la comunidad mediante la conformación de paquetes turísticos para el aprovechamiento del turismo visitante, como formar ferias turísticas y gastronómicas para vender la imagen del destino, los productos y servicios de Valdivia	\$ 15.000,00
2. Formación de los Recursos Humanos	Gestión de la formación en la concientización personal en la comuna Valdivia como Rescate Cultural con programas medio ambientales para la buena práctica turística y la reforestación de sectores críticos del sector.	\$ 4.000,00
	Capacitación a los comuneros enrolados en la actividad turística del sector para brindar una buena atención al Cliente en base a la calidad y calidez de sus productos satisfaciendo a propios y extraños	\$ 5.000,00
3. Mejora de la Gestión Turística	Gestión Turística para desarrollar actividades de turismo en la Comuna, que ocasionen un impacto positivo en el desarrollo de la comuna Valdivia.	\$ 4.000,00
	Gestión en la ejecución de obras para el desarrollo de la actividad turística en la comuna Valdivia.	\$ 3.000,00
4. Marketing Turístico del Destino	Plan de Promoción y Difusión Turística para los Atractivos de la Comuna Valdivia.	\$ 8.000,00
	Diseñar y plasmar la Marca Turística y Slogan de la Comuna Valdivia para la venta del destino.	\$ 10.000,00
Total		\$72.500,00

Elaborado por: Borbor, R. (2013).

CONCLUSIONES

En plan de desarrollo turístico sostenible en la comuna Valdivia busca estratégicamente implementar varias actividades culturales y sociales fortaleciendo a cada uno de sus atractivos, mediante la aplicación de técnicas metodológicas, mejorando su oferta e incrementando la afluencia turística como desarrollo, para el aprovechamiento máximo de sus recursos comprometiéndose al cuidado y la conservación del medio ambiente.

Con la implementación de los programas de capacitación se involucrará de forma directa a quienes se dedican a esta actividad y a los habitantes de la comuna como involucrados indirectos para concienciarlos en la conservación medio ambiental, logrando desarrollar el turismo mediante la planificación turística e identificando soluciones que beneficien al sector en el aspecto socio económico.

Los habitantes de la comuna Valdivia tienen una diferenciación de tratos por defender intereses de las industrias, por lo que se proponen acciones que permitan la capacitación de los habitantes de la comunidad para enrolarse en planes de acción que beneficie a la comunidad en varias alternativas para tener fuentes de empleos e independizarse con sus propias actividades.

La factibilidad en realizar un programa para mejorar el equipamiento turístico sirva para la readecuación de los establecimientos de alojamientos y mejorar la atención para conseguir que los visitantes tengan la facilidad de quedarse mayor tiempo en esta comunidad de esta forma desarrollar actividades turísticas e implementar el crecimiento de los sectores ubicados en la ruta del Spondylus.

Con la búsqueda de mecanismos lograr la distribución de información y la comunicación de sus atractivos para que sean utilizados mediante la promoción y difusión turística, ofertando los recursos naturales y culturales de forma lógica y verídica para la distracción y aprovechamiento del turismo a desarrollarse.

RECOMENDACIONES

El trabajo de tesis orienta a la comuna de Valdivia y sectores aledaños de la península de Santa Elena a desarrollar una gestión en el aspecto turístico, empeñados a realizar un estudio factible que vinculen a la comunidad para determinar situaciones y aspectos relevantes bajo sus elementos para que beneficien al sector turístico.

Los habitantes de ésta comunidad deben ser partícipes en las constantes capacitaciones que impartirá el Ministerio de Turismo y profesionales en el área para tener claras ideas, cómo actuar ante la demanda turística que llega a este sector, deben ser entes regularizadores para el desarrollo de nuevos proyectos que se ejecuten en base a sus conocimientos obtenidos para lograr intereses en beneficio de la comunidad.

Es necesario de los organismos comunales gestionen conjuntamente con los gobiernos seccionales e instituciones no gubernamentales para lograr desarrollar la promoción y difusión de sus recursos naturales y culturales, informando la realidad del destino para que el turismo nacional e internacional y de la zona conozcan la variedad de atractivos que esta comuna posee para lograr desarrollarse en el aspecto turístico.

Se deben facilitar bienes que están en proceso de deterioro, que sirvan como recursos de alojamiento o desarrollo del turismo para que la demanda turística, tenga la opción de realizar diferentes actividades en las comunas asentadas en la ruta del Spondylus y acoger a los muchos de los visitantes que llegan a esta provincia que es netamente turística.

La comunidad debe realizar un estudio de ordenamiento territorial para que la población tenga la facilidad en realizar diferentes actividades y que no perturbe el desarrollo de la actividad turística en sitios estratégicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aboy, C. P., & García, S. (2010). Nuevos Productos Turísticos. *Revista de estudios Politécnicos*, 55 - 83.
- Asamblea General de la Comuna Valdivia. (1976). *Reglamento Interno de la Comuna Valdivia*. Valdivia, Manglaralto, Santa Elena.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito: Carta Magna.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Universidad de la Sabana.
- Canavos, G. (1998). *Probabilidad y Estadística, Aplicación y Métodos*. México: Mc.Graw Hill.
- Carvalho, K., & Moquete, S. G. (2011). *El Turismo en la Dinámica Territorial*. Ilhéus, Brasil: Estudio y Perspectiva del Turismo.
- Corredor, E., Cabeza, M. A., & cabeza, M. e. (2008). *El Turismo sostenible Endógeno; Una Nueva actividad Económica en Venezuela*. Caracas; Venezuela.
- Da Cruz, G., & De Camargo, P. (2007). *Estrategias de Promoción en la Web*. Santa Cruz; Brasil.
- Departamento de Planificación del Servicio Nacional de Turismo. (2007). *Manual de procedimientos para la Construcción de un Plan de Desarrollo Turístico Comunal*. Chile: Sernatur.
- Díez, D. S. (2011). *La Planificación Estratégica en espacios Turísticos de Interior*. Alicante: estudios y Perspectiva del Turismo.
- Fernández, F. P. (2012). El Turismo Sostenible en el Medio Rural. *Agenda 21 Desarrollo y Medio Ambiente* (pág. 4). Rio de Janeiro: OMT.
- Hernández, R. S., Fernández, C. C., & Baptista, P. L. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc. Graw Hill.
- Ivars, J. (2003). *Planificación Turística*. España: Síntesis.
- Jiménez, P. B., & Aquino, F. K. (2011). *Propuesta de un Modelo de Competitividad del Destino Turístico*. Santa Cruz; Huatulca: Estudio y perspectiva del Turismo.

- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del Comportamiento; Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. México: Mc. Graw Hill.
- Lascuraín, J. C. (1993). *El Turismo Sostenible*. México.
- Martínez, M. (2005). *Módulo de Ecología Básica*.
- Ministerio de Turismo. (2007). *Ley del Turismo del Ecuador*. Quito.
- Ministerio de Turismo. (2013). Estadística de Ingresos de Extranjeros. *Informe a la Nación*. Quito: Mintur.
- Molina, S. R. (2005). *Planificación Integral del Turismo*. México: Trillas.
- Nevárez, V. R. (2006). *El Desarrollo del Turismo en el Ecuador*. Guayaquil: Trillas.
- Paredes, W. G. (2009). *Cómo Desarrollar una Tesis*. Lima; Perú.
- Pascarella, R., & Fontes, J. F. (2009). *Competitividad del Destino Turístico* . Río de Janeiro; Brasil.
- Ricaurte, C. Q. (2009). *Manual para el Diagnóstico Turístico Local*. Quito: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Rodríguez, L., & Carrasqueira, H. (2011). *Análisis del Desempeño Competitivo de las Destinos turísticos Balnearios*.
- Salleras, L. (2011). *Territorio, Turismo y Desarrollo Sustentable en la Quebrada de Humahuaca*. Buenos Aires: Estudio y Perspectiva del Turismo.
- Cemplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.
- Texeira, E., & Abid, M. (2010). *Turismo en la Cuenca del Alto Paraguay*. Brasil: Estudio y Perspectiva del Turismo.
- Toledo, É. Y. (2002). *Elementos de Metodología de la Investigación* . La Habana; Cuba.

ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta a la Comunidad.

UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO



Modelo de encuesta aplicada a los pobladores de la comuna Valdivia para ver el grado de aceptación de un **Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia Santa Elena.**

DATOS GENERALES:

1. Sexo: Masculino _____ Femenino _____
2. Edad: De 18 a 25 _____ De 26 a 35 _____ De 36 a 55 _____
3. Nivel de Educación: _____ 4. Actividad que Realiza: _____
- 1) ¿Conoce usted si en la comunidad Valdivia se ha realizado un plan para el Desarrollo turístico sostenible?
SI _____ NO _____
- 2) ¿Conoce usted los atractivos turísticos con que cuenta la comunidad de Valdivia?
SI _____ NO _____
- 3) ¿Considera usted que los recursos turísticos con que cuenta su comunidad sirven para el desarrollo de la actividad turística?
SI _____ NO _____
- 4) ¿Cree usted que los atractivos de esta comunidad están adecuados para ofertar al turismo?
SI _____ NO _____
- 5) ¿Considera usted que la comuna Valdivia puede llegar a ser un destino plenamente turístico?
SI _____ NO _____
- 6) ¿Las personas que trabajan en la actividad turística están capacitados para brindar sus servicios al turista?
SI _____ NO _____
- 7) ¿Conoce usted si los dirigentes de la comuna realizan actividades para promocionar y difundir sus atractivos en el aspecto turístico?
SI _____ NO _____
- 8) ¿Considera usted que se debe realizar un plan de promoción y difusión de sus atractivos Turísticos?
SI _____ NO _____
- 9) ¿Su comunidad cuenta con señaléticas para que los turistas identifiquen su sector?
SI _____ NO _____
- 10) ¿Cree usted que en su comunidad debe realizarse un plan de desarrollo turístico?
SI _____ NO _____

ANEXO 2 Encuesta a Turistas
**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA**
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO



Modelo de encuesta aplicada a los visitantes en la comuna Valdivia para ver el grado de aceptación de un **Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia Santa Elena.**

DATOS GENERALES: 1. Sexo: Masculino _____ Femenino _____

2. Edad: De 18 a 25 _____ De 26 a 35 _____ De 36 a 55 _____

3. Actividad económica _____ 4. Nivel de Educación: _____

5. País de procedencia: _____

1) ¿Con que frecuencia visita usted esta comunidad?

Siempre: De vez en cuando
Solo en temporada Solo feriado

2) ¿Cuál es el motivo de su visita en este sector?

Salud Vacaciones Turismo
Deporte Trabajo Naturaleza

3) ¿Cuándo visita un sector turístico que actividades mayormente realiza?

Diversión Deporte Descanso

4) ¿Cómo se enteró de la existencia de estos atractivos en esta comunidad?

Televisión Radios
Trípticos Hojas Volantes

5) ¿Satisfacen sus primeras necesidades los que prestan servicio turístico en ese sector?

Excelente Buena Regular Mala

6) ¿Le gustaría que se implemente deportes extremos en esta comunidad?

Si NO Como que

6) ¿Se queda Alojando usted en alguna Hospedería comunitaria de esta comuna?

SI NO Días _____ Semanas _____ Mes _____

7) ¿Le gusta la gastronomía que se prepara en esta comunidad?

SI NO Porque: _____

8) ¿Cuál es el promedio de los gastos que usted hace en un sector turístico cuando lo visita?

10 – 25 26 – 35 36 – 55 56 a mas

9) ¿Considera usted que se debe hacer plan de promoción y difusión de sus atractivos Turísticos?

SI NO Para que: _____

11) ¿Le gustaría que se realice una planificación estratégica para el desarrollo turístico sostenible en esta comunidad?

SI NO Porque: _____

ANEXO 3 Entrevista a los Dirigentes Comunales

UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO



Modelo de entrevista aplicada a los dirigentes del cabildo de la comuna Valdivia para ver el grado de aceptación de un **Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia Santa Elena.**

DATOS GENERALES:

1. Sexo: Masculino _____ Femenino _____
2. Edad: _____ 3. Actividad económica _____
4. Nivel de Educación: _____ 5. Función o cargo: _____

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

2. ¿La comuna Valdivia dispone de una base de estudios turístico para un emprendimiento de algún proyecto?

3. ¿Qué atractivos turísticos de su comunidad ayudan con mayor afluencia turística? Por favor menciónelos.

4. ¿Cree usted que es necesario realizar un plan de desarrollo turístico sostenible en su comunidad?

5. ¿conoce usted las instituciones que ayudarían en la gestión para el desarrollo del algún proyecto turístico?

ANEXO 4 Ficha de la Observación de Campo

Comunidad: Comuna Valdivia			
Ubicación: Al norte de la Provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, parroquia Manglaralto.			
Objeto a Estudiarse: Desarrollo turístico Actual.			
Fecha: Sábado 07 de Septiembre del 2013			
APROXIMACIÓN	CLIMA	ACTIVIDADES QUE REALIZAN SUS COMUNEROS	AFLUENCIA TURÍSTICA DEL SECTOR
Ubicación:	Ambiente :	Comunitario:	Local:
Límites:	Aspectos:	Sociales:	Provincial:
Coordenadas:		Culturales:	Nacional:
Latitud y altitud:		Deportivos:	Extranjera:
EXTENSIÓN PARA DESARROLLAR EL TURISMO (Determinar la ejecución del proyecto)		IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS	CONTROL DE VENTAS DE ARTESANÍAS
Área para la Actividad Turística:		Naturales:	Locales:
		Culturales:	Provinciales:
		Potencialidad:	

ANEXO 5 Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos

1. Datos Generales		Ficha N°					
Encuestador:		Fecha:					
Supervisor Evaluador							
Nombre del Atractivo							
Propietario							
Categoría		Tipo:	Suptipo				
2. Ubicación		Latitud:	Longitud:				
Provincia:		Cantón:	Localidad: Calle:				
3. Centros Urbanos Mas Cercanos al Atractivo							
Nombres de los Poblados:		Distancia(Km):					
C a l i d a d	I n V t a r l i o n r s e c	4. Características Físicas del Destino					
		Altura	Temperatura: Precipitación				
C a l i d a r s e c	E x V t a r l i o n r s e c	Usos (Simbolismo)	5. Estado de Conservación del Atractivo				
			Alterado	No Alterado	En proceso de		
		Deteriorado	Conservado	Deterioro			
		Causas:					
		5.1 Patrimonio (Atractivos Culturales)					
		Nombre:					
		Fecha de Declaración					
Organización y Cumplimiento (Acontecimientos Programados)		Categoría					
		6. Estado de Conservación del estado					
		Alterado	No Alterado	En proceso de			
		Deteriorado	Conservado	Deterioro			
		Causas:					
A p o y o	I n f r a e s t r u c t u r a	Vías de Acceso					
		9. Infraestructura Básica					
		Estado de Vías	Agua	Energía Electrica	Alcantarillado	Precio	
		Trasporte		10. Asociación co otros atractivos			
Frecuencias		11. Difusión del Atractivo					
Temporalidad		Local	Provincial	Nacional	Internacional	Otros	
Encuestador:		Supervisor:					

ANEXO 6 Ficha de Jerarquización de los Atractivos Turísticos

JERARQUÍA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS													
Provincia:							Fecha:						
Evaluador:							Destino Turístico:						
Nº	Tipos de Atractivos Turísticos Naturales y Culturales	Calidad		Apoyo					Significado				Jerarquía
		Valor Intrínseco	Valor Extrínseco	Entorno	Estado de Conservación	Acceso	Servicios	Aso. Atractivos	Local	Regional	Nacional	Internacional	
		15	15	10	10	10	10	5	2	4	7	12	1 2 3 4
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													

ANEXO 7 Ficha de Caracterización de la Demanda

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

Utilice una de estas fichas para la comunidad. La ficha incluye los datos mínimos con respecto a

la demanda que deberían caracterizarse en un diagnóstico. Dependiendo del tiempo y los

recursos disponibles, se debe decidir el método con que se recogerán los datos en la

comunidad: se puede optar por la observación y entrevistas para obtener datos aproximados o

cualitativos, se puede usar la ficha como una base para diseñar cuestionarios de encuesta que

arrojen datos porcentuales

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa

1	Si	<input type="checkbox"/>
2	No	<input type="checkbox"/>

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

_____	Visitantes de lunes a viernes
_____	visitantes los días sábados
_____	visitantes los días domingos
_____	visitantes los días feriados

fFuente de información: _____

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave)

- 1 Permanente (todo el año)
- 2 Estacional (solo temporada)

3 Esporádica (de vez en cuando)

4 Inexistente

1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo

en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

1 Independiente

2 Organizado (paquete, "Tour")

Fuente: _____

1.1. Tipos de demanda que posee la comunidad (si posee datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede

1.2. marcar con x)

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

1 Internacional

2 Nacional

3 Regional

B) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTANCIA

1 Turistas

2 Excursionistas

Fuente de información: _____

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (respuesta en dólares)

USD

1 Turistas

2 Excursionistas

Fuente de información: _____

1.3. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por

1.4. observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

1.-

2.-

3.-

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos,

marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

Tipo de servicio	#
1 Alojamiento	<input type="text"/>
2 Restaurantes	<input type="text"/>
3 Kioscos de comida	<input type="text"/>
4 Bares	<input type="text"/>
5 Servicio de guianza local	<input type="text"/>
6 otros. _____	<input type="text"/>
7 Ninguno	<input type="text"/>

Investigador de
campo _____

Fecha _____

ANEXO 8 Fotografías de la Comunidad



Foto tomada por Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Artesanías Bartolome



Foto Tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Colegio Valdivia



Foto Tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Discoteca Valdivia



Foto Tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Acuario Valdivia



Foto Tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio

Cabaña Comedor



Foto Tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Encuesta Familia De La Cruz Limón



Foto Tomada Por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Encuesta Familia Guale Yagual



Foto tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Encuesta a los Cabañeros



Foto tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Encuesta Sra. Elda Guale



Foto tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Muestra de Artesanías en la Comunidad



Foto tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)

Réplicas de la Cultura Valdivia



Foto tomada por: Borbor Rodríguez Rogelio (2013)