



**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
PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN
PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: HUGO CÉSAR VEINTIMILLA LUCÍN

TUTOR: ECON. HUGO ÁLVAREZ PLÚA, MSc.

**LA LIBERTAD – ECUADOR
2015**

**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
PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN
PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: HUGO CÉSAR VEINTIMILLA LUCÍN

TUTOR: ECON. HUGO ÁLVAREZ PLÚA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, Mayo del 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación “**DISEÑO DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015**” elaborado por el Sr. **HUGO CÉSAR VEINTIMILLA LUCÍN**, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. Hugo Álvarez Plúa, MSc.
TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Hugo César Veintimilla Lucín, declaro en honor a la verdad que el trabajo de tesis aquí escrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Libertad, Mayo del 2015

Hugo César Veintimilla Lucín

C.C.: 0915946610

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, creador de todo lo existente, y por darme la oportunidad de llegar a una nueva etapa de mi vida. A mi madre, por brindarme todo su cariño, y su bendición que llega hasta el cielo. A mi padre, por ser la inspiración para realizar un trabajo honesto y ser un luchador que busca el bien común. A mis hermanos, amigos juntos e inseparables. A aquellos que son mi fuerza y razón de ser, por el gran amor que me brindan, Gisella, Giancarlo, Hugo y Camila, ustedes que son el norte que guía mis ideales.

Hugo César Veintimilla Lucín

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, por darme la fuerza suficiente para cumplir mis metas, a la UPSE por la oportunidad que me brindó para llegar a ser un profesional y el cambio que ha forjado en toda la comunidad playasense, para los maestros, que con sus conocimientos y motivación nos formaron y prepararon como personas de bien, a mis padres, y familiares que me inspiraron de ciertas maneras a seguir el camino de la superación, a todos ellos mi eterna gratitud, amigos y compañeros de estudios que juntos compartimos todos los momentos y necesidades que la superación requiere para ser alcanzada, a mi esposa le agradezco su amistad, apoyo y compañía en los momentos más difíciles, a ella mi gratitud.

Hugo César Veintimilla Lucín

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MBA.
DECANO DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

Econ. Hugo Álvarez Plúa, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Lcda. Paola Peralta Mendonza, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

**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 PARA EL
RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS,
PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”**

Autor: Hugo Cesár Veintimilla Lucín
Tutor: Econ. Hugo Álvarez Plúa, MSc.

RESUMEN

El propósito fundamental del presente proyecto es el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico para el recinto Data de Villamil, el cual se inicia a partir de la investigación, las encuestas que se realizó a los habitantes y servidores turísticos de Data de Villamil, entrevistas a las diferentes autoridades, buscando conocer el interés de querer posicionar a Data de Villamil como un destino turístico de calidad. Los resultados obtenidos se dieron por la aplicación de procesos de observación, comparación y análisis de los lugares turísticos, el contacto con la comunidad y servidores turísticos, considerando opiniones y nivel cultural de los encuestados y entrevistados. Es importante la implementación de un Plan de Desarrollo, ya que se involucra a la comunidad y al entorno laboral, teniendo en cuenta que la práctica del turismo es muy amplia y se pueden realizar diversas actividades sin necesidad de lujos y grandes edificaciones, solo basta la aplicación de políticas, planes y acciones que involucren la participación de toda la comunidad. Una actividad turística llevada en un marco de integridad ética y respeto a los valores, destacando los atractivos naturales y lo más relevante la forma sencilla de vivir de sus habitantes, quienes brindan toda la confianza a los visitantes, que cada vez llegan esperando pasar agradables momentos de recreación en esta parte de la costa ecuatoriana, un lugar ideal para la práctica del turismo. Es necesario aplicar servicios de calidad a todos los turistas para que vuelvan con las ganas de seguir disfrutando de bellos momentos en el recinto Data de Villamil. La aplicación de un Plan de Desarrollo Turístico va a darse con las diversas actividades a realizarse, aprovechando sus recursos naturales para potenciarlo como un destino turístico posicionado a nivel local, nacional e internacional, con buen futuro y enmarcado en un desarrollo sustentable.

ÍNDICE

	Pág.
PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	1
TEMA	3
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVOS	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos	6
HIPÓTESIS.....	6
CAPÍTULO I	10
MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO	10
1.1 ANTECEDENTES.....	10
1.2 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	11
1.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	12
1.3.1 Pasos de la planificación estratégica.....	13
1.3.2 Beneficios que genera la planificación estratégica	13
1.4 MARCO LEGAL.....	14

1.4.1 Etapas del proceso estratégico	15
1.4.2 Resultados del proceso estratégico.....	16
1.5 VARIABLE INDEPENDIENTE	17
1.5.1. Plan de desarrollo.....	17
1.5.2. Estrategias	17
1.5.3. Programas.....	20
1.5.4. Proyectos	24
1.6.VARIABLE DEPENDIENTE	24
1.6.1. Competitividad turística.....	24
1.6.2. Ventaja competitiva	25
1.7. PRODUCTO	28
1.7.1. Objetivos del desarrollo de productos turísticos	29
1.7.2. Niveles de desarrollo de productos turísticos.....	30
1.7.3. Pautas para el desarrollo de productos turísticos	30
1.8. PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA	32
1.8.1. Tipos de productividad.....	33
1.8.2. Metodologías de medición de la productividad.	33
1.9. SERVICIOS TURÍSTICOS	34
1.9.1. Tipos de servicios turísticos.....	34
1.10. PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	39
1.10.1. Estrategias de promoción turística.	39
1.11. PUBLICIDAD TURÍSTICA.....	40
1.11.1. Elementos de publicidad turística	40
1.11.2 Estrategias de la publicidad.....	40
1.12. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	41
CAPÍTULO II	56
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	56

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	56
2.1.1 Método Inductivo	56
2.1.2 Método Deductivo.....	56
2.1.3 Método Descriptivo.....	56
2.1.4 Método de Observación	57
2.1.5 Método Analítico	57
2.1.6 Método Histórico	57
2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	57
2.3 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	58
2.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	58
2.4.1 Investigación de Campo	58
2.4.2 Investigación Documental.....	59
2.5.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	60
2.5.1 Método Deductivo.....	60
2.5.2 Método Inductivo	60
2.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	61
2.7 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	62
2.8. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	63
2.8.1 Población.....	63
2.8.2 Muestra.....	63
2.9. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	64
2.10 PROCESAMIENTO Y PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN ...	66
CAPÍTULO III.....	67
ANÁLISIS DE RESULTADOS	67
3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN. 67	

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS.....	82
3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	94
3.4. CONCLUSIONES	96
3.5. RECOMENDACIONES	97
CAPÍTULO IV	98
DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL	98
4.1. PRESENTACIÓN.....	98
4.2. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN	98
4.3. MODELO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL.....	99
4.4. ANÁLISIS DE MERCADO – ANÁLISIS SITUACIONAL O DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN	100
4.5. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL RECINTO DATA DE VILLAMIL	101
4.5.1. Inventario de los atractivos turísticos.....	101
4.6. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA.....	103
4.6.1. Análisis FODA del recinto Data de Villamil	103
4.7. FORMULACIÓN FILOSÓFICA	104
4.7.1. Misión	104
4.7.2. Visión	104
4.7.3. Políticas	105
4.7.4. Valores – Cultura organizacional.....	105
4.8. OBJETIVOS	106
4.8.1. Objetivo general	106
4.8.2. Objetivos específicos	106

4.9. PLAN DE ACTUACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	107
4.9.1. Programa N° 1: Facilitación Turística.....	108
4.9.2. Programa N° 2: Innovación de los Paquetes Turísticos ofertados en el recinto Data de Villamil.....	115
4.9.3. Programa N° 3: Fortalecimiento del Marketing Turístico.....	119
4.9.4. Programa N° 4: Desarrollo de capacidades de los Recursos Humanos para el turismo sostenible del recinto Data de Villamil.....	126
CONCLUSIONES	132
RECOMENDACIONES	133
BIBLIOGRAFÍA	134
ANEXOS	136

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Matriz de operacionalización de la variable independiente.....	8
CUADRO 2 Matriz de operacionalización de la variable dependiente.....	9
CUADRO 3 Población	63
CUADRO 4 Resumen de programas y proyectos a realizarse en el recinto Data de Villamil	107
CUADRO 5 Facilitación Turística	108
CUADRO 6 Innovación de los paquetes turísticos ofertados en el recinto Data de Villamil	115
CUADRO 7 Fortalecimiento del Marketing Turístico.....	119
CUADRO 8 Presupuesto Diseño de la Marca Turística	120
CUADRO 9 Presupuesto de Promoción.....	124
CUADRO 10 Presupuesto de material impreso	124
CUADRO 11 Desarrollo de capacitaciones de los Recursos Humanos para el turismo sostenible del recinto Data de Villamil.....	126
CUADRO 12 Capacitaciones	128
CUADRO 13 Materiales para la capacitación.....	129

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1 Muestra de la población.....	64
ILUSTRACIÓN 2 Muestra de servidores turísticos	65
ILUSTRACIÓN 3 Muestra Autoridades locales.....	65
ILUSTRACIÓN 4 Mapa Data de Villamil.....	104
ILUSTRACIÓN 5 Logo	121
ILUSTRACIÓN 6 Diseño de tríptico (parte posterior)	122
ILUSTRACIÓN 7 Diseño de tríptico (parte anterior).....	123
ILUSTRACIÓN 8 Hojas volantes.....	123
ILUSTRACIÓN 9 Afiche.....	124

ÍNDICE DE ESQUEMA

ESQUEMA 1 Fases del Plan de desarrollo.....	99
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Cómo califica turísticamente a Data de Villamil?.....	67
Tabla 2 La pesca deportiva en Data de Villamil, como actividad turística es...?	68
Tabla 3 Los aspectos naturales en Data de Villamil son...?	69
Tabla 4 La calidad de la información recibida sobre los recursos turísticos de Data de Villamil, es...?	70
Tabla 5 Su estadía en Data de Villamil, es...?	71
Tabla 6 ¿Cuál sería su recomendación de Data de Villamil, como lugar turístico?	72
Tabla 7 El desarrollo de las actividades en beneficio del turismo por parte del Municipio de Playas, en Data de Villamil es...?	73
Tabla 8 La calificación de la actividad recreativa que se realiza en Data de Villamil, es...?	74
Tabla 9 ¿Cómo es la orientación sobre el turismo, protección y conservación del medio ambiente de Data de Villamil?.....	75
Tabla 10 ¿Cómo califica usted el servicio gastronómico en Data de Villamil? ...	76
Tabla 11 Según usted el personal de los servicios turísticos en Data de Villamil, su capacitación es...?	77
Tabla 12 Según usted el personal de los servicios turísticos en Data de Villamil, su capacitación es...?	78
Tabla 13 La participación de la comunidad de Data de Villamil, en talleres y capacitación es...?	79
Tabla 14 ¿Cómo considera usted la accesibilidad a los atractivos turísticos que tiene Data de Villamil?.....	80
Tabla 15 ¿Cómo considera usted lo favorable que Data de Villamil tenga un Plan de Desarrollo Turístico?.....	81
Tabla 16 Sexo.....	82
Tabla 17 Edad	83
Tabla 18 ¿Qué tiempo lleva como servidor turístico?.....	84
Tabla 19 ¿Qué tipos de servicios ofrece a los turistas?.....	85

Tabla 20 ¿Sabe usted si hay un plan de desarrollo turístico próximo a aplicarse en Data de Villamil?	86
Tabla 21 ¿Usted y sus colaboradores tienen alguna educación relacionada con el turismo?.....	87
Tabla 22 ¿Cuál es la temporalidad de su negocio en Data de Villamil?.....	88
Tabla 23 ¿Usted ofrece capacitación a sus colaboradores?.....	89
Tabla 24 ¿Cree usted que es necesario la implementación de un plan de desarrollo turístico en Data de Villamil?	90
Tabla 25 ¿Qué servicios se deben mejorar en Data de Villamil?.....	91
Tabla 26 ¿Cuáles de las siguientes facilidades turísticas se deben desarrollar en Data de Villamil?	92
Tabla 27 ¿Qué tipo de promoción se realiza en su establecimiento?.....	93
Tabla 28 Presupuesto	110
Tabla 29 Pictogramas para atractivos naturales (manglar)	111
Tabla 30 Pictogramas para atractivos naturales (playa).....	111
Tabla 31 Pictogramas para actividades turísticas.....	112
Tabla 32 Pictogramas para señales turísticas de aproximación (señal informativa)	112
Tabla 33 Pictogramas para señales turísticas de aproximación (valla).....	113
Tabla 34 Cronograma Programa 1	114
Tabla 35 Paquete N° 1 Visita al Estero	116
Tabla 36 Paquete N° 2 Pesca Deportiva “Soy Pescador”.....	117
Tabla 37. Cronograma Programa 2	118
Tabla 38. Cronograma Programa 3	118
Tabla 39. Cronograma Programa 4	118

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Cómo califica turísticamente a Data de Villamil?	67
Gráfico 2 La pesca deportiva en Data de Villamil, como actividad turística es...?	68
Gráfico 3 Los aspectos naturales en Data de Villamil son...?	69
Gráfico 4 La calidad de la información recibida sobre los recursos turísticos de Data de Villamil, es...?	70
Gráfico 5 Su estadía en Data de Villamil, es...?	71
Gráfico 6 ¿Cuál sería su recomendación de Data de Villamil, como lugar turístico?.....	72
Gráfico 7 El desarrollo de las actividades en beneficio del turismo por parte del Municipio de Playas, en Data de Villamil es...?	73
Gráfico 8 La calificación de la actividad recreativa que se realiza en Data de Villamil, es...?	74
Gráfico 9 ¿Cómo es la orientación sobre el turismo, protección y conservación del medio ambiente de Data de Villamil?	75
Gráfico 10 ¿Cómo califica usted el servicio gastronómico en Data de Villamil?	76
Gráfico 11 Según usted el personal de los servicios turísticos en Data de Villamil, su capacitación es...?	77
Gráfico 12 Según usted el personal de los servicios turísticos en Data de Villamil, su capacitación es...?	78
Gráfico 13 La participación de la comunidad de Data de Villamil, en talleres y capacitación es...?.....	79
Gráfico 14 ¿Cómo considera usted la accesibilidad a los atractivos turísticos que tiene Data de Villamil?.....	80
Gráfico 15 ¿Cómo considera usted lo favorable que Data de Villamil tenga un Plan de Desarrollo Turístico?.....	81
Gráfico 16 Sexo.....	82
Gráfico 17 Edad	83
Gráfico 18 ¿Qué tiempo lleva como servidor turístico?	84
Gráfico 19 ¿Qué tipos de servicios ofrece a los turistas?.....	85

Gráfico 20 ¿Sabe usted si hay un plan de desarrollo turístico próximo a aplicarse en Data de Villamil?.....	86
Gráfico 21 ¿Usted y sus colaboradores tienen alguna educación relacionada con el turismo?.....	87
Gráfico ¿Cuál es la temporalidad de su negocio en Data de Villamil?.....	88
Gráfico 23 ¿Usted ofrece capacitación a sus colaboradores?	89
Gráfico 24 ¿Cree usted que es necesario la implementación de un plan de desarrollo turístico en Data de Villamil?	90
Gráfico 25 ¿Qué servicios se deben mejorar en Data de Villamil?	91
Gráfico 26 ¿Cuáles de las siguientes facilidades turísticas se deben desarrollar en Data de Villamil?	92
Gráfico 27 ¿Qué tipo de promoción se realiza en su establecimiento?.....	93

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Carta Aval	136
Anexo 2 Entrevista a Autoridades	137
Anexo 3 Ficha de inventario de atractivos turísticos	138
Anexo 4 Ficha de resumen de inventarios de atractivos turísticos	141
Anexo 5 Foto de entrevista a autoridades	142
Anexo 6 Foto encuesta a moradores	142
Anexo 7 Encuesta aplicada a la población.....	143
Anexo 8 Encuesta aplicada a los servidores turísticos.....	144
Anexo 9 Ficha de Atractivos Turísticos N° 1	146
Anexo 10 Ficha de evaluación del atractivo N° 1	150
Anexo 11 Ficha de Atractivo N° 2.....	151
Anexo 12 Ficha de evaluación del atractivo 2	154
Anexo 13 Ficha del atractivo N° 3.....	155
Anexo 14 Ficha de evaluación del atractivo N° 3	158
Anexo 15 Ficha del atractivo N° 4.....	159
Anexo 16 Ficha evaluación del atractivo N° 4	162
Anexo 17 Ficha del atractivo N° 5.....	163
Anexo 18 Ficha de evaluación de atractivo N° 5.....	166

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se refiere al Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico, para el recinto Data de Villamil, en el cantón Playas, provincia del Guayas, el mismo que pretende dejar muy claro que es necesario impulsar el desarrollo socioeconómico de la comunidad de Data de Villamil, a través de la práctica del turismo, aprovechando el potencial natural como es la playa, el estero y el manglar, el desarrollo turístico se debe realizar a largo plazo y necesariamente debe ser sostenible.

Los habitantes del recinto Data de Villamil, como la mayoría de los pueblos costeros del Ecuador, desde tiempos ancestrales han subsistido solamente con la práctica de la pesca y de una agricultura incipiente. Es de conocimiento general que la práctica del turismo en la zona de Data de Villamil, se realiza de una manera rutinaria, y de continuar así, se vería afectado el turismo como fuente de ingresos, razones que hacen que su gente se comprometa a realizar nuevas actividades.

La inexistencia de un plan de desarrollo turístico en el recinto Data de Villamil, es el principal interés para realizar este trabajo de investigación. Este diseño se realizará aprovechando las bondades de la naturaleza ideales para el desarrollo del turismo, la predisposición de los servidores turísticos, decididos a trabajar en nuevas áreas, con asesoramientos necesarios para la práctica del turismo y el fácil contacto con los turistas con la población.

Realizando un análisis de la situación actual del recinto Data de Villamil, se pudo identificar las estrategias de desarrollo turístico aplicables a la realidad de la zona de estudio, y con estas se procedió a diseñar e implementar el Plan de Desarrollo Turístico, para realizar una práctica del turismo con responsabilidad y ética en el cuidado y manejo de los recursos naturales.

Este trabajo investigativo comprende la introducción, el planteamiento y formulación del problema, la justificación, los objetivos generales y específicos, la hipótesis, la población y muestra, metodología, tipos de investigación y la propuesta del Plan de Desarrollo Turístico. En la metodología aplicada en el presente proyecto, se realizaron entrevistas a autoridades municipales, dirigentes barriales, servidores turísticos y encuestas a la población en general.

El presente trabajo investigativo se compone de cuatro capítulos, conformados de la siguiente manera:

En el capítulo uno se analiza el marco teórico de la investigación, sus antecedentes, variables y el marco legal con relación al proyecto.

En el capítulo dos, tenemos la metodología de investigación, población y muestra, procesamiento y procedimiento de la investigación, los mismos que nos permitieron, tener un mejor análisis del desarrollo de las actividades turísticas en Data de Villamil.

El capítulo tres, nos trae el análisis e interpretación de resultados de encuestas y entrevistas, con sus conclusiones y recomendaciones.

En el capítulo cuatro, se presenta la propuesta del Plan de Desarrollo Turístico para Data de Villamil.

TEMA

“DISEÑO DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

(Gamboa, 2006) Considera que el desarrollo turístico es direccionado por un plan de acción cuidadosamente definido, en estas condiciones, la planificación es la herramienta que viabiliza la optimización de los efectos favorables y la minimización de los desfavorables. Es así que la calidad de la planificación va a establecer el éxito y la longevidad de cualquier área que sea beneficiada con dicho plan de desarrollo, por lo que el tiempo, esfuerzo y recursos predestinados a la planificación, deberían ser considerados como inversiones esenciales, con responsabilidad y planificación que le permita ser sustentable,

El turismo en los últimos años ha generado un creciente interés a nivel mundial y en nuestro país hay que emplear el turismo como instrumento de desarrollo socioeconómico, en vista de que Data de Villamil tiene lugares naturales, que guiados por un plan de desarrollo turístico va a ser de gran importancia para sus habitantes ya que se estima elevar el nivel de vida de la población.

Con recursos naturales como playa, estero y manglares, es necesario el diseño de un plan de desarrollo turístico sostenible, con el compromiso de preservar la naturaleza y potenciar el turismo de toda la comunidad.

En la actualidad no existe una propuesta de planificación que corresponda al desarrollo turístico de Data de Villamil, razón por la cual el turismo no presenta un desarrollo a gran escala.

El recinto Data de Villamil, perteneciente al Cantón Playas, provincia del Guayas se localiza a 13 Km. de la cabecera cantonal General Villamil y posee un área de aproximadamente 16 Km². Sus límites son: al norte, el recinto El Arenal; al sur con Data de Posorja perteneciente a la Parroquia Posorja, cantón Guayaquil; al este, con el Estero de Data de Villamil y al oeste con el Océano Pacífico.(Chalén, 2013)

Según el diagnóstico participativo del sector Data de Villamil del PDyOT 2009 – 2014 del cantón Playas, el recinto Data de Villamil tiene aproximadamente 2500 habitantes y hay entre 500 y 600 familias, distribuidas en los 9 barrios: La Dolorosa, Los Ceibos, Corazón de Jesús, Las Cruces, La Esperanza, Cristo Rey, La Providencia, Acapulco y La Fortuna.

Los habitantes tienen como actividad laboral: la pesca, la avicultura, la albañilería y un porcentaje mayoritario se dedica a las labores industriales en las fábricas atuneras que se encuentran en la parroquia Posorja, fácilmente se puede apreciar un escaso crecimiento económico, lo que marca el nivel de desarrollo socioeconómico de la población.

JUSTIFICACIÓN

El recinto Data de Villamil en el cantón Playas tiene recursos naturales que pueden ser considerados como elementos para la práctica del turismo, pero sus habitantes no tienen en cuenta este potencial de gran valor ambiental y económico, es por eso la importancia de diseñar un Plan de Desarrollo de Turismo, considerando que con su aplicación se dará prioridades y criterios para la buena práctica del turismo, a la vez que la comunidad mejora su nivel de vida.

Con la aplicación de planes y programas se van a concretar los objetivos y con ellos lograr ejecutar las estrategias para mejorar la práctica de un turismo que va a

garantizar el aprovechamiento y cuidado de los medios naturales con que cuenta el área de estudio.

En la actualidad se desarrolla un turismo no direccionado, es decir de una manera empírica, por iniciativa de unos cuantos moradores que aprovechan la llegada de turistas a Data de Villamil, especialmente los fines de semana. Con el diseño del Plan de Desarrollo Turístico, se pondrá en práctica un mejor servicio de atención al cliente, ofreciendo planes y programas de actividades relacionadas con la práctica del turismo, creándose una nueva forma de hacer turismo en este sector del cantón Playas.

La comunidad de Data de Villamil, aprovechará la relación que tiene con el espacio natural, donde se dedican a la práctica del turismo y sacarle provecho e ingresar en el mercado turístico, considerando que el recinto Data de Villamil, posee unas hermosas playas, estero y una zona de manglares, y con la práctica de un turismo sostenible se verá la generación de divisas que tanto bien le hace a la comunidad y darse a conocer hasta lograr posicionarse como uno de los lugares más relevante en la costa ecuatoriana.

El Plan de Desarrollo turístico entra en vigencia en un espacio donde la falta del mismo no permitía la buena práctica del turismo, de tal manera que su uso ayuda a la concienciación de la actividad turística como una manera de mejorar económicamente y mantener una buena relación con la naturaleza, la misma que se verá con menos problemas de contaminación.

El Plan de Desarrollo Turístico va a generar una gran importancia al turismo de sol y playa que se practica en la zona del proyecto, ya que se ejecutarán otras actividades en beneficio del turismo. La aplicación del plan sirve para potenciar al recinto Data de Villamil, como un destino de alta demanda de turistas con esto los habitantes que realizan actividades turísticas, van a mejorar su actual situación económica.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico, para mejorar la actividad de los operadores turísticos, aprovechando los recursos naturales, culturales y convertir al recinto Data de Villamil en un lugar turístico de competencia en el mercado nacional e internacional.

Objetivos específicos

- ✚ Analizar la situación actual del recinto Data de Villamil.
- ✚ Identificar las estrategias de turismo sostenible aplicables a la realidad de Data de Villamil.
- ✚ Determinar la influencia del nivel del plan de desarrollo en Data de Villamil como destino turístico.
- ✚ Establecer los componentes de la competitividad turística mediante la información bibliográfica.
- ✚ Seleccionar mediante la revisión bibliográfica las estrategias para lograr competitividad como destino turístico.
- ✚ Diseñar un plan de desarrollo turístico sostenible para el recinto Data de Villamil año 2015.

HIPÓTESIS

¿El Plan de Desarrollo Turístico contribuirá al mejoramiento del recinto Data de Villamil, Cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015?

VARIABLES

Variable independiente:

- ✚ **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO:** Es una herramienta empleada en el turismo, que con la aplicación de estrategias, políticas, planes y programas, se convierte en una ventaja competitiva que provoca efectos beneficiosos para todos, mejorando las condiciones socioeconómicas, infraestructura, servicios básicos, que van a garantizar una estadía agradable a los turistas.

Variable dependiente:

- ✚ **COMPETITIVIDAD DE UN DESTINO TURÍSTICO:** Es una capacidad que tiene un destino turístico, para producir bienes y servicios, obteniendo ventajas en relación a la competencia, la competitividad va a permitir obtener recursos económicos y a la vez garantizar la conservación del medio ambiente, es la posibilidad que tienen los lugares turísticos de lograr las mismas condiciones de calidad que ofrecen otros destinos turísticos, considerando que la ventaja que presenten, le den la posibilidad de ser los mejores en su grupo.

OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO 1 Matriz de operacionalización de la variable independiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS
PLAN DE DESARROLLO O TURÍSTICO	(Ochoa) Conjunto de disposiciones adoptadas por el Estado, para elaborar programas y proyectos específicos, con el fin de proyectar como destino turístico los recursos culturales y naturales de una determinada zona.	Proceso de planificación. Estrategias Programas Proyectos	Participación de actores. Identificación y número de estrategias. Número y nombre de programas. Proyectos a ejecutarse.	¿Data de Villamil tiene algún plan de desarrollo con visión y misión estructurada? ¿Conoce que estrategias o programas ayudarían a la competitividad turística de Data de Villamil? ¿Sabe usted que programas o proyectos se han desarrollado en Data de Villamil para impulsar el turismo? ¿Se han realizado capacitaciones a los servidores turísticos de Data de Villamil?	Encuestas y entrevistas. Entrevista a los dirigentes de la comuna. Entrevistas a las autoridades. Encuesta a los turistas.

Elaboración por: Hugo César Veintimilla Lucín
Fuente: Investigación de campo (2013)

CUADRO 2 Matriz de operacionalización de la variable dependiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS
COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	(Hong)La competitividad turística es la capacidad de un destino para crear, integrar y proporcionar experiencias de turismo, incluyendo los de valor añadido de bienes y servicios considerados importantes por los turistas. Estas experiencias sostienen los recursos de un destino turístico y ayudan a mantener una posición en el mercado en relación a otros destinos.	Competitividad Ventaja competitiva. Productos. Productividad. Servicios.	Inventarios Fortalezas, debilidades, estrategias Paquetes, itinerarios, recintos turísticos. Actividades turísticas Señalética, publicidad	¿Conoce los recursos y el potencial turístico de Data de Villamil? ¿Data de Villamil dispone de estudios con base turística para emprendimientos y proyectos? ¿Cuenta Data de Villamil con productos turísticos reconocidos? ¿Los servicios ofertados en Data de Villamil satisfacen la necesidad de los visitantes? ¿Cuáles son los elementos de publicidad y señalética que dispone la Data de Villamil?	Encuestas y entrevistas. Entrevistas. Encuestas. Encuestas a Servidores turísticos Encuestas.

Elaboración por: Hugo César Veintimilla Lucín
Fuente: Investigación de campo (2013)

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO

1.1 ANTECEDENTES

El recinto Data de Villamil, se encuentra ubicado en el cantón Playas, Provincia del Guayas, Ecuador, al sur de la cabecera cantonal. Su población económicamente activa, es en su mayoría la mano de obra para la práctica del turismo, y entre las demás actividades que realizan sobresalen la pesca artesanal, albañilería y carpintería naval.

Los productos del mar que son algunas especies y variedades, contribuyen a que exista una amplia gastronomía, donde resaltan delicias como el caldo de bagre, ceviches, encebollado, arroz marinero, ensalada de pangoras, langostas, entre otras.

En el recinto encontramos un estero de 4 Km. de largo y entre 20 a 25mts. de ancho bordeado por manglares, los que ofrecen sus riquezas como cangrejos, conchas, almejas, etc., los manglares existentes en Data de Villamil son: Mangle blanco (*Lagunculariara cemoso*), Mangle negro (*Avicennaceae cemoso*), y el que más predomina el Mangle rojo (*Rizopora mangle*), que dejan ver un amplio paisaje natural conjuntamente con las aves que habitan en el manglar, donde encontramos pelícanos, garzas, fragatas, gaviotas, pato cuervo, entre otras; el estero es el límite entre Data de Villamil y Data de Posorja.

También sobresale el coco, una fruta tropical, en este sector abundan las palmeras que nos brindan su fruto, el mismo que se puede disfrutar al pie de la vía Data - Posorja. Al ingreso del recinto, desde General Villamil, encontramos el

monasterio de Santa Teresa, conocido comúnmente como “Las Carmelitas”, por su veneración a la virgen del Carmen y porque ese es el nombre de la congregación religiosa, se trata de una imponente edificación estilo morisco.

Data de Villamil cuenta con los servicios básicos necesarios, los mismos que se pueden ampliar y mejorar para satisfacer las necesidades de los residentes y turistas, actualmente la cobertura de la telefónica móvil es muy buena en el sector, mientras que el teléfono fijo no cubre la mayor parte de la población.

Para considerar el estudio de investigación se identificaron los atractivos turísticos naturales y culturales, así como la infraestructura existente en Data de Villamil.

1.2 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

El plan de desarrollo turístico, es considerado de forma general como una relación equilibrada entre los objetivos y proyecciones de un determinado lugar, con la intención de lograr el desarrollo para toda la comunidad, basado en un proceso racional y con toma de decisiones; es un instrumento básico de gestión turística con el que se logra efectos favorables y la reducción de los desfavorables.

El autor Enrique (2000), indica que el plan de desarrollo turístico como documento se forma en una herramienta importante para gestionar acciones y saberes reales de las actividades y así darle una correcta utilización, comprendiendo la realidad de las cosas, es decir que con la aplicación del plan de desarrollo cualquier acto de planificación va a beneficiar y a mejorar la vida de todos, ya que se buscará la mejor manera de realizar una actividad turística al disfrute y goce de todos los turistas, dejando los beneficios en la comunidad, con proyecciones de mejoramiento en el futuro.

Un plan de desarrollo se compone de siete fases, para su consecución:

- ✚ Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico.
- ✚ Prospección previa del territorio.
- ✚ Diagnóstico de la situación turística del territorio.
- ✚ Formulación del Plan de acción turística.
- ✚ Elaboración de la propuesta de gestión.
- ✚ Elaboración del plan de capacitación.
- ✚ Participación y concienciación social.

1.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Martínez (2006) manifiesta que la planificación estratégica es un proceso donde la organización o institución, define su situación con una misión y visión, analizando su ambiente externo e interno, con oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, que tienen como finalidad lograr ventajas competitivas.

La planificación estratégica es un proceso que se aplica para usar de la mejor manera los recursos, permitiendo evolucionar y estar preparados para enfrentar las dificultades futuras y lograr el éxito para la organización o institución.

Con una buena planificación estratégica, las organizaciones o instituciones van a establecer las mejores soluciones para la consecución de los objetivos establecidos, es decir se determinan las acciones para lograr las metas consideradas, lo que se quiere lograr y cuál va a ser el camino a seguir, teniendo en cuenta la presencia de posibles riesgos, y que hacer para minimizarlos.

Con la planificación estratégica se espera alcanzar los objetivos propuestos para mantener un alto nivel en un medio altamente competitivo, donde es necesario posicionar nuevos productos.

Una planificación estratégica se compone de:

- ✚ Visión.
- ✚ Misión.
- ✚ Valores.

1.3.1 Pasos de la planificación estratégica

El proceso de planificación estratégica se ejecuta en nueve pasos donde se incluyen la planificación, la estrategia, la implementación y la evaluación.

- ✚ **Paso 1.** Identificar la misión, los objetivos y las estrategias actuales de la organización.
- ✚ **Paso 2.** Analizar el ambiente.
- ✚ **Paso 3.** Identificar las oportunidades y amenazas.
- ✚ **Paso 4.** Analizar los recursos de la organización.
- ✚ **Paso 5.** Identificar las fortalezas y debilidades.
- ✚ **Paso 6.** Revalorar las misiones y los objetivos de la organización.
- ✚ **Paso 7.** Formular estrategias.
- ✚ **Paso 8.** Implementar estrategias.
- ✚ **Paso 9.** Evaluar resultados.

1.3.2 Beneficios que genera la planificación estratégica

El desarrollo de un plan de desarrollo, va a dar varios beneficios entre los que podemos considerar:

- ✚ Mayor esfuerzo para direccionar las acciones a realizar, existiendo un consenso.
- ✚ Incorporar reglas que permitan el trabajo en conjunto, además de cumplir con los objetivos.
- ✚ Lograr una visión que mantendrá el posicionamiento presente y futuro de nuestro lugar turístico, facilitando las acciones de dirección, innovación y liderazgo.
- ✚ Identificar los puntos estratégicos del lugar turístico.
- ✚ Permitir establecer la toma de decisiones.
- ✚ Tener un pensamiento claro, buscando mantener el sitio turístico a largo plazo.
- ✚ Mejorar la comunicación entre toda la comunidad.
- ✚ Desarrollar competencias administrativas en las personas involucradas en el plan de desarrollo turístico.
- ✚ Aplicar nuevos conceptos fundamentales para el buen proceso de la actividad turística.
- ✚ Adaptarse a los cambios y lograr una permanencia constante buscando cumplir los objetivos.

La aplicación de un plan estratégico es de gran importancia ya que garantiza elevar el nivel socioeconómico de los beneficiados, así como también lograr el posicionamiento del lugar turístico a largo plazo, es decir hasta donde se ha propuesto a llegar.

1.4 MARCO LEGAL

Entre los diferentes conceptos de procesos podemos considerar el propuesto por Camacho (2008), quien analiza que es el conjunto de actividades o tareas, mutuamente relacionadas entre sí que admite elementos de entrada durante su desarrollo ya sea al inicio o a lo largo del mismo, los cuales se administran, regulan o autorregulan bajo modelos de gestión particulares para obtener

elementos de salida o resultados esperados. Asimismo los resultados o salidas a lo largo del proceso pueden ser intermedios o finales.

El proceso estratégico nos permite fijar los objetivos importantes para lograr las metas establecidas, las mismas que se consiguen a través de una planificación, con la respectiva coordinación y control, pero es necesario dar a conocer la forma como se realizó la puesta en marcha de las estrategias.

Los procesos estratégicos buscan establecer las políticas y estrategias, fijar los objetivos, niveles comunicacionales, recursos, direcciones y control de las metas que tiene la empresa, las mismas que nos permiten lograr la visión de la empresa.

1.4.1 Etapas del proceso estratégico

El proceso estratégico se establece cumpliendo las siguientes cinco etapas:

1) Establecer objetivos: Es tener clara la visión de la empresa, para lo cual se presentan 3 fases:

- a. Definir objetivos a corto y largo plazo.
- b. Identificar el proceso para lograr objetivos.
- c. Personalizar el proceso con los trabajadores.

2) Análisis

Es la fase en donde se recoge toda la información necesaria para lograr nuestra visión. Se analizarán los problemas internos y externos que puedan afectar a la organización, para lo cual es necesario realizar el análisis FODA.

3) **Formulación de estrategias:**

- a. Revisar la información obtenida en el análisis.
- b. Determinar los recursos de la empresa.
- c. Dar solución a los problemas.
- d. Formular las estrategias para el negocio, considerando la situación económica que se tenga. Revisar la información obtenida en el análisis.
- e. Determinar los recursos de la empresa.
- f. Dar solución a los problemas.
- g. Formular las estrategias para el negocio, considerando la situación económica que se tenga.

4) **Implementación de estrategias**

La implementación de estrategias es necesaria para la empresa, las estrategias deben dar resultados favorables caso contrario se deben establecer nuevas.

5) **Evaluación y control**

La evaluación y control de las estrategias, son acciones necesarias para realizar correctivos, con parámetros que den resultados reales. Saber cuáles son los problemas internos y externos para responder a los cambios que se presenten.

1.4.2 **Resultados del proceso estratégico.**

Vale anotar que entre los resultados de un proceso estratégico, estos pueden ser:

- ✚ **Bienes tangibles:** Elaboración de libros, fabricación de cervezas, construcción de carreteras, inmuebles, etc.

✚ **Bienes intangibles:** El aprendizaje, el noviazgo, la motivación, el liderazgo, etc.

✚ **Servicios:** Selección de personal, organización de eventos, asistencia técnica, capacitación, salud, transporte, etc.

1.5 VARIABLE INDEPENDIENTE

1.5.1. Plan de desarrollo

Desarrollo es crecimiento, se logra por medio de cambios ya sean económicos y sociales. Una vez iniciado el desarrollo vale sostener el proceso, beneficiando a la comunidad de manera equitativa.

Planificación es el proceso de realizar planes, programas y proyectos de desarrollo específicos.

Relacionando lo antes mencionado, el plan de desarrollo destaca la planificación y formulación de proyectos destinados a mantener en un alto nivel a la organización, cumpliendo la planificación.

1.5.2. Estrategias

La palabra estrategia hace muchos años era usada solamente en el campo militar. Estrategia proviene del antiguo título ateniense *strategos*(estratega), antiguamente el concepto de estrategia estaba vinculado con actividades militares y políticas.

En la Grecia clásica, la persona o grupo de personas que fueran capaces de llevar al ejército a la batalla y de negociar con las otras ciudades, eran las encargadas de diseñar la estrategia que debía conducir al triunfo o a evitar la guerra.

Según la historia, Pericles de Atenas, fue elegido estrategos, aproximadamente en el siglo V, en este período la ciudad vivió su mejor época o edad dorada. Por tal razón Pericles es considerado uno de los grandes estrategas en la historia de la humanidad. Aunque puede ser provechoso tener un plan, el arte del estratega consiste tanto en improvisar y modificar los planes de forma eficaz así como en redactarlos. Un buen líder tiene que ser reflexivo y osado a la vez.

A principios del siglo XX, el término estrategia, comenzó a utilizarse en el campo de los negocios. Una estrategia es un modelo o plan que integra a los principales objetivos, políticas y sucesión de acciones de una organización, en un solo grupo. La buena formulación de una estrategia ayuda a ordenar y asignar los recursos de una forma tan singular y viable.

Siempre que se vaya a tomar una decisión o ejecutar una actividad, se debe dar respuesta a tres preguntas básicas: ¿qué?, ¿cómo? y ¿cuándo?; respondiendo el ¿qué?, se busca conseguir, cuál es la finalidad a lograr; cuando damos respuesta al ¿cómo?, estaremos identificando los medios o acciones que nos permitirán llegar a la meta, contestando al ¿cuándo?, conoceremos el momento en que se llevarán a efecto las acciones y el tiempo que tardará en su realización.

La estrategia presenta los siguientes elementos básicos:

- ✚ Las metas y objetivos que se persiguen.
- ✚ Las políticas y acciones que se emprendan.
- ✚ La relación y coherencia entre objetivos y acciones.
- ✚ Los recursos y capacidades de la organización, que determinan sus fortalezas frente a sus competidores pero también sus debilidades.
- ✚ El entorno en el que se ubica la organización.
- ✚ La competencia, es decir, otras organizaciones que persiguen los mismos objetivos.

1.5.2.1. Tipos de estrategia

Existen 14 alternativas de estrategias por las cuales se pueden optar. Dichas estrategias se clasifican en cuatro grupos importantes:

INTENSIVAS:

1. **Penetración en el mercado:** Buscar mayor participación en el mercado para los productos actuales en los mercados existentes, mediante mayores esfuerzos de mercadeo.
2. **Desarrollo del mercado:** Introducción de productos actuales a nuevas áreas geográficas.
3. **Desarrollo del producto:** Buscar mayores ventas mejorando o modificando (desarrollando) el producto actual.

INTEGRATIVAS:

1. **Integración hacia delante:** Ganar la propiedad o un mayor control sobre distribuidores o detallistas.
2. **Integración hacia atrás:** Buscar la propiedad o un mayor control sobre proveedores.
3. **Integración horizontal:** Buscar la propiedad o mayor control de los competidores.

DIVERSIFICADAS:

1. **Diversificación concéntrica:** Añadir nuevos productos pero relacionados.
2. **Diversificación de conglomerado:** Añadir nuevos productos no relacionados.
3. **Diversificación horizontal:** Añadir productos nuevos no relacionados para clientes actuales.

OTRAS:

1. **Asociaciones:** Una empresa que trabaja con otra en un proyecto especial.
2. **Reducción:** Una empresa que se reestructura mediante reducción de costos y de activos para disminuir declinación en ventas.
3. **Desposeimiento:** Venta de una división o parte de una organización.
4. **Liquidación:** Venta de todos los activos de la empresa, por partes, por su valor tangible.
5. **Combinación:** Una organización que sigue dos o más estrategias simultáneamente.

1.5.3. Programas

Los programas van a determinar el tiempo necesario para realizar cada actividad, y estas pueden ser a corto y largo plazo. Es la base para lograr los objetivos considerando la ejecución de las acciones y recursos.(Corvalán, 2012) Denominamos programa al conjunto de proyectos relacionados o coordinados entre sí y pueden ser de tipo económico, político, social, cultural, ambiental, de infraestructura, etc.

Un programa es un conjunto organizado y coherente de servicios que se descomponen en varios proyectos de similar naturaleza, se operacionaliza el plan mediante la ejecución de acciones orientadas a conseguir las metas y objetivos.

El programa es el instrumento principal derivado de la planificación, destinado al cumplimiento de las funciones de una organización, donde existe un orden de acción, objetivos y metas, integrando esfuerzo conjunto de talento humano, recursos materiales, tecnológicos y financieros, especificando el tiempo y espacio donde se va a ejecutar y con responsabilidad coordinada.

1.5.3.1. Elaboración de programas.

Para la elaboración de Programas es necesario dar respuesta a diez preguntas básicas:

- ✚ ¿Qué? se quiere hacer, naturaleza del programa, tipo de actividades a realizar.
- ✚ ¿Por qué? se va a hacer; naturaleza del programa, problemas que suscita.
- ✚ ¿Para qué? se va a hacer, objetivos del programa.
- ✚ ¿Cuánto? se va a hacer, expresando los objetivos de manera cuantitativa, en metas.
- ✚ ¿Cómo? se va a hacer, actividades y tareas, medidas que se han de tomar para llevar a cabo el programa.
- ✚ ¿Dónde? se va a hacer; localización física y ubicación en el espacio.
- ✚ ¿Cuándo? se va a hacer, ubicación en el tiempo de las tareas, calendarización.
- ✚ ¿A quiénes? va dirigido; destinatarios o beneficiarios.
- ✚ ¿Con qué? se va a hacer, recursos materiales o financieros.
- ✚ ¿Quiénes? lo van a hacer, recursos humanos.

1.5.3.2. Modelos y tipos de programas.

1. Por la dimensión temporal encontramos:

- **Programas a corto plazo:** son los que comprenden de seis meses a tres años.
- **Programas a medio plazo:** comprenden un período de tres a ocho años.
- **Programas a largo plazo:** abarca períodos de tiempo de diez, quince y hasta veinte años. Las planificaciones a largo plazo se utilizan para definir líneas de política social o bien de política educativa.

✚ **Según el carácter de la intervención, los programas pueden ser:**

1. **Socioeducativo:** intervención para el desarrollo de procesos de aprendizaje.
2. **Sociocultural:** para la promoción de la creación y difusión cultural de base, de la participación en procesos culturales.
3. **Socioasistencial:** promoción de la participación en sectores sociales desfavorecidos, para la superación de las desigualdades y de las situaciones de marginación, prevención de las desviaciones sociales, integración social, etc.
4. **Socioeconómica:** promoción de la participación grupal o comunitaria en procesos de desarrollo socioeconómico, economía social, autoempleo.

✚ **Programas en función de los sectores de población a los que se dirigen.**

1. Según criterios evolutivos.
2. Según discriminación.
3. Según limitaciones.
4. Según el lugar de origen.

✚ **Programas en función del territorio o la institución concreta en la que se ubican.**

1. Comunidad autónoma.
2. Centros de día.
3. Asociaciones.

1.5.3.3. Elementos de un programa

✚ **Título:** suficientemente claro como para dar a conocer el motivo principal del programa.

- ✚ **Dependencia institucional:** aquí se señala la organización o institución responsable del programa.

- ✚ **Fundamentación:** justifica la necesidad que lo origina. Aquí cabe hacer mención a:
 - Realidad a la que va dirigida.
 - Hipótesis de trabajo.
 - Previsiones de la evolución de la futura intervención.
 - Elección del camino preferente.

- ✚ **Objetivos:** la definición de objetivos es el elemento fundamental del diseño de un programa, se refiere a los resultados que se pretenden alcanzar, no se refiere a las acciones concretas, como ocurre en el proyecto, sino a estados y comportamientos esperados en términos más globales, referidos al bienestar social, de los que saldrán los intermedios y específicos.

- ✚ **Alcance temporal:** los programas tienen una temporalidad más corta que los planes, por lo que sus objetivos están referidos a periodos de entre 6 meses y 3 años.

- ✚ **Descripción de las grandes fases:** se refiere a las grandes categorías de actividades que el programa tendrá que desarrollar a través de sus diferentes Proyectos.

- ✚ **Descripción de las características de los recursos organizativos, humanos y materiales necesarios:** se incluye el personal que se va a necesitar, su perfil profesional, equipamientos.

- ✚ **Presupuesto general estimado:** en el presupuesto se distinguen los capítulos de: equipamiento, material fungible y gastos generales y de mantenimiento.

✚ **Evaluación:** de estrategias, técnicas, métodos, adecuación de objetivos, así como de instrumentos de recogida de información.

1.5.4. Proyectos

El proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo.

Un proyecto es el resultado de la búsqueda de soluciones a las dificultades presentadas en el entorno, realizando algunas actividades, que pueden ser también la oportunidad para sobresalir y estar por sobre las demás empresas, lo importante es mantener la idea que se presenta por la necesidad de ser grandes dentro del campo laboral.

1.6. VARIABLE DEPENDIENTE

1.6.1. Competitividad turística

Se define competitividad turística al conjunto de habilidades y capacidades que le permiten a un lugar determinado alcanzar sus objetivos en un marco de competencia frente a otros lugares turísticos, generando así un desarrollo socioeconómico en su área.

La competitividad es la fortaleza de una organización para poder mantener sus ventajas en el mercado frente a sus competidores, esta permite ofrecer un producto o servicio, que se va a mantener y mejorar progresivamente, para obtener una mayor rentabilidad en el mercado.

La actividad turística en los últimos años ha tenido un notorio crecimiento, logrando desarrollar procedimientos y técnicas para mejorar la práctica del turismo y posicionarse en el mercado con un lugar competitivamente turístico.

La actividad turística en general ha adoptado procedimientos de otros sectores productivos para incrementar la productividad a nivel operacional. Producto de lo anterior las empresas del sector no tienen claridad de cuáles son los elementos competitivos claves para desenvolverse en algún ámbito del sector turístico.

1.6.2. Ventaja competitiva

Las ventajas competitivas, son aquellas que tiene una empresa ante otras dentro del mismo sector o mercado, que le permite destacar o sobresalir ante ellas, presentando un producto, manteniendo un alto grado de superioridad entre sus competidores, resultado que se da ya que la empresa ha desarrollado varias destrezas que le han permitido mantenerse en el mercado como producto líder, único y superior a la competencia.

Para alcanzar una ventaja competitiva, se debe cumplir los siguientes requisitos:

- Difícil de imitar.
- Única.
- Posible de mantener.
- Netamente superior a l.
- Netamente superior a la competencia.
- Aplicable a variadas situaciones.

La ventaja competitiva se divide en:

- ✚ **Ventaja competitiva externa:** es aquella que se respalda en unas formas diferentes del producto que se convierte en un valor para el cliente, ya sea disminuyendo sus costos de uso, o aumentando su beneficio de uso.
- ✚ **Ventaja competitiva interna:** es el resultado de un mejor rendimiento, dando a la organización una gran rentabilidad y resistencia a las rebajas obligatorias de precios por el mercado o competencia.

1.6.2.1. Factores que determinan la competitividad

- ✚ **Producción:** son todos los procesos productivos o de servicio, que realizan las empresas para poder satisfacer las necesidades de los clientes.
- ✚ **Marketing:** se relaciona con las estrategias de publicidad y comunicación que tiene la empresa.
- ✚ **Administración:** gestión interna de la empresa.
- ✚ **Finanzas:** aspectos contables que la empresa puede utilizar.
- ✚ **Tecnología:** sistemas tecnológicos utilizados en las diferentes áreas de la empresa.
- ✚ **Calidad:** Considera el producto final y la aceptación que tiene este en el mercado y su respectiva retroalimentación.

1.6.2.2. Tipos de ventajas competitivas

- ✚ **Ventaja de Costes:** es cuando la empresa es capaz de producir con los costos más bajos del sector. Es la capacidad que tiene para realizar sus actividades de manera que los costos de fabricación y venta de cada unidad de producto sean los mejores.
- ✚ **Diferenciación:** Es cuando la empresa posee una propiedad diferencial, es decir que no tienen los demás.

- ✚ **Estrategias Competitivas:** organización establecida de recursos y capacidades, que va a permitir poder generar y mantenerse en el tiempo, con una ventaja en costos.
- ✚ **Liderazgo en Costes:** se quiere ser la única empresa capaz de conseguir y mantener una verdadera ventaja en costos en el sector.
- ✚ **Diferenciación:** consiste en conseguir una diferenciación para todo el sector, por medio de acumulación de atributos y servicios adicionales y diferenciales.
- ✚ **Enfoque:** estrategia predestinada a un grupo de clientes.

1.6.2.3 Análisis de la competitividad turística

Lidia Rodríguez (2011), establece 7 variables con 23 indicadores:

✚ **Infraestructura:**

1. Accesos
2. Actividad empresarial
3. Calidad de alojamiento hotelero.
4. Capacidad aeroportuaria.
5. Atractividad aeroportuaria.
6. Golf.

✚ **Precio:**

1. Índice de precios al consumidor (total).
2. Índice de precios al consumidor (turístico)

✚ **Patrimonio cultural:**

1. Bienes de interés cultural.
2. Entradas.

Seguridad:

1. Tasa de criminalidad.
2. Capacidad de internación hospitalaria.
3. Cuidados de salud.

Preservación del Ambiente:

1. Playas con bandera azul.
2. Reciclado de residuos sólidos.
3. Densidad poblacional.
4. Exceso del nivel de ozono.

Competitividad Social:

1. PIB per cápita.
2. Esperanza de vida al nacer.
3. Tasa de alfabetización adultos.
4. Tasa de jóvenes licenciados.

Comunicaciones:

1. Acceso a internet.
2. Acceso a teléfono fijo.

1.7. PRODUCTO

Un producto turístico es tangible o intangible, es algo sencillamente identificable que se puede vender al turista, los mismos que se presentan como paquetes de viajes, información turística, y otros productos o servicio relacionados con el turismo. (Ruiz, 2010)

Se tienen que conocer los diferentes niveles del producto, los factores básicos y todas las posibilidades para estructurarlo y darle una mejor presentación para que tenga impacto turístico y, sea aceptado por los turistas, de esa manera mantener una buena posición en el mercado.

Para el desarrollo turístico del producto se debe cumplir las siguientes etapas:

- ✚ **Exploración:** pocos turistas visitan el destino.
- ✚ **Implicación:** el lugar empieza a ser visitado.
- ✚ **Desarrollo:** es cuando la zona reconoce los beneficios reales del turismo.
- ✚ **Crecimiento:** alcanza su máxima participación en el lugar y en el mercado.
- ✚ **Consolidación:** se plantea para darle un mayor aprovechamiento al destino.
- ✚ **Madurez:** el turismo empieza a estabilizarse o declinar.
- ✚ **Deterioro:** si no se toman las medidas necesarias de prevención, el producto turístico o el atractivo se irá a la destrucción o la pérdida.
- ✚ **Estabilización:** fortalecer productos y servicios existentes para mantenerse en el mercado.
- ✚ **Rejuvenecimiento:** mejorar el destino, programar cosas nuevas para atraer nuevos mercados.

1.7.1. Objetivos del desarrollo de productos turísticos

Principales objetivos que benefician al destino:

- ✚ **La generación de empleos:** impulsar el sector económico de la localidad generando trabajo para la población con o sin experiencia en el turístico.
- ✚ **Estimular la creación de pequeñas empresas:** planificar la creación de micro, pequeña y mediana empresa.
- ✚ **Atraer inversión extranjera:** realización de infraestructura.
- ✚ **Creación de nuevas actividades turísticas:** desarrollar nuevos productos y destinos turísticos.

1.7.2. Niveles de desarrollo en productos turísticos

Según(SECTUR, 2001), los principales niveles para desarrollar un producto en un destino turístico son:

- ✚ **Planificación física y proyectos de inversión:** es el uso del suelo y la alteración del aspecto físico del lugar para darle una adecuación y creación de nuevos espacios que van a favorecer el desarrollo turístico del lugar.
- ✚ **Desarrollo de productos comerciales:** saber identificar el mercado donde vamos a vender productos o servicios.

1.7.3. Pautas para el desarrollo de productos turísticos

Para el desarrollo de productos turísticos se identifican 3 pasos:

- ✚ **Identificación de oportunidades para nuevos negocios:** debemos saber que los turistas pagan por productos o servicios, pero no hay que olvidar que el turista desea tener una experiencia agradable de su estancia en el destino turístico.

La experiencia que busca el turista está en observar y que puede realizar durante su permanencia. Los lugares donde se desarrolla el turismo deben tener una infraestructura ideal para el desarrollo del turismo y gozar de los servicios básicos, ya que los turistas no solo buscan hospedaje, ellos también buscan tener nuevas experiencias y servicios.

El producto se va a desarrollar en el ambiente turístico, es importante analizar lo que podemos ofrecer al turista, a que mercado nos vamos a dirigir, identificar a nuestros clientes y de qué manera vamos a darle una buena estadía.

El potencial turístico se puede identificar con lo que se puede hacer y ver dentro de nuestro producto turístico, esto implica una valoración de la infraestructura, atractivos y demás recursos existentes, para realizar una proyección al futuro y seguir como potencial turístico.

Un producto turístico puede ser algo que el hombre crea, sin contar con atractivos naturales, y eso va a ayudar para sobresalir y competir con otros productos turísticos existente en nuestro entorno.

✚ **Definición de una estrategia de productos/mercados:** para tener un mayor crecimiento de nuestro destino turístico, se tiene que plantear las diferentes estrategias para alcanzar el éxito.

Para valorar el atractivo del mercado, es necesario que realicemos encuestas que nos permitan identificar nuestra popularidad en el mercado, y definir quiénes son nuestros clientes y cuál es nuestra fortaleza; mediante un análisis conoceremos nuestra aceptación en el mercado y la aplicación de estrategias para permanecer en un mercado tan cambiante.

Para poder estructurar los productos, se deben establecer claramente los objetivos de nuestros productos para alcanzar la meta deseada.

Debemos de responder un pequeño cuestionario para obtener un concepto del producto: ¿Qué queremos vender?, ¿Por qué los consumidores lo van a comprar? Con esto vamos a tener un concepto más claro de nuestro producto y así poder cumplir con las necesidades del cliente.

✚ **Estructurar el producto:** ya definido el producto es primordial su estructuración por medio de :

- a. **Decidir el mix de servicios:** esto dará una comodidad al turista, que va a estar entretenido al disfrutar de varios servicios, los mismos que al ser adquiridos nos proporcionarán ingresos económicos.
- b. **Diseñar el proceso de prestación:** Garantizar una buena calidad de nuestro servicio, es decir cumplir con lo que ofrecemos, y satisfacer las necesidades del cliente.
- c. **Analizar la viabilidad económica:** antes de emprender nuestro producto o servicio a ofrecer debemos realizar un análisis a los gastos y compararlos con los ingresos estimados a recibir, es decir saber si nuestro producto o servicio es rentable y se puede lograr el desarrollo socioeconómico de la comunidad de Data de Villamil.

1.8. PRODUCTIVIDAD TURÍSTICA

“La productividad del trabajo es una consecuencia del proceso de trabajo y de la combinación de sus elementos, donde el hombre ocupa el lugar central. En la misma influyen la organización social del proceso de producción, las condiciones naturales, el nivel de progreso de la ciencia y sus aplicaciones”.(Ecured, 2014)

La productividad es la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recurso utilizados por unidad de tiempo. Estamos hablando de la producción alcanzada y los recursos utilizados para conseguirla en un tiempo determinado.

Hablar de productividad al referirse a los empleados o profesionales, es hablar de rendimiento, y solo se puede ver el resultado cuando tenemos el producto terminado, considerando el tiempo y costo del producto.

En la productividad se deben considerar algunos aspectos muy importantes como:

- ✚ **Calidad:** es la velocidad en que se producen los bienes y servicios.
- ✚ **Productividad:** salidas y entradas.
- ✚ **Entradas y salidas:** mano de obra, materia prima, maquinarias y equipo, energía, capital.
- ✚ **Salidas:** productos.

1.8.1. Tipos de productividad

- ✚ **La productividad parcial:** es la que relaciona la cantidad de productos o servicios con la cantidad de uno de los insumos utilizados. Su buen manejo nos facilita el cálculo y su manejo requiere su vinculación con otros factores de la empresa.
- ✚ **La productividad total:** es la que considera a los insumos en su totalidad para la realización del cálculo y análisis de la productividad, significa la relación que existe entre el producto y el total de los insumos utilizados en la producción de bienes o servicios.
- ✚ **Productividad Humana:** la producción/insumo humano.
- ✚ **Productividad de los materiales:** producción / insumo material.
- ✚ **Productividad del capital:** producto/insumo capital.
- ✚ **Productividad de energía:** producción / insumo energía.

1.8.2. Metodologías de medición de la productividad.

Se obtienen y registran los datos según las siguientes situaciones:

- ✚ **Utilidad:** la importancia en la toma de decisiones.
- ✚ **Precisión:** es realmente la dimensión del motivo que se quiere realizar.
- ✚ **Oportunidad:** realizar la toma de decisiones antes de que se presenten imprevistos.
- ✚ **Confiabilidad:** la medición debe ser de forma permanente en la empresa.
- ✚ **Economía:** proporción existente entre los costos incurridos.

1.9. SERVICIOS TURÍSTICOS

(Definición de) De origen latino “servitium”, la palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir. El servicio es un bien intangible, que se vende a los clientes como un bien o para satisfacer sus necesidades, el servicio puede estar acompañado de un producto tangible.

1.9.1. Tipos de servicios turísticos

✚ **Servicio de alojamiento:** es la prestación del servicio de hospedaje en habitaciones acomodadas con mobiliario mínimo para poder descansar, a cambio de una paga establecida de mutuo acuerdo.

1. Tipos de alojamiento turístico:

(Reglamento de alojamiento turístico, 2015) Según el Reglamento de Alojamiento Turístico, los establecimientos de alojamiento turísticos se clasifican en:

a) **Hotel H.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones.

Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.

b) Hostal HS.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c) Hostería HT - Hacienda turística HA.- Lodge L.

c.1. Hostería.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c.2. Hacienda turística.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados.

Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c.3. Lodge.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje. Utiliza materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona en la que se encuentre y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

d) Resort RS.- Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble.

Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montaña, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

e) Refugio RF.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privada y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.

f) **Campamento Turístico CT.-** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

g) **Casa de Huéspedes CH.-** Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda donde reside el prestador de servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos.

✚ **Servicio de restaurantes:** proporciona comida que puede ser consumida en el mismo lugar o fuera de este, de buena calidad y atención.

a) Tipos de restaurantes:

- **Servicio completo:** Estos ofrecen un menú completo, en un número mínimo de quince platos, este servicio va a variar su precio de acuerdo a la calidad de la atención que se da.
- **Restaurantes de especialidades:** tenemos los siguientes:
 - **Servicio de comidas rápidas:** su menú es limitado, se ofrecen hamburguesas, papas, pollo, choclo, etc.

- **Restaurantes familiares:** son aquellos que brindan la comodidad a las familias, se ofrecen variedades de comidas caseras, y en un ambiente como para toda la familia, generalmente lo administran grupos familiares que han acondicionado su hogar para prestar este servicio.
 - **Restaurantes étnicos:** aquellos especializados en comidas determinadas de una región o país.
 - **Restaurantes temáticos:** mantienen una ambientación definida, lo que lo hace especial es la representación de una tendencia o categoría específica.
-
- **Servicios de intermediación:** es un segmento de la actividad turística, que se dedica al comercio, especialmente a la venta y organización de servicios turísticos, que ofrecen las empresas turísticas. Las empresas de servicios de intermediación ayudan en la simplificación de los diferentes trámites que deben realizar los turistas que adquieren los servicios turísticos.
 - **Servicios de información:** es el proceso de información orientado a los turistas para que puedan disfrutar de los recursos turísticos. El servicio de información para su desarrollo tiene cuatro fases: capturar, almacenar, procesar y transmitir la información.
 - **Servicios de acogida de eventos:** Es atender las demandas que se requieren en la organización de congresos, convenciones, asambleas, etc., y es un proceso que tiene las siguientes fases: reconocer, ser hospitalario y satisfacer las necesidades.
 - **Servicios complementarios:** estos nos van a dar una gran ventaja, ya que nuestro servicio complementario va a ser un elemento diferente ante la competencia y en el cliente, confianza en la adquisición de nuestros servicios.
 - **Servicios de transportes:** el servicio de transporte es muy indispensable en el turismo, por medio de este se da facilidad a los turistas de llegar a

su destino y disfrutar plenamente de su estadía. Con el paso del tiempo se han considerado todas las formas de transporte como parte de la logística en las actividades relacionadas al turismo.

1.10. PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción turística son acciones que se llevan a efecto de dar a conocer un destino o servicio turístico, cuya finalidad es elevar la cantidad de visitantes. Es importante que se comuniquen todo lo relacionado a nuestro destino o servicio.

1.10.1. Estrategias de promoción turística.

Las estrategias de promoción son planes que se mantienen con la buena práctica de la publicidad, ventas y promoción de ventas.

Las estrategias de promoción aparecen cuando nuestro producto tiene iguales características al de la competencia, estas se utilizan para ganar mercado y a la vez más clientes, para que se produzca una estrategia de promoción se deben realizar los siguientes aspectos:

✚ **Intensivas:** dar a conocer nuestro producto de una forma masiva, en un lugar determinado y no estimar los gastos que se realicen.

✚ **Selectivas:** hacer conocer nuestro producto a un determinado grupo de posibles clientes, afines a las características de nuestro producto, que no va a ser posible establecerlos en un nuevo mercado.

✚ **Analítica:** permite saber si ciertos grupos pueden aceptar nuestro producto, y su promoción debe ser más notoria.

1.11. PUBLICIDAD TURÍSTICA

La publicidad es una técnica de la comunicación que apoya la ubicación de nuestro producto en el mercado, mediante un mensaje publicitario, utilizando los medios de comunicación masivos, además de carteles, afiches, volantes, entre otros, se hace llegar un mensaje a un público determinado, con la idea de convencerlo a consumir nuestro producto.

1.11.1. Elementos de publicidad turística

- ✚ Identificación del producto.
- ✚ Comunicación verídica del producto.
- ✚ Convencer a consumir nuestro producto.
- ✚ Animar la distribución de un producto.
- ✚ Aumentar el consumo del producto.
- ✚ Fidelidad al producto.
- ✚ Reducción de costos de ventas.

1.11.2 Estrategias de la publicidad

- ✚ **Publicidad:** nos permite dar a conocer nuestras ventajas frente a las de la competencia.
- ✚ **Posicionamiento:** que nuestro producto tenga un lugar en el mercado, con simples características que faciliten el reconocimiento de nuestro producto.
- ✚ **Promocionales:** para mantener y acrecentar nuestro producto en el mercado.

1.12. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

CAPÍTULO SEGUNDO

Derechos del buen vivir

SECCIÓN SEGUNDA

Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

SECCIÓN OCTAVA

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

TÍTULO VI

Régimen de Desarrollo

CAPÍTULO PRIMERO

Principios generales

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del Sumak Kawsay.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.

6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 277.- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.
2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.
3. Generar y ejecutar las políticas públicas, y controlar y sancionar su incumplimiento.
4. Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios públicos.
5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.
6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

CAPÍTULO SEGUNDO

Planificación participativa para el desarrollo

Art. 279.- El sistema nacional descentralizado de planificación participativa organizará la planificación para el desarrollo. El sistema se conformará por un Consejo Nacional de Planificación, que integrará a los distintos niveles de gobierno, con participación ciudadana, y tendrá una secretaría técnica, que lo coordinará. Este consejo tendrá por objetivo dictar los lineamientos y las políticas que orienten al sistema y aprobar el Plan Nacional de Desarrollo, y será presidido por la Presidenta o Presidente de la República.

Los consejos de planificación en los gobiernos autónomos descentralizados estarán presididos por sus máximos representantes e integrados de acuerdo con la ley. Los consejos ciudadanos serán instancias de deliberación y generación de lineamientos y consensos estratégicos de largo plazo, que orientarán el desarrollo nacional.

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

LA LEY DE TURISMO DEL ECUADOR

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPÍTULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

REGLAMENTO ESPECIAL DE TURISMO EN ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS (RETANP)

CAPÍTULO IV

DE LAS MODALIDADES TURÍSTICAS PERMITIDAS EN EL SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS

Art. 25.- Las modalidades de turismo aceptadas en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, son:

- 1. Turismo de Naturaleza.-** Es la modalidad de turismo que se fundamenta en la oferta de atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc.;
- 2. Turismo Cultural.-** Es la modalidad de turismo que muestra y explica al turista los atractivos culturales de un destino turístico como: comunidades locales, comunidades indígenas, manifestaciones culturales, sitios culturales, históricos, arqueológicos, etc.
- 3. Turismo de Aventura.-** Es la modalidad en la que el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, tales como rafting, kayacs, regatas en ríos, surf, deportes de vela, rapel, cabalgatas, ciclismo de montaña, espeleología deportiva, montañismo, buceo deportivos, senderismo, caminatas, etc.

4. **Turismo Científico o de Investigación.-** Es aquella modalidad mediante la cual los científicos naturalistas pueden realizar investigaciones en ciencias naturales (biología, botánica, zoología biogeografía, ecología, etc.) en áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.
5. **Otras modalidades compatibles con la normativa vigente.**

PLANDETUR 2020

Portafolio de productos turísticos del Ecuador

El presente portafolio es el resultado de la revisión y análisis de las líneas de productos consideradas en los diferentes estudios de consultoría de productos, que luego han sido contrastados con las opiniones de un grupo de especialistas, que se conformó bajo la denominación de Grupo de Trabajo de Mercadeo GTM para el PLANDETUR 2020.

A continuación, se exponen las líneas de producto actualizadas y las variantes que integran estas líneas, producto de la revisión y análisis realizados: El PLANDETUR 2020, establece una breve descripción de cada una de las líneas de productos encontradas en el Ecuador, con sus proyecciones, tomando como fuente de base las definiciones de la Organización Mundial de Turismo – OMT.

Circuitos Generales

Definición: Es el conjunto de vías y visitas que se enlazan, constituyendo un itinerario cerrado, que puede iniciar y terminar en idéntico lugar, o en un lugar diferente.

Turismo de sol y playa

Definición: Es una modalidad de gran volumen, que se practica en enclaves turísticos costeros, que pueden ser poblaciones costeras, resorts de playa de alta densidad o enclaves en entornos naturales con baja densidad. La motivación de sol y playa se complementa generalmente con diversión y relax.

Proyección:

- ✚ Una expansión superior a la media de los viajes a lugares de destino lejanos.
- ✚ Un aumento de los segmentos de mercado especializados, ej. centros turísticos “todo incluido”; viajes de bodas y viajes de novios.
- ✚ Vacaciones combinadas, con un componente de playa y otro de visitas turísticas de interés especial, se centra en los destinos costeros lejanos.
- ✚ Un aumento de parejas que se casan en el extranjero que viajan acompañadas de su familia y amigos; o de grupos de parejas.

Turismo Comunitario

Definición: Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

Proyección:

- ✚ Más grupos definidos por su etnia, religión o estructura social exigirán ser reconocidos y considerados importantes con sus propios derechos especiales.
- ✚ Oportunidad enorme para el desarrollo de experiencias turísticas relacionadas con los recursos culturales y naturales de estos grupos de la sociedad.

Turismo Cultural

Definición: El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona.

Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas.

Proyección:

- ✚ Expansión del mercado del turismo cultural a medida que madure la generación de los ‘babyboomers’.
- ✚ Al aumentar la conciencia de los lugares protegidos por la UNESCO y su importancia cultural, se incrementará la demanda de los viajes a estos lugares.

Parques temáticos

Definición: Los parques temáticos son atracciones específicas, con un objetivo concreto; centrados generalmente en un asunto específico y con una amplia oferta de esparcimiento y experiencias (como paseos, espectáculos, restaurantes y bares) en torno a un asunto en cuestión. Los parques temáticos pueden ser también de carácter educativo o informativo.

Proyección:

- ✚ Ampliación de atracciones y prolongación de temporadas de apertura.
- ✚ Oferta de realismo, captación y mantenimiento de atención del visitante.

Turismo urbano

Definición: El turismo urbano hace referencia a los viajes realizados a las ciudades o los lugares de gran densidad poblacional. Suelen ser viajes de corta duración (de uno a tres días), por lo que puede afirmarse que está estrechamente vinculado al mercado de las vacaciones cortas.

Proyección:

- ✚ Aumento del turismo urbano a medida que se reduzca el costo de transporte.
- ✚ Desplazamiento de los turistas a lugares cada vez más lejanos para visitar ciudades durante unas vacaciones cortas.

Ecoturismo y Turismo de naturaleza

Definición: Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea.

Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los

visitantes y el Estado. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Parques Nacionales, Reservas y Bosques Privados; Ríos, lagos, lagunas y cascadas; Observación de Flora y Fauna (donde sobresale la observación de aves, mamíferos marinos, mariposas y orquídeas).

Proyección:

- ✚ El segmento del ecoturismo adquirirá mayor popularidad en el próximo decenio.

Turismo de deportes y aventura

Definición: El turismo deportivo puede definirse como las personas o el grupo de personas que participan activa o pasivamente (es decir, en calidad de espectadores) en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos de su entorno habitual. El turismo de aventura hace referencia a los viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico. El turismo de aventura puede definirse más precisamente como turismo de gran aventura y turismo de pequeña aventura. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Deportes terrestres, Deportes fluviales, Deportes Aéreos, Deportes oceánicos, Otros deportes.

Proyección:

- ✚ Práctica de los tipos más comunes de turismo deportivo de pequeña envergadura como los deportes de invierno, el golf y otras actividades acuáticas y submarinas (incluyendo el surf y excursiones en submarinos turísticos). También, la práctica del senderismo, montañismo, ciclismo, tenis y otros juegos de pelota.

- ✚ Un fuerte crecimiento del mercado orientado a los solteros, al igual que las parejas no casadas y sin hijos.
- ✚ Una popularidad creciente del surf.
- ✚ Definición de turismo de gran aventura (la práctica de escalada en roca y montañismo, parapente, submarinismo y rafting en ríos con corrientes rápidas) y turismo de pequeña aventura (la observación de aves, las excursiones en globos de aire caliente o la práctica de bicicleta).
- ✚ Viajes de aventura más cortos, de máximo una semana.
- ✚ Viajes combinados que incluyan senderismo, cabalgatas y haciendas especialmente orientados a grupos de familias.

Turismo de Salud

El turismo de la salud es "la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un cambio de ubicación y de residencia de las personas para promover, estabilizar y en lo apropiado, restablecer el bienestar físico, mental y social mientras usa servicios médicos y para quién el lugar en donde él está permaneciendo no es su domicilio permanente o su lugar de trabajo.

Esta definición se complementa con la definición de turismo de bienestar: "la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un viaje y residencia de las personas cuya principal motivación es preservar o promover su salud. Se quedan en un hotel especializado que provee el conocimiento profesional apropiado y trato personalizado. Requieren un paquete de servicios que abarca cuidado de la salud, la belleza, una nutrición saludable, dieta, relajamiento, meditación y actividades mentales educativas."

Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Termalismo, Medicina Ancestral, SPA's, y Otros.

Agroturismo

Definición: Es la hospitalidad que bajo pago es ofrecida por las empresas agrarias individuales. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Haciendas, Fincas y Plantaciones.

Proyección:

- ✚ Expansión. Una parte del mercado prefiere unas vacaciones personalizadas, lejos de los centros turísticos más populares.
- ✚ Los agricultores establecerán mercados para vender sus productos a sus habitantes.

MICE Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones

Definición: Las reuniones y conferencias forman parte del sector conocido como “MICE – Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions “Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones”. Pertenecen al segmento del turismo conocido como turismo de negocios. El turismo de las reuniones y conferencias se refiere a las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o conferencia o de acompañar a una persona que participará en la misma. Otras variantes que incluye esta línea son negocios, congresos, seminarios, incentivos, simposios, convenciones, ferias y eventos

Proyección:

- ✚ Expansión geográfica y de la actividad lo que fomenta el establecimiento de empresas en lugares de destino de vacaciones, prolongando las temporadas y manteniendo el empleo a tiempo completo en los destinos turísticos.

- ✚ Gran influencia de las videoconferencias y el uso de Internet lo que constituye también una amenaza latente.

Turismo de cruceros

Definición: El turismo de los cruceros se refiere a los viajes de placer en un velero o un barco.

Proyección:

Se establecerán en sectores muy diversos, como el mercado de vacaciones de masas, lo mercados de los jóvenes y las personas de tercera edad, y los mercados polarizados como los cruceros educativos a destinos poco habituales.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar el Plan de Desarrollo se aplicaron los siguientes métodos:

2.1.1 Método Inductivo:

Partiendo del conocimiento particular a un conocimiento más general, permitió realizar generalizaciones sobre la base del estudio de los hechos singulares. Los pasos que siguió el método inductivo fueron:

- ✚ Observación
- ✚ Experimentación
- ✚ Comparación
- ✚ Abstracción
- ✚ Generalización

2.1.2 Método Deductivo:

Permitió un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad o particular. La deducción parte de los principios, leyes que reflejen las relaciones generales, estables, necesarias y fundamentales entre los objetos y fenómenos de la realidad.

2.1.3 Método Descriptivo:

Estableció un instrumento interpretativo del significado o importancia de las cosas que se describieron; en esta forma, la descripción se relacionó con la comparación

o el contraste, lo que admitió medida, clasificación e interpretación, se dirigió a las condiciones dominantes o conexiones existentes que determinaron el estado actual del objeto de estudio, el mismo que constituyó el problema a investigarse.

2.1.4 Método de Observación:

Se realizó una investigación de campo, que facilitó el diagnóstico.

2.1.5 Método Analítico:

Se empleó para la realización del estudio de mercado.

2.1.6 Método Histórico:

Se aplicó para desarrollar el marco teórico, antecedentes y generalidades.

2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación del presente trabajo se desarrolló utilizando la investigación cualitativa, por ser la misma de un proceso social, ya que se consideraron las opiniones, sentimientos, nivel cultural de los encuestados y entrevistados, analizando los contextos sociales, políticos, culturales y económicos de Data de Villamil, obteniendo propuestas, análisis de la información que nos orientaron las conclusiones para poder desarrollar programas y proyectos que beneficien a la comunidad.

El diseño de una investigación, sigue una serie de pasos que podrían ser:

- ✚ Plantear un problema o pregunta de investigación y documentarse sobre el mismo.

- ✚ Hipótesis operativas.
- ✚ Elegir el diseño.
- ✚ Decidir sobre el procedimiento y materiales.
- ✚ Aplicar los tratamientos.
- ✚ Medir o recoger datos.
- ✚ Análisis estadístico de los datos.
- ✚ Interpretación de los resultados.
- ✚ Elaboración de un informe escrito.

2.3 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Las modalidades de investigación en este trabajo se enmarcaron en:

- ✚ **Investigación bibliográfica**, de donde se compendió la creación de un Plan de Desarrollo adecuado para la práctica del turismo, estableciendo dicha creación en conceptos, los mismos que se obtuvieron de libros basados en planes de desarrollo, así como textos y publicaciones referidas, todo esto ayudó a respaldar este trabajo.
- ✚ **Investigación de campo**, con el fin de recolectar información sistemática sobre el problema existente, interrelacionar con la comunidad para vivir la experiencia, y adaptar los resultados para la realización del plan de desarrollo.

2.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo se utilizaron varios tipos de investigación, entre ellas las de Campo y Documental.

2.4.1 Investigación de Campo:

Este tipo de investigación permitió obtener informaciones en el campo, aplicando entrevistas, cuestionarios y la observación, se conoció la realidad social de Data

de Villamil, sus necesidades, y se buscó soluciones a los problemas que enfrenta, para poder brindar un turismo de calidad, con la aplicación del Plan de desarrollo turístico.

2.4.1.1. Tipos de investigación de campo:

- 1. Investigación exploratoria:** se compuso de los estudios que describieron la situación, sin la más mínima explicación de las relaciones que se encontraron.
- 2. Verificación de hipótesis:** estableció las relaciones entre las variables, cuyo fin fue explicar el comportamiento del problema o fenómeno de investigación.

2.4.2 Investigación Documental:

Este tipo de investigación se desarrolló, como su nombre lo indica, a través de la recolección de información de varios documentos. En esta investigación se encontró información bibliográfica, hemerográfica y la archivista, de donde se recogió, clasificó, y analizaron los resultados que servirían para el desarrollo del presente trabajo de investigación. Esta investigación es nuestro respaldo material de hechos, fenómenos y afirmaciones de la realidad social que existe en Data de Villamil.

2.4.2.1. Fases de la Investigación Documental

- ✚ Investigadora:** estableció la relación entre aspectos del conocimiento con otros ya conocidos.
- ✚ Sistematización:** comprobó la validez de los elementos del conocimiento, mediante una reflexión seria y analítica.
- ✚ Expositiva:** ordenó y precisó el conocimiento, creación del aspecto científico de la investigación y beneficios obtenidos mediante las fuentes investigadas y la experiencia.

2.4.2.2. Etapas de la Investigación Documental

- ✚ Selección del tema.
 - ✚ Delimitación del problema.
 - ✚ Elaboración de una guía de trabajo.
 - ✚ Establecer cronograma.
 - ✚ Recolección de la información.
 - ✚ Registro bibliográfico.
 - ✚ Análisis de la información.
 - ✚ Lectura de la bibliografía.
 - ✚ Elaboración de fichas de contenido.
 - ✚ Integración del fichero.
- Redacción del trabajo final.

2.5.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1 Método Deductivo

En el presente trabajo investigativo el método deductivo, permitió tomar los datos partiendo de lo general a lo particular, por medio del razonamiento lógico, deduciendo información verdadera, la misma que se comprobó su veracidad.

Con el método deductivo se sacaron resultados basados de suposiciones o un principio establecido, ayudando a la comprensión de la idea principal, y así de esta manera se observaron las causas y los efectos del plan de desarrollo.

2.5.2 Método Inductivo

Inductivo viene de inducir, el método inductivo se aplicó de lo particular a lo general, la observación es un acontecimiento particular, que obliga a conocer a fondo el problema o fenómeno de investigación.

El razonamiento inductivo se establece como uno de los pilares de apoyo del enfoque cualitativo en la investigación, con una simple observación, podemos predecir cómo se presentarán las cosas en el futuro.

Este método nos lleva al descubrimiento de teorías por medio de la experiencia adquirida durante todo el trabajo de investigación, el trabajo inductivo se desarrolla siguiendo la siguiente metodología:

- ✚ Observación y registro de acontecimientos.
- ✚ Análisis de lo observado.
- ✚ Establecer definiciones de cada concepto obtenido.
- ✚ Clasificación de la información.
- ✚ Formulación de enunciados inferidos del proceso de investigación.

2.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas empleadas en el transcurso del plan de desarrollo fueron las siguientes:

✚ Entrevistas:

Técnica que nos ayudó a obtener datos, con el uso de un texto expositivo para recabar información en forma verbal entre dos personas (entrevistador y entrevistado) del que se quiere dar a conocer su forma de pensar o de actuar del entrevistado, que por lo general, es una persona entendida en la materia que se investiga. Las entrevistas fueron efectuadas a los dirigentes de la comunidad y a las autoridades del cantón.

Encuestas:

Técnica destinada a obtener datos de la comunidad cuyas opiniones fueron de gran importancia para la investigación, se utilizó para esto un cuestionario que se aplicó a la comunidad, turistas nacionales y extranjeros, así como a servidores turísticos.

Revisión de documentos:


Esta técnica permitió la revisión de documentos que fundamentaron la investigación dentro del marco teórico, manteniendo el tema actualizado, permitiéndonos plantear comparaciones en relación al objeto investigado.


Observación:


Es una técnica que consistió en observar directamente los acontecimientos, tomar la información necesaria y registrarla para luego llevarlas a un análisis.

2.7 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los instrumentos que se utilizaron fueron:

 **Cuestionarios:** Los cuales se formularon y utilizaron en las encuestas y entrevistas.

 **Guías de entrevistas:** Permitted la consecución de la entrevista, dominando las habilidades de saber escuchar, saber observar y saber preguntar.

 **Guía de campo:** Basado en la narración y descripción. Relatos y transcripciones detalladas.

2.8. POBLACIÓN Y MUESTRA

Cuadro 3 Población

DETALLE	POBLACIÓN
HABITANTES	2500
SERVIDORES TURÍSTICOS	50
AUTORIDADES LOCALES	3
TOTAL	2553

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

2.8.1 Población

Según Arias (2006), población es el “conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio” es decir que vamos a considerar a personas involucradas con la actividad turística.

2.8.2 Muestra

Según el Diccionario de la Lengua Española (Española, 2011) se define a la muestra, en su segunda acepción, como “parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él”.

“Conjunto de casos extraídos de una población, seleccionados por algún método de muestreo”. En el presente trabajo, se utilizó el muestreo aleatorio simple, ya que todos los integrantes de la población, están en la misma posibilidad de ser elegido. (A. Latorre, 2003).

2.9. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula:

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

N: Es el tamaño de la población o universo.

k: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. Este indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos.

e: Es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Ilustración 1 Muestra de la población

N:	<input type="text" value="2500"/>
k:	<input type="text" value="1.96"/>
e:	<input type="text" value="5"/> %
p:	<input type="text" value="0.5"/>
q:	<input type="text" value="0.5"/>
<input type="button" value="Calcular muestra"/>	
n:	<input type="text" value="333"/> es el tamaño de la muestra

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

El tamaño de nuestra muestra es de 333 encuestas.

Ilustración 2 Muestra de Servidores turísticos

N:

k:

e: %

p:

q:

n: es el tamaño de la muestra

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

El tamaño de nuestra muestra es de 44 encuestas.

Ilustración 3 Muestra Autoridades locales

N:

k:

e: %

p:

q:

n: es el tamaño de la muestra

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

El tamaño de nuestra muestra es de 3 encuestas.

2.10 PROCESAMIENTO Y PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación, se desarrolló considerando el siguiente procedimiento de la información obtenida:

- ✚ Lectura crítica.

- ✚ Tabulación: nos permitió conocer la manera en que se presentaba el fenómeno objeto de estudio, estableciendo la frecuencia con que aparece y cuál es el impacto en las variables.

- ✚ Gráficos estadísticos: Por medio de la tabulación de datos presentamos los resultados en gráficos de barras.

- ✚ Análisis: Después de haber recopilado, organizado y tabulado la información, se presenta un análisis de los resultados.

- ✚ Interpretación: Los resultados obtenidos, fueron necesarios analizarlos y darle una relación con el marco teórico, para dar una respuesta de aceptación o de rechazo a la hipótesis del problema de investigación.

- ✚ Conclusiones: Se determinaron cuáles fueron los datos finales del trabajo de investigación y poder establecer las respectivas conclusiones.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN

Pregunta 1: ¿Cómo califica turísticamente a Data de Villamil?

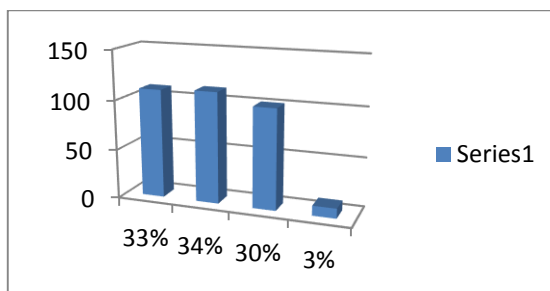
Tabla 1 ¿Cómo califica turísticamente a Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
1	Excelente	33%	110
	Bueno	34%	112
	Normal	30%	101
	Malo	3%	10
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 1: ¿Cómo califica turísticamente a Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Se observa que el 33% opina que Data de Villamil, turísticamente es excelente, el 34% opinan que es bueno, 30% manifiestan que es normal como lugar turístico y un 3% afirman que es un mal lugar para la práctica del turismo.

Pregunta 2: La pesca deportiva en Data de Villamil, como actividad turística es...

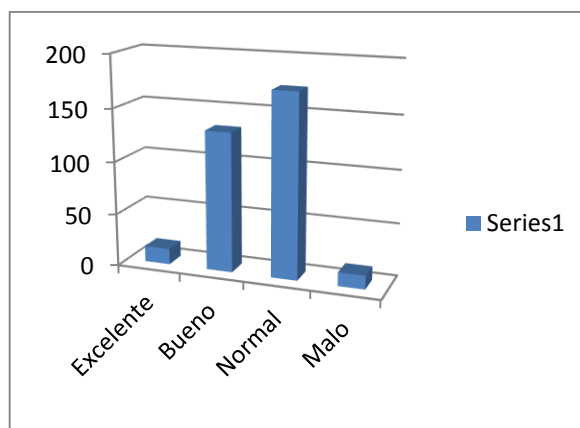
Tabla 2 La pesca deportiva en Data de Villamil, como actividad turística es...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
2	Excelente	5%	15
	Bueno	40%	132
	Normal	51%	173
	Malo	4%	13
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 2 La pesca deportiva en Data de Villamil, como actividad turística es...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Para un 5% Data de Villamil es un excelente lugar para la práctica de la pesca deportiva, el 40% manifiesta que es un buen lugar para la pesca deportiva, 51% lo tiene como una actividad normal y un 3% afirma que es un lugar malo para la práctica de la pesca deportiva.

Pregunta 3: Los aspectos naturales en Data de Villamil son...?

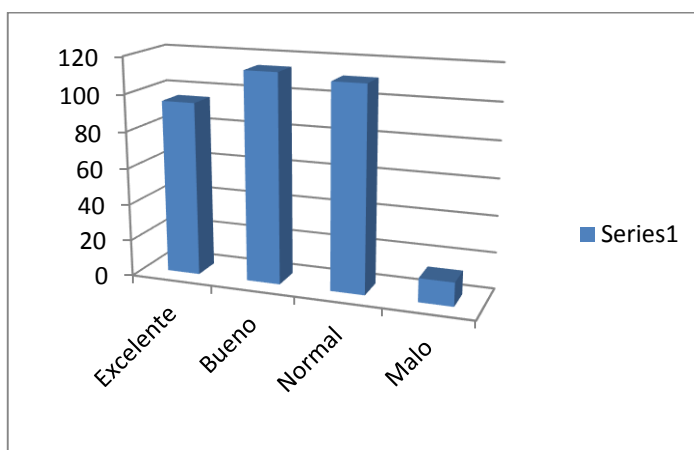
Tabla 3 Los aspectos naturales en Data de Villamil son...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
3	Excelente	29%	95
	Bueno	34%	114
	Normal	33%	111
	Malo	4%	13
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 3 Los aspectos naturales en Data de Villamil son...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: El gráfico nos demuestra que un 29% de encuestados opinan que Data de Villamil tiene unos aspectos naturales excelentes, el 34% lo considera bueno, el 33% cree que como lugar con aspecto natural es normal, el 3% lo tiene como aspectos naturales malos.

Pregunta 4: La calidad de la información recibida sobre los recursos turísticos de Data de Villamil, es...

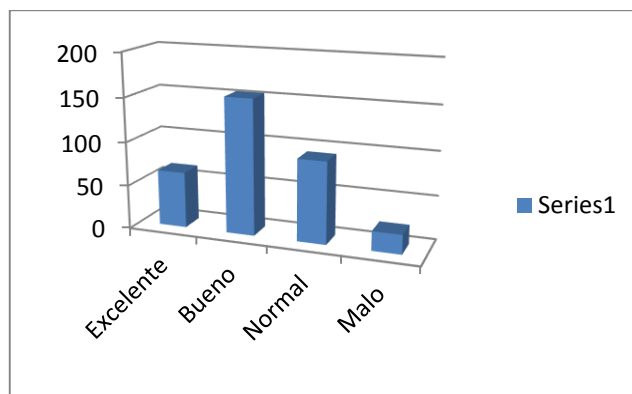
Tabla 4 La calidad de la información recibida sobre los recursos turísticos de Data de Villamil, es...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
4	Excelente	19%	64
	Bueno	46%	154
	Normal	28%	93
	Malo	7%	22
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 4 La calidad de la información recibida sobre los recursos turísticos de Data de Villamil, es...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Los resultados de esta interrogante demuestra que el 19% de los encuestados ha tenido una excelente información sobre los recursos naturales de Data de Villamil, existe un 46% que acepta haber recibido una buena información, con un 28% de información normal y un 7% de mala información.

Pregunta 5: Su estadía en Data de Villamil, es...

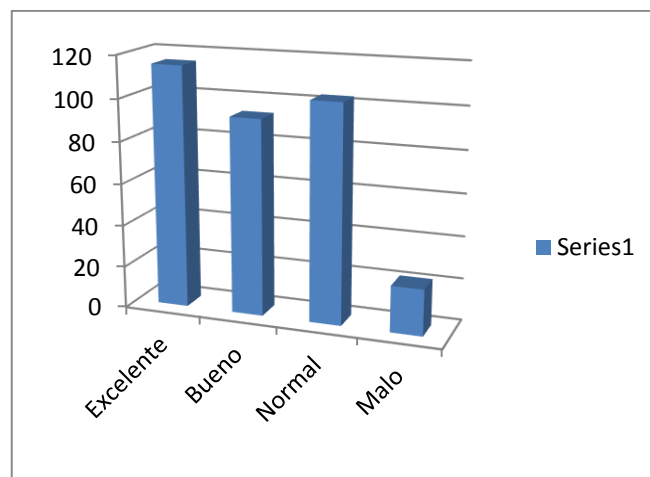
Tabla 5 Su estadía en Data de Villamil, es...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
5	Excelente	35%	115
	Bueno	28%	93
	Normal	31%	103
	Malo	6%	22
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 5 Su estadía en Data de Villamil, es...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: La recopilación de información nos revela que el 34% ha pasado una estadía excelente, el 28% con buena estadía, el 31% tienen un referente de normal en su estancia en Data de Villamil, y un 7% tiene un concepto malo.

Pregunta 6: ¿Cuál sería su recomendación de Data de Villamil, como lugar turístico?

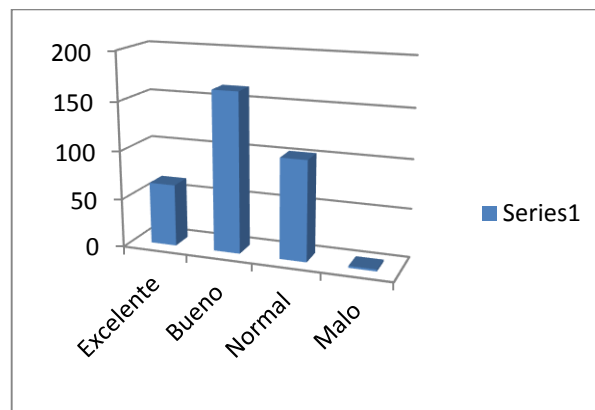
Tabla 6: ¿Cuál sería su recomendación de Data de Villamil, como lugar turístico?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
6	Excelente	19%	64
	Bueno	49%	164
	Normal	31%	103
	Malo	1%	2
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 6: ¿Cuál sería su recomendación de Data de Villamil, como lugar turístico?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Con los resultados esta interrogante demuestra que el 19% le dan una excelente recomendación a Data de Villamil como lugar turístico, con un 49% de buena recomendación, un 31% como un lugar turístico normal y un 1% lo tiene como un lugar malo turísticamente.

Pregunta 7: El desarrollo de las actividades en beneficio del turismo por parte del Municipio de Playas, en Data de Villamil es...?

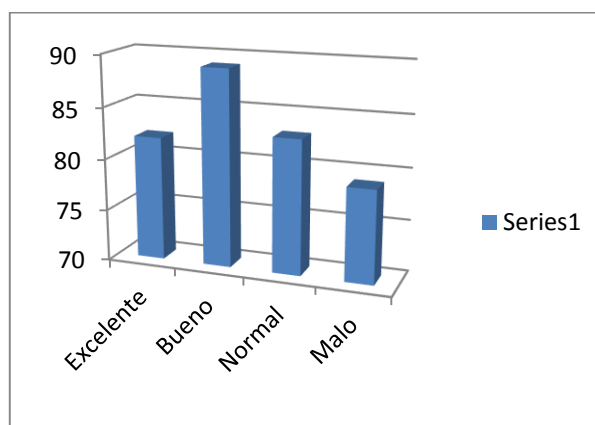
Tabla 7 El desarrollo de las actividades en beneficio del turismo por parte del Municipio de Playas, en Data de Villamil es...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
7	Excelente	25%	82
	Bueno	27%	89
	Normal	25%	83
	Malo	23%	79
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 7 El desarrollo de las actividades en beneficio del turismo, por parte del Municipio de Playas, en Data de Villamil es...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Los resultados obtenidos en esta interrogante demuestran que la Municipalidad de Playas, en un 25% ha desarrollado actividades que beneficien el turismo, el 27% considera buena la intervención del cabildo, un 25% señala que mantiene una actividad normal, y un pronunciado 23% declara que es mala la actividad municipal en favor al turismo.

Pregunta 8: La calificación de la actividad recreativa que se realiza en Data de Villamil, es...?

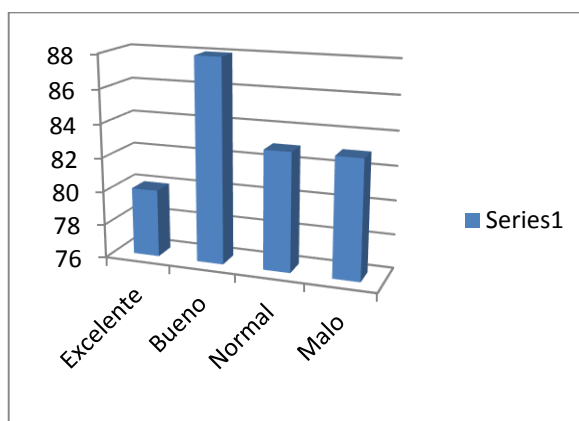
Tabla 8 La calificación de la actividad recreativa que se realiza en Data de Villamil, es...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
8	Excelente	24%	80
	Bueno	26%	88
	Normal	25%	83
	Malo	25%	82
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 8 La calificación de la actividad recreativa que se realiza en Data de Villamil, es...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Como lo demuestra el gráfico, un 24% de encuestados expresa que la actividad recreativa en Data de Villamil es excelente, un 26% lo posicionan como bueno, seguido por un 25% de personas que lo califican como normal y malo.

Pregunta 9: ¿Cómo es la orientación sobre el turismo, protección y conservación del medio ambiente de Data de Villamil?

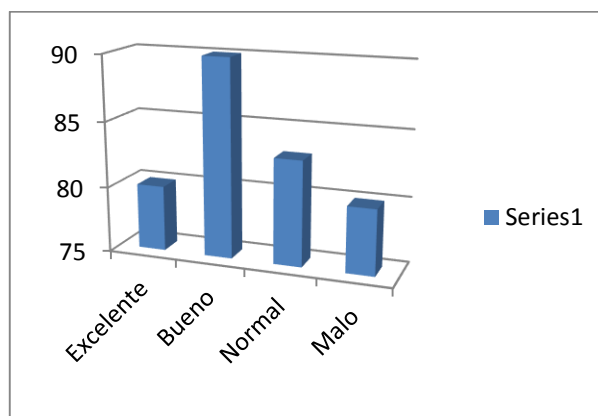
Tabla 9 ¿Cómo es la orientación sobre el turismo, protección y conservación del medio ambiente de Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
9	Excelente	24%	80
	Bueno	27%	90
	Normal	25%	83
	Malo	24%	80
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 9 ¿Cómo es la orientación sobre el turismo, protección y conservación del medio ambiente de Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Como lo demuestra el gráfico, un 24% de encuestados expresa que la orientación sobre el turismo, protección y conservación del medio ambiente de Data de Villamil, es excelente, un 27% expresa que es bueno, un 25% de personas que lo califican como normal y un 24% lo califica como malo.

Pregunta 10: ¿Cómo califica usted el servicio gastronómico en Data de Villamil?

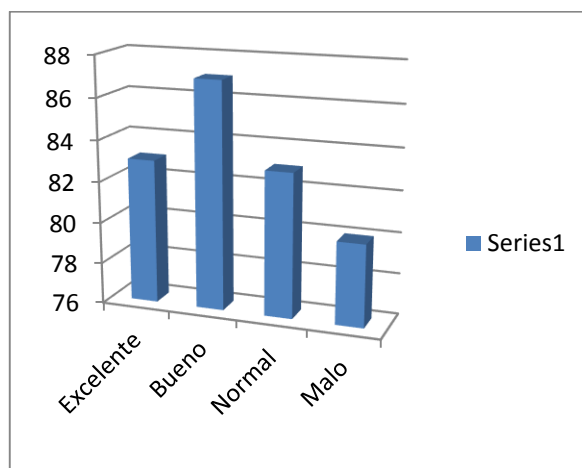
Tabla 10 ¿Cómo califica usted el servicio gastronómico en Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
10	Excelente	25%	83
	Bueno	26%	87
	Normal	25%	83
	Malo	24%	80
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 10 ¿Cómo califica usted el servicio gastronómico en Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Como se aprecia en el gráfico, un 25% de las personas encuestadas manifestaron que el servicio gastronómico es excelente, un 26% respondió que el servicio es bueno, un 25% señaló que el servicio gastronómico es normal, y un 24% lo calificó como malo.

Pregunta 11: Según usted el personal de los servicios turísticos en Data de Villamil, su capacitación es...?

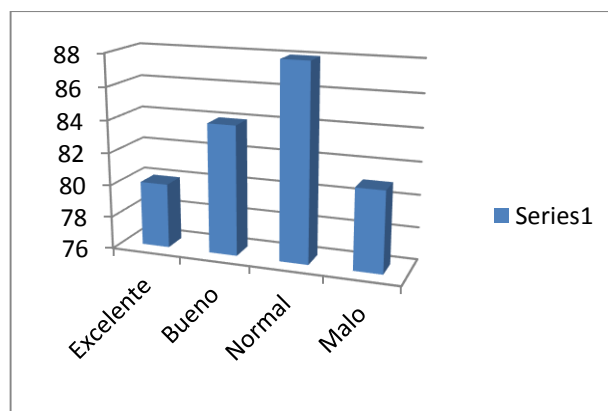
Tabla 11 Según usted el personal de los servicios turísticos en Data de Villamil, su capacitación es...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
11	Excelente	24%	80
	Bueno	25%	84
	Normal	26%	88
	Malo	24%	81
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 11 Según usted el personal de los servicios turísticos en Data de Villamil, su capacitación es...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Como se aprecia en la gráfico, existe una tendencia acerca de la capacitación de los servidores turísticos, un 24% es excelente, un 25% manifiesta que están en un nivel bueno, un 26% tiene una capacitación normal, y un 24% expresa que la capacitación es mala.

Pregunta 12: El servicio de aseo y mantenimiento de las calles en Data de Villamil, es considerado...

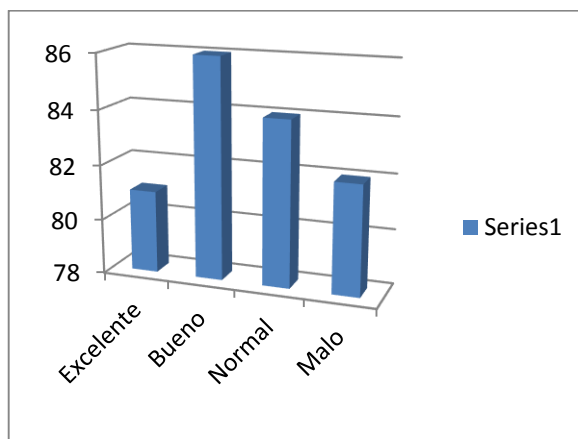
Tabla 12 Según usted el personal de los servicios turísticos en Data de Villamil, su capacitación es...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
12	Excelente	24%	81
	Bueno	26%	86
	Normal	25%	84
	Malo	25%	82
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 12 El servicio de aseo y mantenimiento de las calles en Data de Villamil, es considerado...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: El 24% de las personas encuesta manifestaron que el servicio de aseo y mantenimiento de las calles es excelente, un 26% expresa que es bueno, el 25% lo ha considerado como algo normal, y un 25% respondió que malo.

Pregunta 13: La participación de la comunidad de Data de Villamil, en talleres y capacitación es...

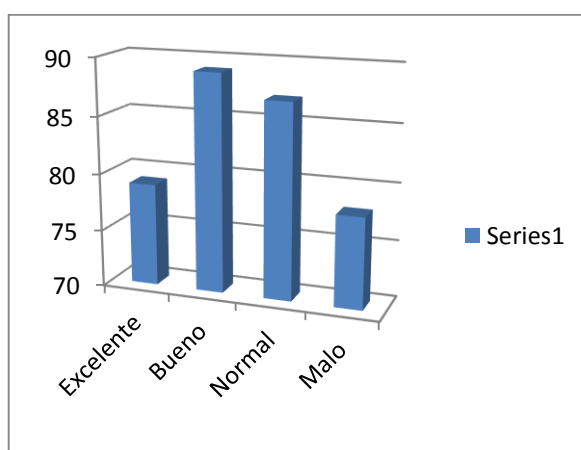
Tabla 13 La participación de la comunidad de Data de Villamil, en talleres y capacitación es...?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
13	Excelente	24%	79
	Bueno	27%	89
	Normal	26%	87
	Malo	23%	78
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 13 La participación de la comunidad de Data de Villamil, en talleres y capacitación es...?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Según el resultado de la encuesta se refleja que la comunidad de Data de Villamil, tiene un 24% como excelente en la participación de talleres y capacitación, el 27% lo considera con una buena predisposición a la capacitación, el 26% lo manifiesta como normal, y el 23% lo considera como malo para adquirir nuevos conocimientos.

Pregunta 14: ¿Cómo considera usted la accesibilidad a los atractivos turísticos que tiene Data de Villamil?

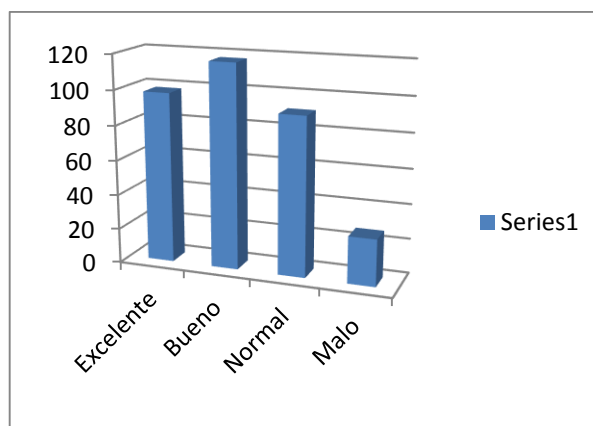
Tabla 14 ¿Cómo considera usted la accesibilidad a los atractivos turísticos que tiene Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
14	Excelente	30%	98
	Bueno	35%	117
	Normal	27%	91
	Malo	8%	27
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 14 ¿Cómo considera usted la accesibilidad a los atractivos turísticos que tiene Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Como lo demuestra el gráfico, el 30% de los encuestados considera excelente la accesibilidad a los atractivos turísticos que tiene Data de Villamil, un 35% lo consideran bueno, seguido por un 27% de personas que lo ven como algo normal y finalmente un 8% lo tiene como malo.

Pregunta 15: ¿Cómo considera usted lo favorable que Data de Villamil tenga un Plan de Desarrollo Turístico?

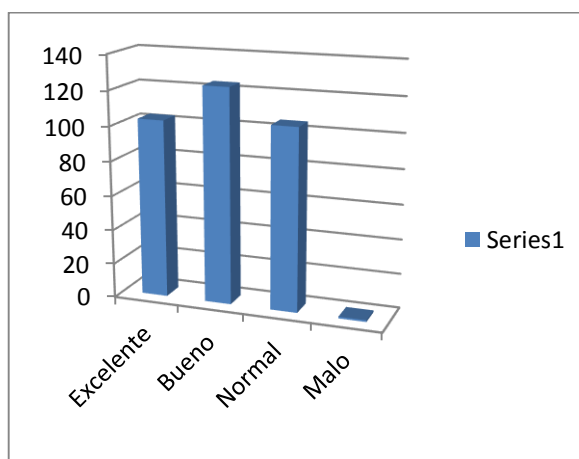
Tabla 15 ¿Cómo considera usted lo favorable que Data de Villamil tenga un Plan de Desarrollo Turístico?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
15	Excelente	31%	103
	Bueno	37%	124
	Normal	32%	105
	Malo	0%	1
		100%	333

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 15 ¿Cómo considera usted lo favorable que Data de Villamil tenga un Plan de Desarrollo Turístico?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación: Con los resultados conseguidos en esta interrogante un 31% expresa que es excelente que Data de Villamil, tenga un Plan de Desarrollo turístico, el 37% expresa que es bueno y el 32% manifiesta que es normal.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS.

Ítem a: Sexo

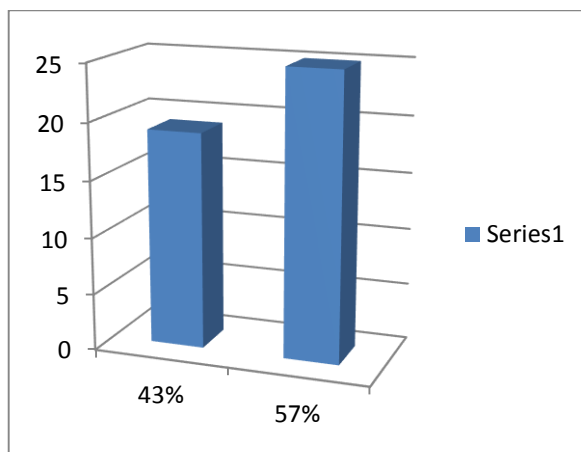
Tabla 16 Sexo

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
Sexo	Masculino	43%	19
	Femenino	57%	25
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 16 Sexo



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: Entre los servidores turísticos encuestados en el recinto data de Villamil, el 57% pertenece al sexo femenino dedicado a actividades relacionadas con el turismo y el 43% de sexo masculino también se involucran con la práctica de actividades turísticas.

Ítem b: Edad

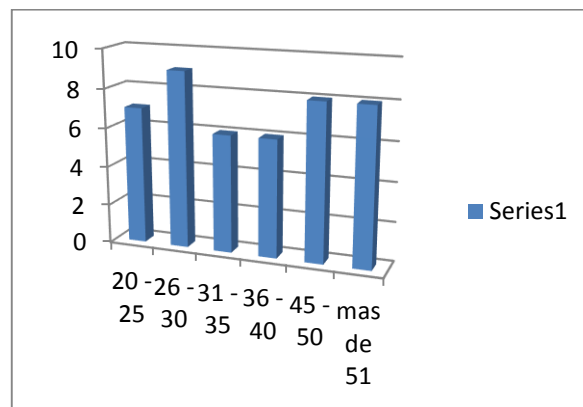
Tabla 17 Edad

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
Edad	20 - 25	16%	7
	26 - 30	20%	9
	31 - 35	14%	6
	36 - 40	14%	6
	45 - 50	18%	8
	más de 51	18%	8
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 17 Edad



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: El 20% de los encuestados tiene una edad entre 26 y 30 años, el 18% de los servidores turísticos se encuentran en una edad de 45 -50 y más de 51 años, 16% de son personas de entre 20 y 25 años, los rangos de edades entre 31-35 y 36- 40 alcanzan un 14%, es claro que la población adulta es la que más se dedica a la actividad turística como un medio de obtener recursos económicos.

Ítem 1: ¿Qué tiempo lleva como servidor turístico?

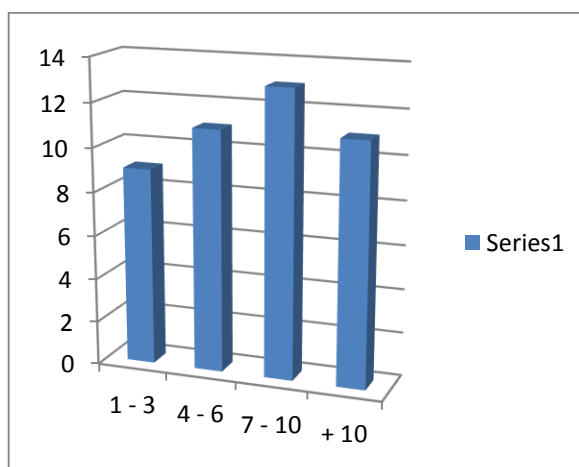
Tabla 18: ¿Qué tiempo lleva como servidor turístico?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
1	1 - 3	20%	9
	4 - 6	25%	11
	7 - 10	30%	13
	+ 10	25%	11
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 18: ¿Qué tiempo lleva como servidor turístico?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: según los datos obtenidos existe un gran porcentaje de servidores turísticos que han dedicado muchos años a desarrollar esta actividad, el 30% se ubica entre 7 – 10 años, un 25% por más de 10 años, un 20% de servidores turísticos esta en esta actividad entre 4 -6 años y un 20% del grupo tiene entre 1 y 3 años, vale resaltar que un buen porcentaje de servidores turísticos se han dedicado a desarrollar esta actividad por muchos años.

Ítem 2: ¿Qué tipos de servicios ofrece a los turistas?

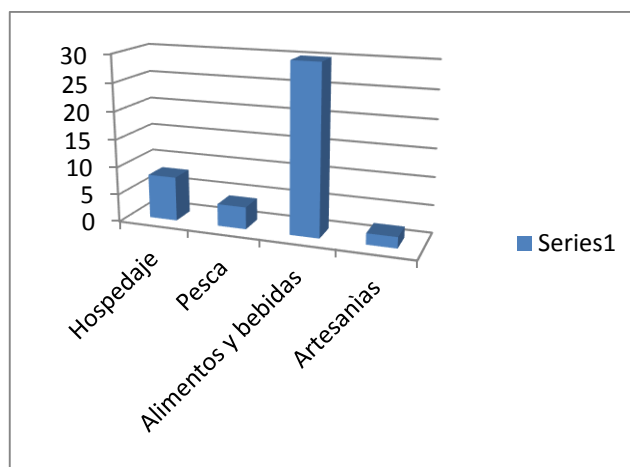
Tabla 19: ¿Qué tipos de servicios ofrece a los turistas?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
2	Hospedaje	18%	8
	Pesca	9%	4
	Alimentos y bebidas	68%	30
	Artesanías	5%	2
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 19: ¿Qué tipos de servicios ofrece a los turistas?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: Los diferentes servicios que se ofrecen a los turistas, el de alimentos y bebidas alcanza un 68%, 18% se dedica a ofertar hospedaje, el 9% a la actividad pesquera artesanal y 5% son vendedores de artesanías, según los resultados los servicios de alimentos y bebidas son los de mayor presencia en el recinto Data de Villamil.

Ítem 3: ¿Sabe usted si hay un plan de desarrollo turístico próximo a aplicarse en Data de Villamil?

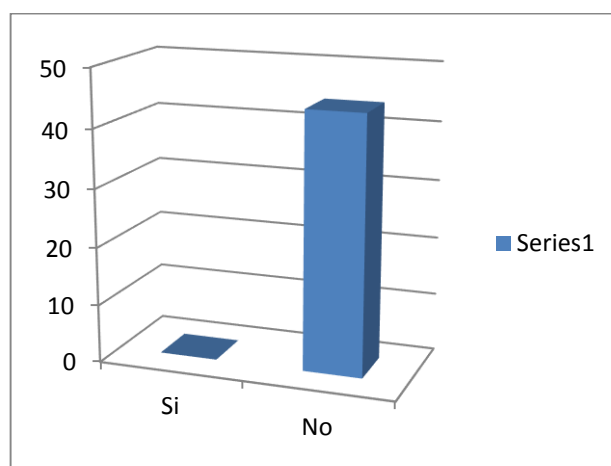
Tabla 20: ¿Sabe usted si hay un plan de desarrollo turístico próximo a aplicarse en Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
3	Si	0%	0
	No	100%	44
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 20: ¿Sabe usted si hay un plan de desarrollo turístico próximo a aplicarse en Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: Los servidores turísticos encuestados contestaron NO, al preguntarle si sabían de la existencia de un plan de desarrollo próximo a ejecutarse en el recinto Data de Villamil.

Ítem 4: ¿Usted y sus colaboradores tienen alguna educación relacionada con el turismo?

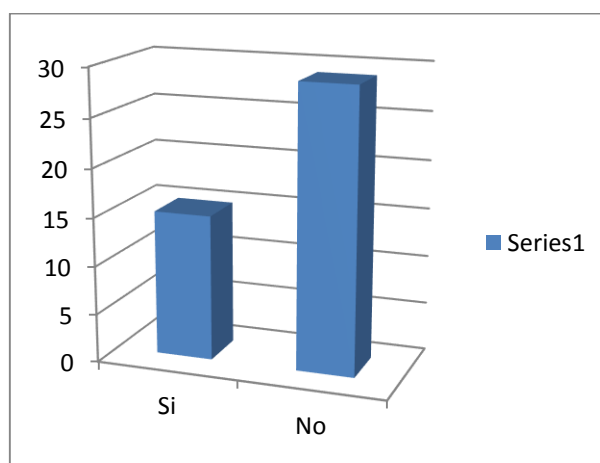
Tabla 21 ¿Usted y sus colaboradores tienen alguna educación relacionada con el turismo?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
4	Si	34%	15
	No	66%	29
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 21 ¿Usted y sus colaboradores tienen alguna educación relacionada con el turismo?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: Con estos resultados se entiende que los servidores turísticos con un porcentaje del 66% no tienen educación relacionada con el turismo, mientras que el 34% si tiene conocimiento de temas relacionados con la actividad turística.

Ítem 5: ¿Cuál es la temporalidad de su negocio en Data de Villamil?

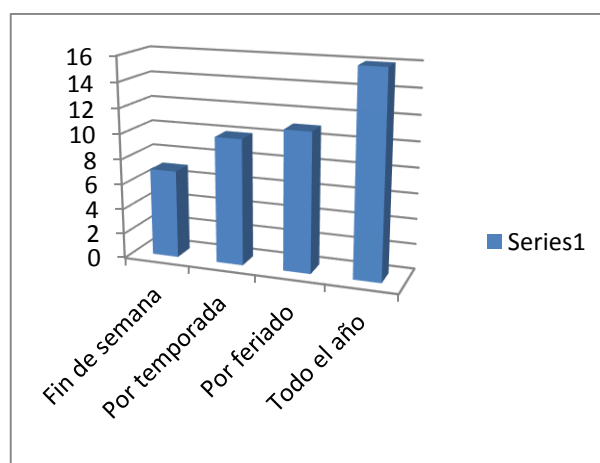
Tabla 22 ¿Cuál es la temporalidad de su negocio en Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
5	Fin de semana	16%	7
	Por temporada	23%	10
	Por feriado	25%	11
	Todo el año	36%	16
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 22 ¿Cuál es la temporalidad de su negocio en Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: La temporalidad de los servidores turísticos en Data de Villamil es la siguiente: 36% trabajan durante todo el año, un 25% aprovechan los días de feriado, el 23% se prepara para laborar en las temporadas altas y 16% trabaja un día del fin de semana.

Ítem 6: ¿Usted ofrece capacitación a sus colaboradores?

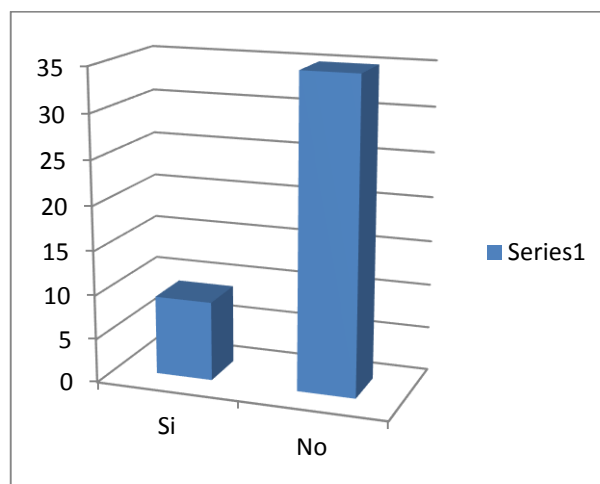
Tabla 23 ¿Usted ofrece capacitación a sus colaboradores?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
6	Si	20%	9
	No	80%	35
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 23 ¿Usted ofrece capacitación a sus colaboradores?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: La capacitación por iniciativa propia no es una práctica entre los servidores turísticos ya que tan solo el 20% participa de capacitaciones a sus colaboradores y un 80% no tiene en sus planes la capacitación propia ni la de su personal.

Ítem 7: ¿Cree usted que es necesario la implementación de un plan de desarrollo turístico en Data de Villamil?

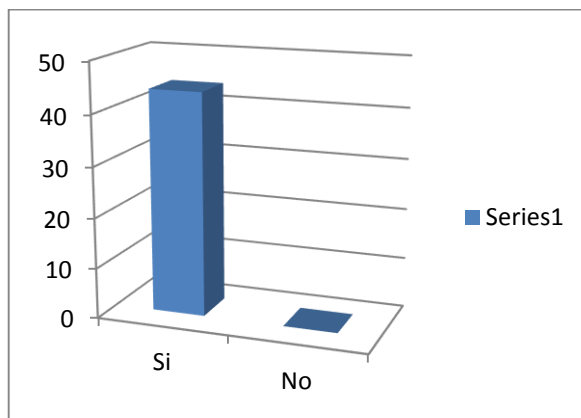
Tabla 24 ¿Cree usted que es necesario la implementación de un plan de desarrollo turístico en Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
7	Si	100%	44
	No	0%	0
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 24 ¿Cree usted que es necesario la implementación de un plan de desarrollo turístico en Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: La totalidad de los servidores turísticos están convencido de que es necesario la implementación de un plan de desarrollo turístico en Data de Villamil y de esta manera poder mejorar los servicios ofertados.

Ítem 8: ¿Qué servicios se deben mejorar en Data de Villamil?

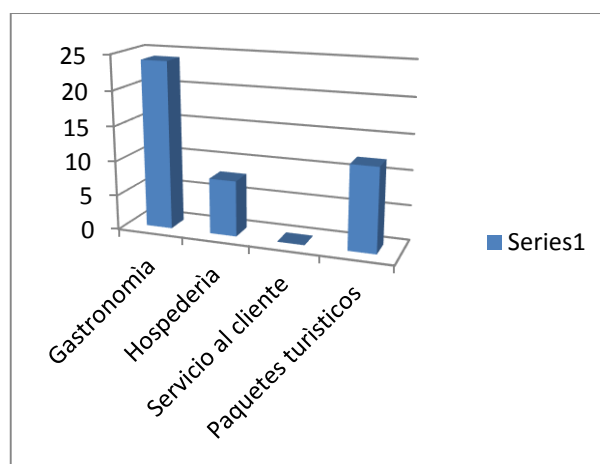
Tabla 25: ¿Qué servicios se deben mejorar en Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
8	Gastronomía	55%	24
	Hospedería	18%	8
	Servicio al cliente	0%	0
	Paquetes turísticos	27%	12
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 25: ¿Qué servicios se deben mejorar en Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: De los servicios turísticos que deben mejorar en Data de Villamil, según los resultados el 55% dice que se debe mejorar el servicio gastronómico, el 27% se refiere a mejorar los paquetes turísticos y con un 18% de encuestados que desean que se mejoren los servicios de hospedería.

Ítem 9: ¿Cuáles de las siguientes facilidades turísticas se deben desarrollar en Data de Villamil?

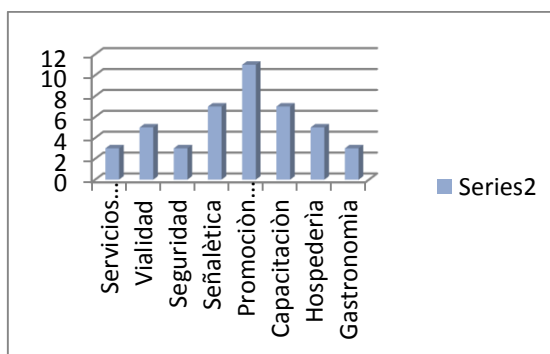
Tabla 26 ¿Cuáles de las siguientes facilidades turísticas se deben desarrollar en Data de Villamil?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
9	Servicios básicos	7%	3
	Vialidad	11%	5
	Seguridad	7%	3
	Señalética	16%	7
	Promoción turística	25%	11
	Capacitación	16%	7
	Hospedería	11%	5
	Gastronomía	7%	3
		100%	44

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico26 ¿Cuáles de las siguientes facilidades turísticas se deben desarrollar en Data de Villamil?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: Los encuestados en un 25% creen en el desarrollo de la promoción turística, el 7% ubica al aspecto gastronómico, un 16% estima a la capacitación y señalética, el 11% ubica el desarrollo de la hospedería y una buena vías, con el 7% piden servicios básicos y seguridad.

Ítem 10: ¿Qué tipo de promoción se realiza en su establecimiento?

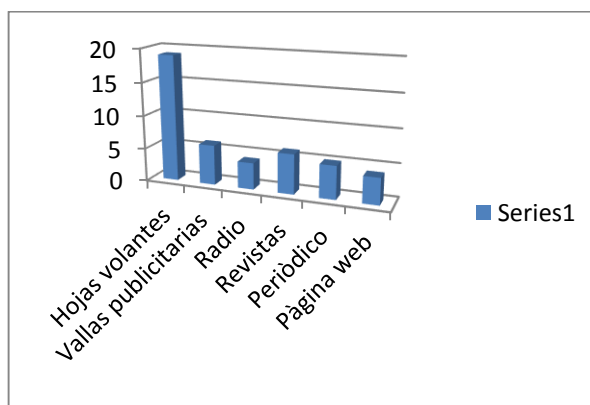
Tabla 27 ¿Qué tipo de promoción se realiza en su establecimiento?

Ítem	Criterio	%	Frecuencia
10	Hojas volantes	43%	19
	Vallas publicitarias	14%	6
	Radio	9%	4
	Revistas	14%	6
	Periódico	11%	5
	Página web	9%	4
			100%

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Gráfico 27 ¿Qué tipo de promoción se realiza en su establecimiento?



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Interpretación y análisis: Los servidores turísticos realizan promociones ubicadas según los porcentajes, el 43% usan hojas volantes, un 14% vallas publicitarias y revistas, el 11% utilizan los periódicos y un 9% utiliza la tecnología promoción por internet.

3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Para desarrollar el siguiente tema de investigación se realizaron entrevistas a un grupo de personas involucradas en la actividad turística: Lcda. María Fernanda Cortez, MSc. – Ministerio Ambiente – Refugio Vida Silvestre Manglares Puerto del Morro; Ing. Xavier Cedeño Luna, MSc. – Director de Turismo – Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Playas; Lcdo. José Carrión Narváez – Dirigente de Data de Villamil.

Preguntas de la entrevista:

1. ¿Qué opina sobre la práctica del turismo en Data de Villamil?
2. Para usted ¿Qué actividades se pueden desarrollar para impulsar el turismo en Data de Villamil?
3. ¿Cuál es la planificación que desarrolla la institución a la que usted representa, para el desarrollo turístico de Data de Villamil?
4. ¿Qué programas o proyectos han desarrollado en Data de Villamil para impulsar el turismo?
5. ¿Cuál sería el beneficio de un Plan de Desarrollo Turístico para Data de Villamil?



Lcda. María Fernanda Cortez MSc.
Ministerio Ambiente
Refugio Vida Silvestre Manglares Puerto del Morro

1. Turismo o actividades recreativas. Se debe impulsar ecoturismo en manglar.
2. Ecoturismo, pesca recreativa, talasoterapia, turismo de salud.
3. Gestión administrativa del Área nacional de Recreación Playas de Villamil.
4. Hace años la propuesta de un sendero acuático en Data de Villamil.
5. Planificar y gestión integral del destino.



Ing. Xavier Cedeño Luna, MSc.
Director de Turismo
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
del Cantón Playas

1. Practicar el turismo, en lugares donde la naturaleza es privilegiada, está bien, hay que aprovechar estos recurso que son de provecho para la comunidad.
2. La pesca deportiva, caminatas, paseos por el manglar.
3. Dentro de nuestra planificación está en proyectar el turismo en Data de Villamil, aprovechando sus playas y clima.
4. Programas de capacitación a los servidores turísticos, planificar actividades periódicas para que los turistas visiten y conozcan más de Data de Villamil.
5. Que la comunidad cuide sus playas, ya que con un Plan de desarrollo la práctica del turismo va a ser mejor.



Lcdo. José Carrión Narváez
Dirigente de Data de Villamil.

1. Que es muy interesante a pesar de que aún falta mucho por explotar, lo poco que se da al momento es muy buena y de proyección a desarrollarse a futuro.
2. Recorridos por el estero a través de botes, la creación de productos turísticos en la zona
3. La preservación y cuidado del estero, el estudio de proyectos turísticos como los paraderos turísticos.
4. Al momento solo se ha implementado la entrada a la playa para el ingreso de turistas y creación de proyectos que no se han desarrollado.
5. El beneficio económico para los pobladores, más trabajo para los moradores y el desarrollo del sector.

3.4. CONCLUSIONES

- ✚ En el recinto Data de Villamil se están preocupando en la capacitación de las personas vinculadas con las actividades turísticas, ya que ven en el turismo, una oportunidad de desarrollo. Actualmente varias instituciones aportan en proyectar turísticamente a Data de Villamil, como un futuro potencial destino turístico.
- ✚ Poco interés en cumplir programas y proyectos de parte de las autoridades competentes, razón por la cual actualmente la práctica del turismo, no ayuda al desarrollo de la comunidad de Data de Villamil.
- ✚ El nivel de educación, influye mucho para la práctica de actividades relacionadas al turismo, el desconocimiento de técnicas y formas correctas para realizar el turismo, hace que este se desarrolle de una manera incipiente, que se mantiene solamente con la repetición de actividades como bañarse y pasear por la playa, lo que limita el disfrute verdadero del turismo y la realización de muchas actividades en el entorno natural que brinda Data de Villamil.
- ✚ La comunidad no recibe el total apoyo de instituciones, ya que no se consideran necesarias las ideas de la comunidad, y estas pueden favorecer la práctica del turismo en Data de Villamil.
- ✚ Programar actividades, considerando un seguimiento necesario a lo establecido, ya que nos garantizará el cumplimiento de los mismos, en conjunto trabajo con la comunidad y no perder este contacto que nos puede causar un definitivo fracaso.

3.5. RECOMENDACIONES

- ✚ La realización de programas y proyectos, debe tener como punto de partida la realización de un diagnóstico de la comunidad, lo cual ayuda a conocer las verdaderas necesidades y cómo proyectarnos a una posible solución.

- ✚ Definir convenios con instituciones que garanticen una inversión que asegure la realización de programas y proyectos, para impulsar el desarrollo de toda la comunidad.

- ✚ Mantener una buena relación de comunicación entre la comunidad y las autoridades, para tener conocimientos de los programas y proyectos a desarrollarse, siendo esto una ayuda para que todo se de en buenos términos.

- ✚ Que la comunidad adquiera el firme compromiso de capacitación permanente, su interés nos facilitará el desarrollo de la actividad turística.

- ✚ Que las instituciones de gobierno identifiquen la problemática relacionada al turismo y establezca las estrategias necesarias para buscar una buena proyección a futuro.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015

4.1. PRESENTACIÓN

Varios estudios sobre el plan de desarrollo dan como resultados una serie de oportunidades que orientan de la mejor manera para poder llevar una buena organización y en la actualidad el recinto de Data de Villamil no posee un Plan de Desarrollo Turístico.

Tomando en cuenta la información obtenida en la investigación, Data de Villamil es un lugar con las condiciones necesarias para desarrollar una actividad turística en beneficio de todos, aprovechando las potencialidades del lugar, el Plan de Desarrollo Turístico tiene como finalidad traer beneficios, tras la realización de actividades, que los miembros de la comunidad dejen ejecutar las estrategias y la operatividad de las actividades programadas, que nos ayudarán a elevar el flujo de turistas. Hoy en Data de Villamil se pueden aprovechar todos sus recursos naturales y el potencial humano, para desarrollar una cultura de turismo, donde se garantice el goce y disfrute del medio ambiente, y mejorar el nivel socioeconómico de sus habitantes.

4.2. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN

El diseño de un plan de desarrollo turístico en el recinto Data de Villamil, se compone de varios elementos del sistema turístico, ya que cuenta con lugares específicos para la práctica del turismo.

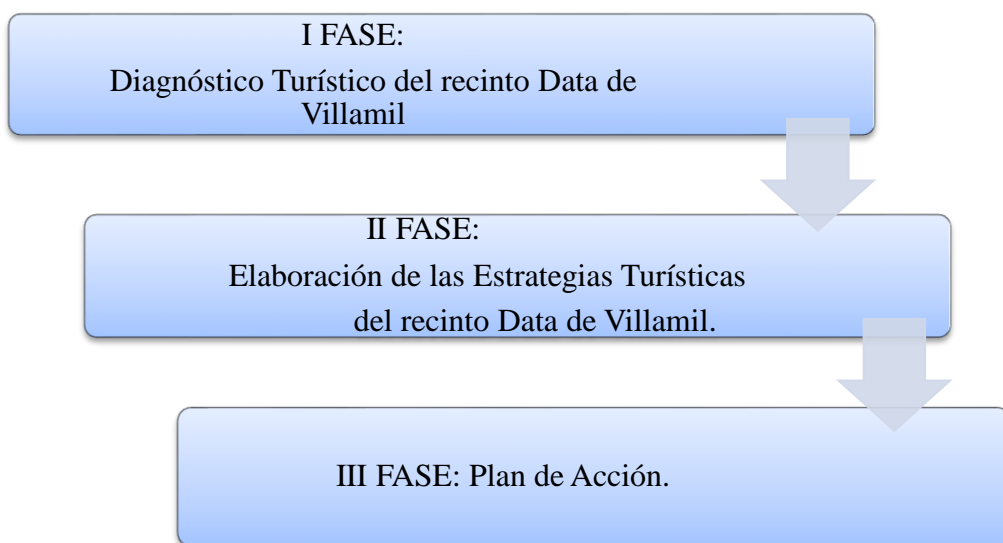
El recinto Data de Villamil, necesita de la aplicación de un Plan de Desarrollo Turístico, para alcanzar su posicionamiento, y tener así un turismo permanente que genere ingresos económicos y empleos, y en un futuro mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

4.3. MODELO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL

El modelo del Plan de Desarrollo Turístico para el recinto Data de Villamil, se estructura en 3 fases:

- ✚ **I FASE** nos presenta el análisis y diagnóstico de la realidad que vive la comunidad.
- ✚ **II FASE** se realizan las estrategias turísticas y valoración de los atractivos turísticos del recinto Data de Villamil.
- ✚ **III FASE** se programan las estrategias, programas, proyectos y acciones a desarrollarse en Data de Villamil.

ESQUEMA 1 FASES DEL PLAN DE DESARROLLO



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

4.4. ANÁLISIS DE MERCADO – ANÁLISIS SITUACIONAL O DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN

En el ámbito turístico la oferta y la demanda nos permite hacer un análisis de los productos y servicios que ofrece el recinto Data de Villamil, a sus posibles consumidores.

Data de Villamil ve en el turismo una gran oportunidad para el desarrollo local. Si se logra el desarrollo de la actividad con la conservación de los lugares naturales, que se convierten en atractivos y servicios que ofrece Data de Villamil, tenemos:

- ✚ Atractivos naturales, como base del producto turístico.

- ✚ Atractivos etnográficos, forma de vida de la comunidad que se puede interactuar con los visitantes.

- ✚ La gastronomía.

- ✚ Hospedaje comunitario.



- ✚ Atención al cliente.




- ✚ Promoción y publicidad.

4.5. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL RECINTO DATA DE VILLAMIL

4.5.1. Inventario de los atractivos turísticos.

Inventario de Atractivos turístico del recinto Data de Villamil

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Características	Imagen
Estero de Data de Villamil	Sitios Naturales	Costa o Litorales	Estero	III	Estero de agua semiclara. Se localiza desde la altura del barrio Los Ceibos. Sirve de límite con la parroquia Posorja del cantón Guayaquil. Ideal para paseo y avistamiento de aves.	
Playa de Data de Villamil	Sitios Naturales	Costa o Litorales	Playas	III	Una extensión de 4 km. de playa, con un ancho a 100 m. aproximadamente, es un lugar con buenas condiciones para realizar actividades de recreación y disfrute de la naturaleza.	

Manglares de Data de Villamil	Sitios Naturales	Bosques	Manglar	III	Manglar en su recorrido encontramos manglar rojo, blanco y negro, lugar ideal para el avistamiento de aves y recolección de sus productos	
Recinto Data de Villamil	Manifestaciones Culturales	Pueblos	Pueblos tradicionales	II	A 13 km. de Playa, un lugar de gente sencilla, la mayoría dedicada a la pesca. Entre la flora tenemos: ceibo, muyuyo, cascol, algarrobo. Los apellidos tradicionales son: Mejía, Crespín, Quinde, Baidal. La gastronomía se prepara en base a mariscos.	
Monasterio del Carmen Santa Teresita	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbano	Convento	III	Edificación de estilo oriental Bizantino, monasterio de la Madres Carmelitas, fundado en 1975, edificación frente al mar, se pueden hacer visitas.	

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)
 Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

4.6. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA

4.6.1. Análisis FODA del recinto Data de Villamil

Análisis FODA de Data de Villamil

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Afluencia de turistas Amplias playas. Comunidad con ganas de realizar actividades turísticas. Existencia de recursos naturales adecuados para la práctica del turismo. Vías de acceso a la playa.	Carencia de visión empresarial. Falta de capacitadores locales. Poca experiencia en mercadeo directo. Aún no existe un plan de Desarrollo. No hay oferta turística. Falta de señalética.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS – FO	ESTRATEGIAS – DO
Desarrollar nuevos productos. Ampliar la oferta turística. La comunidad puede obtener ingresos. Puede sorprender a la competencia. Se podrían aprovechar los recursos naturales.	E Diseño de nuevos productos turísticos.	E Creación de estructura turística de acuerdo a la zona. E Programa de capacitación a la comunidad y servidores turísticos.
AMENAZAS – A	ESTRATEGIAS – FA	ESTRATEGIAS – DA
No existe una regulación de precios. La contaminación ambiental. Intereses individualistas. La demanda del mercado es estacional. Vulnerabilidad ante grandes competidores.	E Organización de eventos en diferentes épocas. F Plan de conservación de los recursos naturales.	E Creación de una oficina de información y control de turismo. E Diseño de un plan de señalética.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Ilustración 4 Mapa Data de Villamil



Fuente: Mapa turístico y vial del Guayas - La prefectura del Guayas

4.7. FORMULACIÓN FILOSÓFICA

4.7.1. Misión

Promover al recinto Data de Villamil, como un lugar turístico, potenciando la práctica del turismo respetando a la naturaleza, buscando el mejorar el porvenir de sus habitantes y satisfacer las necesidades de los turistas.

4.7.2. Visión

Ser un lugar turístico líder en el mercado, con el firme compromiso de lograr el crecimiento, brindando productos de calidad que van a satisfacer las necesidades de los clientes y la eficiencia del talento humano del recinto Data de Villamil

4.7.3. Políticas

Es necesario definir cuáles son las políticas a seguir, una vez estructuradas se ponen en práctica, ya que son propuestas como políticas de Estado del PLANDETUR 2020.(Ministerio de Turismo, 2007)

Las políticas que se aplican en el Plan de Desarrollo Turístico del recinto Data de Villamil son las siguientes:

1. El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión en el recinto Data de Villamil para dinamizar la economía.
2. La gestión del turismo en el recinto Data de Villamil busca un funcionamiento coordinado entre los actores que participan de la práctica del turismo.
3. Se valoriza y conserva el patrimonio cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio del recinto Data de Villamil.
4. Se defiende y protege al recinto Data de Villamil en el desarrollo de sus actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
5. Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas pueden generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental, buscando mejorar la calidad de vida de los residentes.
6. Se impulsa el turismo social.
7. Se busca la competitividad del sistema turístico como producto y servicio de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

4.7.4. Valores – Cultura organizacional

Es preciso que los propietarios y los que participen en los programas y proyectos establezcan los valores para que sean puestos en práctica en la realización de sus actividades turísticas y los den a conocer a sus colaboradores.

Entre los valores que se proponen constan los siguientes:

- ✚ **Honestidad:** Cumplimiento de las tareas encomendadas, actuar correctamente y encasillado a la moral, respetando lo ajeno.
- ✚ **Respeto:** Valorar a las personas y el medio ambiente.
- ✚ **Tolerancia:** Querer y tener consideración a las diferentes creencias, maneras de pensar, actuar y sentimientos de los demás.
- ✚ **Solidaridad:** Es el valor que estimula a todas las personas a tener una ayuda mutua.
- ✚ **Responsabilidad:** Cumplir con las obligaciones y objetivos que se persiguen.

4.8. OBJETIVOS

4.8.1. Objetivo general

Potenciar al recinto Data de Villamil como destino turístico con programas y proyectos que van a permitir lograr una posición estelar de sus atractivo, favoreciendo la práctica del turismo y contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población.

4.8.2. Objetivos específicos

- ✚ Determinar programas y proyectos que permitan una mejor práctica de la actividad turística.
- ✚ Establecer las actividades turísticas en conjunta participación de las autoridades y la comunidad, para el recinto como destino turístico.
- ✚ Organizar las actividades con la comunidad para que puedan prepararse y brindar servicios y productos turísticos a los visitantes.
- ✚ Fomentar un eficiente manejo de los recursos naturales, y lograr preservarlos para las futuras generaciones.

- ✚ Capacitar a la comunidad, para que tengan la mejor predisposición en el servicio al cliente y así generen divisas que van a mejorar su nivel socioeconómico.

4.9. PLAN DE ACTUACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Cuadro 4 Resumen de programas y proyectos a realizarse en el recinto Data de Villamil

PROGRAMAS	PROYECTOS
1. FACILITACIÓN TURÍSTICA.	✚ Plan de señalética turística para el recinto Data de Villamil.
2. PAQUETES TURÍSTICOS.	✚ Innovación de los paquetes turísticos ofertados en el recinto Data de Villamil.
3. FORTALECIMIENTO DEL MARKETING TURÍSTICO.	✚ Diseño de la marca turística para el recinto Data de Villamil. ✚ Plan de promoción y difusión de los atractivos turísticos de Data de Villamil.
4. DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES DE LOS RECURSOS HUMANOS.	✚ Desarrollo de planes de capacitación técnica para los prestadores de servicios turísticos del recinto Data de Villamil.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

4.9.1. Programa N° 1: Facilitación Turística.

Cuadro 5 Facilitación Turística.

PROGRAMA 1	Facilitación turística
Complementar un adecuado sistema de normas de orientación, información y señalética para la seguridad de los turistas, y satisfacción de sus requerimientos y expectativas.	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">✚ Implementar una adecuada señalización para poder identificar fácilmente los atractivos turísticos del recinto Data de Villamil.✚ Proporcionar a los turistas un fácil acceso al servicio requerido de una manera diligente y segura.✚ Disponer una mejor estadía para los turistas.
PROYECTO	<ul style="list-style-type: none">✚ Plan de señalización turística para el recinto Data de Villamil.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

✚ DESCRIPCIÓN.

El recinto Data de Villamil tiene atractivos turísticos naturales y culturales, y para la práctica del turismo es de gran importancia dar las facilidades de conocer los diferentes atractivos, con un sistema de señalización, proporcionando una orientación oportuna a los turistas. Es primordial realizar un plan de señalización para ayudar al desarrollo de la actividad turística y crear así la posibilidad de potenciar su posicionamiento.

OBJETIVOS.

1. Implementar una adecuada señalización para poder identificar fácilmente los atractivos turísticos del recinto Data de Villamil.
2. Proporcionar a los turistas un fácil acceso al servicio requerido de una manera diligente y segura.
3. Establecer elementos que faciliten la visita de los turistas y que disfruten de una mejor estadía.

4.9.1.1. Proyecto N° 1: Plan de Señalización Turística para el recinto Data de Villamil

Diseñar e instalar la señalética turística, como una ayuda visual para los visitantes, quienes van a tener una mejor orientación y movilización con comodidad y seguridad dentro del entorno.

OBJETIVOS

1. Facilitar información de manera veraz sobre los servicios turísticos y aminorar errores que se producen por la falta de señalética.
2. Acordar entre todos los servidores turísticos, las formas para la aplicación de la señalización dentro de las normas permitidas.
3. Evitar los riesgos y errores que pongan en peligro la vida de los visitantes.

ACCIONES A REALIZAR.

1. Delimitar los atractivos turísticos que se van a señalar.
2. Diseño del Plan de señalización para el recinto Data de Villamil.
3. Dar a conocer a los habitantes y turistas el significado y la utilización de la señalética.
4. Fijar los diseños de señalética en los atractivos turísticos.

✚ RESULTADOS ESPERADOS

Con un sistema de señalización adecuado en el recinto Data de Villamil, se va a facilitar la ubicación de los atractivos a los turistas y brindar seguridad en el tránsito dentro del mismo, y aumentar el desarrollo del turismo.

✚ INDICADORES

1. Señalética idónea para la orientación certera al turista.
2. Información turística.
3. Señalética turística necesaria para identificar los atractivos turísticos.
4. Colocación de señaléticas.

✚ PRESUPUESTO APROXIMADO

\$ 2140,78

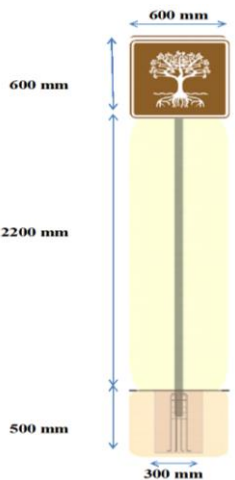
Tabla 28 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Valla	1	1065,78	1065,78
Pictograma	7	130	910
Señal informativa de destino	1	165	165
TOTAL			\$ 2140,78

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

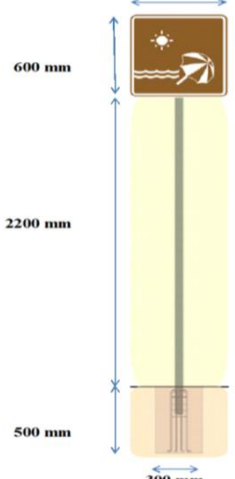
Tabla 29 Pictogramas para atractivos naturales (manglar)

Atractivos Turísticos	Pictogramas a aplicar	Ubicación
Manglares de Data de Villamil		<p>Puente de la vía Data – Posorja. Muelle de embarque.</p>

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

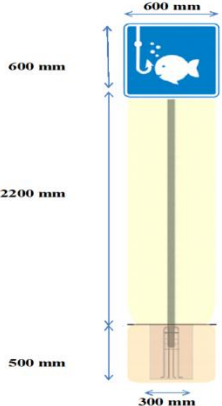
Tabla 30 Pictogramas para atractivos naturales (playa)

Atractivos Turísticos	Pictogramas a aplicar	Ubicación
Playa de Data de Villamil		<p>En cada bajada a la playa (4, 1 cada km.)</p>

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

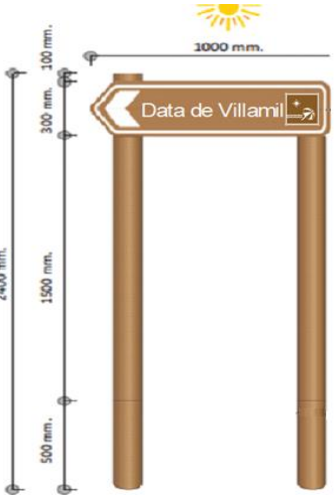
Tabla 31 Pictogramas para actividades turísticas

Actividad Turística	Pictogramas a aplicar	Ubicación
Pesca deportiva.		A 500 metros del estero.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

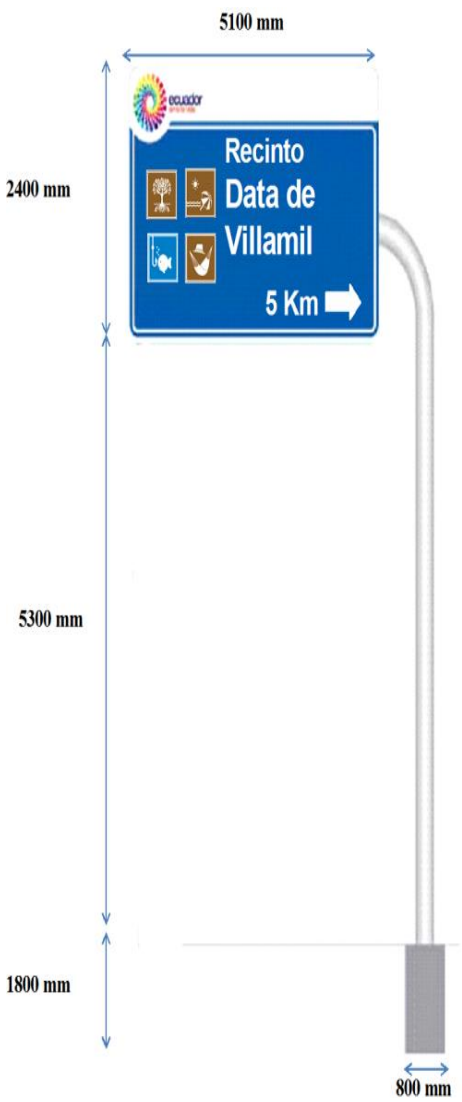
TABLA 32 Pictogramas para señales turísticas de aproximación (señal informativa)

Señales turísticas de aproximación	Pictogramas a aplicar	Ubicación
Señal informativa de destino.		<ol style="list-style-type: none"> 1. A 1 km de Data de Villamil. 2. A 5 km. De Data de Villamil.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

TABLA 33 Pictogramas para señales turísticas de aproximación (valla)

Vallas de atractivos y servicios	Pictogramas a aplicar	Ubicación
Vallas informativa de atractivos y servicios.		1. A 5 km. de Data de Villamil.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Tabla 34 Cronograma Programa 1

PROGRAMA 1		AÑOS						RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
FACILITACIÓN TURÍSTICA		2015		2016		2017						
PROYECTO	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
Plan de señalética turística Data de Villamil	Delimitar los atractivos turísticos que se van a señalar.							Dirigentes de la comunidad	\$ 2.140,78	Dirigentes de la comunidad. Servidores Turísticos.	Alta	Corto Plazo
	Diseño del Plan de señalización para el recinto Data de Villamil.							Dirigentes de la comunidad				
	Dar a conocer a los habitantes y turistas el significado y la utilización de la señalética.							Dirigentes de la comunidad				
	Fijar los diseños de señalética en los atractivos turísticos.							Dirigentes de la comunidad.				

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

4.9.2. Programa N° 2: Innovación de los Paquetes Turísticos ofertados en el recinto Data de Villamil.

Cuadro 6 Programa N° 2: Innovación de los Paquetes Turísticos ofertados en el recinto Data de Villamil.

PROGRAMA 2	Paquetes turísticos
Los paquetes turísticos van a satisfacer las necesidades de los turistas, brindando las facilidades, servicios y actividades propuestas en el Plan de Desarrollo.	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">+ Satisfacer las necesidades de los turistas.+ Fomentar la visita de turistas a Data de Villamil.+ Mejorar los servicios y productos.
PROYECTO	+ Innovación de los paquetes turísticos ofertados en el recinto Data de Villamil.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

+ Descripción.

El plan de desarrollo turístico del recinto Data de Villamil ofrece nuevos paquetes turísticos que van a satisfacer las necesidades de los turistas, en efecto, brindando las facilidades, servicios y demás actividades que se proponen.

+ Objetivo.

Ofrecer paquetes turísticos a los viajeros que van a disfrutar de las facilidades y buena calidad de nuestro producto.

4.9.2.1. Paquete N° 1 Recorrido por el Estero.

Si visita Data de Villamil puede aprovechar hacer un recorrido por el estero, y disfrutar de la belleza natural, apreciar el manglar y la diversidad de aves que existen.

INCLUYE:

1. Guía nativo.
2. Alquiler de bote.
3. Refrigerio.

Mínimo grupo de 5 personas

Tabla 35 Paquete N° 1 Visita al Estero

N° Orden	Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	Costos
1	Guía	Recorrido	1	5,00	5,00
2	Alquiler de bote	Embarcación	1	20,00	20,00
3	Refrigerio		1	3,00	3,00
TOTAL					28,00

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

4.9.2.2. Paquete N° 2 Pesca Deportiva “Soy Pescador”.

La pesca es una actividad común en Data de Villamil, y se puede aprovechar las embarcaciones de los lugareños, para realizar una faena de pesca mar adentro.

INCLUYE:

1. Guía nativo.
2. Alquiler de bote.
3. Anzuelos y carnadas.
4. Refrigerio

Tabla 36 Paquete N° 2 Pesca Deportiva “Soy Pescador”.

N° Orden	Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	Costos
1	Guía	Recorrido	1	5,00	5,00
2	Alquiler de bote	Embarcación	1	20,00	20,00
3	Anzuelos	Juegos	3	5,00	15,00
4	Carnadas	Porción	5	1,50	7,50
5	Refrigerio		1	3,00	3,00
TOTAL					50,00

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Resultados esperados

Con la realización de los paquetes turísticos, se espera incrementar la llegada de turistas.

Indicadores

Diseño de los paquetes turísticos.

Presupuesto aproximado

\$ 2100,00

Tabla 37. CRONOGRAMA PROGRAMA 2

PROGRAMA 2		AÑOS						RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PAQUETES TURÍSTICOS		2015		2016		2017						
PROYECTO	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
Innovación de los paquetes turísticos ofertados en el recinto Data de Villamil	Creación de paquetes turísticos.							Dirigentes de la comunidad	\$ 350,00	Dirigentes de la comunidad. Servidores Turísticos.	Alta	Corto Plazo
	Gestión para el financiamiento de los paquetes turísticos.							Dirigentes de la comunidad	\$ 100,00			
	Difusión del proyecto.							Dirigentes de la comunidad	\$ 150,00			
	Estructuración y ejecución del proyecto.							Dirigentes de la comunidad.	\$ 1.500,00			

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

4.9.3. Programa N° 3: Fortalecimiento del Marketing Turístico.

Cuadro 7 Programa N° 3: Fortalecimiento del Marketing Turístico.

PROGRAMA 3	3. Fortalecimiento del Marketing Turístico.
Ejecución del marketing turístico en el recinto Data de Villamil, incluyendo actividades turísticas, para su fortalecimiento.	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">+ Establecer la marca representativa del recinto Data de Villamil en el mercado.+ Fomentar la promoción turística del recinto Data de Villamil.+ Potenciar la comercialización.
PROYECTOS	<ul style="list-style-type: none">+ Diseño de la marca turística para el recinto Data de Villamil.+ Plan de promoción y difusión de los atractivos turísticos de Data de Villamil.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

El programa de fortalecimiento del marketing turístico para el recinto Data de Villamil va a permitir promover la actividad turística, fortalecer el destino, impulsar el desarrollo del sector y lograr su posicionamiento dentro del mercado nacional e internacional.

+ **Objetivos.**

Dirigir al recinto Data de Villamil como un destino turístico competitivo, con la aplicación de la promoción y desarrollo de la actividad turística, despertando así el interés en los turistas por visitarlo.

4.9.3.1. Proyecto N° 1: Diseño de la Marca Turística para el Recinto Data de Villamil.

Objetivos

Generar el interés en los turistas de conocer los recursos turísticos que posee el recinto Data de Villamil, utilizando los diferentes medios de publicidad.

Acciones a realizar.

Diseño de un logotipo con un slogan representativo de Data de Villamil.

Resultados esperados

Posicionar los recursos turísticos de Data de Villamil.

Indicadores

Diseño de la marca del lugar.

Presupuesto aproximado

Cuadro 8 Presupuesto Diseño de la Marca Turística

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Diseño de la marca turística	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL		\$ 250,00	\$ 250,00

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Data de Villamil, es un lugar donde se pueden desarrollar actividades aprovechando el disfrute de un entorno natural, Data de Villamil es... un placer natural.

Ilustración 5 Logo



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

4.9.3.3. Proyecto N° 2: Plan de Promoción y Difusión de los Atractivos Turísticos de Data de Villamil.

El plan de promoción y difusión de los atractivos turísticos de Data de Villamil, va a crear acciones estratégicas para dar a conocer, promover y seguir fomentando las actividades que se desarrollen en el recinto Data de Villamil.

✚ Objetivos

1. Mantener una promoción turística permanente y con información actualizada para que se cumplan las expectativas de la promoción.
2. Aumentar la afluencia de turistas a través del uso de los medios publicitarios.

✚ Acciones a realizar.

1. Diseñar trípticos, hojas volantes y afiches.
2. Visitar instituciones públicas y privadas para promocionar a Data de Villamil, como atractivo turístico.

✚ Resultados esperados

Afluencia de turistas, que puedan disfrutar de los servicios que se ofertan en el recinto Data de Villamil.

✚ Indicadores

Ilustración 6 Diseño de Tríptico (parte posterior)



Paisaje de Data de Villamil

DATA DE VILLAMIL

Recinto perteneciente al cantón Playas, provincia del Guayas, una parte del Pacífico ecuatoriano, con gente sencilla, pescadores artesanales.

Data de Villamil

Recinto del cantón Playas

A 12 kilómetros de General Villamil, un lugar

¡Lo mejor! Un sitio que nos permite disfrutar de un ambiente natural, Data de Villamil, visítanos.

¡No lo piense más! ¡Disfrute el mejor paseo en familia! Este es el lugar perfecto, para rendirse ante lo natural.

Póngase en contacto con nosotros

Teléfono: 0987287312

Correo electrónico: hugocesarvl@gmail.com



**DATA DE VILLAMIL,
un placer natural.**

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Ilustración 7 Diseño de Tríptico (parte anterior)

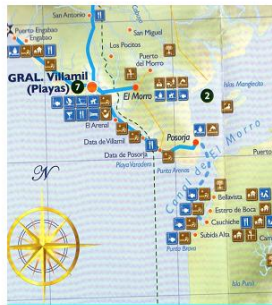


Playa de Data de Villamil

Data de Villamil, lugar ideal para realizar diferentes actividades turísticas, aprovechando los recursos naturales, culturales.

Data de Villamil, un placer natural.

UBICACIÓN



DISTANCIA: Desde Guayaquil: 103 km.
Aproximadamente.

CÓMO LLEGAR



EN BUS

DESDE GUAYAQUIL: CT Villamil, CT Posorja.

DESDE PLAYAS: Trans. 9 de marzo.



Manglares de Data de Villamil

En Data de Villamil, puede realizar los recorridos por el estero y observar la diversidad de flora y fauna.

Otra opción es la pesca deportiva, con guías nativos, que conocen los sitios de pesca.

Aventúrese en una caminata por la playa y senderos, visitando diferentes lugares de la población.

Disfrute de un alojamiento en las casas de familias nativas, es la oportunidad de hacer turismo intercultural.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Ilustración 8 Hojas Volantes

**Playa, sol y mar.
Estero y manglar.
DATA DE VILLAMIL, debes visitar.**

DATA DE VILLAMIL
LIFE DESIGN TOURISM

INFORMES: hugocesarvl@gmail.com
cel.: 0987287312

Estero Data de Villamil / Km 13 vía a Posorja

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Ilustración 9 Afiche



Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Cuadro 9 Presupuesto de Promoción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
Hojas volantes a un solo lado	1000	\$ 108,00
Trípticos	1000	\$ 156,00
Afiches full color, 40x60	1000	\$ 160,00
TOTAL		\$ 424,00

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Uso de material impreso trimestralmente.

Costo: \$ 1272

🚩 Presupuesto aproximado

Cuadro 10 Presupuesto de material impreso

PROYECTO	PRESUPUESTO
Diseño de la marca turística	\$ 250,00
Material impreso	\$ 1.272,00
TOTAL	\$ 1.522,00

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Tabla 38 Cronograma programa 3

PROGRAMA 3		AÑOS						RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
PAQUETES TURÍSTICOS		2015		2016		2017						
PROYECTO	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
Diseño de la marca turística para el recinto Data de Villamil	Creación de la marca turística							Dirigentes de la comunidad	\$ 250,00	Dirigentes de la comunidad. Servidores Turísticos. Aliados estratégicos	Alta	Corto Plazo
Plan de promoción y difusión de los atractivos turísticos de Data de Villamil.	Diseño del Plan de promoción para el recinto Data de Villamil.							Dirigentes de la comunidad	\$ 1272,00			
	Diseño del material promocional							Dirigentes de la comunidad				
	Elaboración y difusión de material promocional							Dirigentes de la comunidad.				

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

4.9.4. Programa N° 4: Desarrollo de capacidades de los Recursos Humanos para el turismo sostenible del recinto Data de Villamil.

Cuadro 11 Programa N° 4: Desarrollo de capacidades de los Recursos Humanos para el turismo sostenible del recinto Data de Villamil.

PROGRAMA 4	Desarrollo de capacidades de los recursos humanos para el turismo sostenible del recinto Data de Villamil.
Mejorar la receptividad y hospitalidad del destino hacia los turistas, así como a mejorar la calidad del talento humano como servidores turísticos y así pueda brindar un servicio de calidad.	
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Contar un programa de capacitación para los servidores turísticos del recinto Data de Villamil. ✚ Fomentar una cultura de preparación y superación, para brindar servicios de calidad.
PROYECTO	✚ Desarrollo de planes de capacitación técnica para los prestadores de servicios turísticos del recinto Data de Villamil.

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

✚ **Descripción.**

El desarrollo de las capacidades de los Recursos Humanos, constituye una herramienta de gran importancia para los servidores turísticos del recinto Data de Villamil, quienes tienen conocimientos empíricos en el arte culinario, atención al cliente y hospedería, el programa de capacitación, es la fase educativa, mediante el cual el recurso humano alcanza conocimientos y habilidades específicas para el trabajo, y busca cambiar las actitudes frente a la figura de la organización, el puesto o el entorno laboral, contribuyendo en masificar la participación y colaboración de los prestadores de servicio turístico de Data de Villamil, para que puedan ofrecer un servicio de calidad.

✚ **Objetivo.**

- a) Establecer un compromiso con los servidores turísticos para mantener un aprendizaje permanente.

- b) Crear un programa de capacitación en diferentes áreas relacionadas al turismo.
- c) Elevar y mantener un buen nivel de productividad individual y colectiva.
- d) Valorar la parte humana y el trabajo de los servidores turísticos.

Justificación.

El recurso humano es el más importante en toda organización. Un recurso humano motivado y trabajando siempre en equipo, es fundamental para que la organización alcance sus objetivos, además son importantes el ambiente laboral y la forma en que éste permita o impida el cumplimiento del trabajo de cada servidor turístico. Es necesario dirigir el tema de la capacitación como uno de los componentes elementales para conservar, variar las actitudes de los servidores turísticos, orientando a mejorar el servicio ofrecido, con el plan de capacitación se propone mejorar y potenciar los recursos humanos, así como el servicio de atención al cliente.

4.9.4.1. Proyecto N° 1: Desarrollo de Planes de capacitación técnica para los prestadores de servicios turísticos del recinto Data de Villamil.

El diseño y la implementación de un plan de capacitación para el recurso humano, es una práctica potenciadora, cuya finalidad es ayudar a mejorar el servicio de atención a los turistas, con el mejor nivel de rendimiento de todos los involucrados.

Acciones a realizar.

- 1) Realizar convenios con la UPSE para la participación en programas de capacitación a los servidores turísticos.
- 2) Inscripción y selección de participantes a las capacitaciones.
- 3) Establecer los contenidos del programa de capacitación.
- 4) Seguimiento antes y después del desarrollo de la capacitación.
- 5) Evaluación respectiva a los participantes.
- 6) Entregar los respectivos certificados de participación.

🚩 Temas de capacitación a realizarse.

El plan de capacitación está respaldado por los temarios que permitirán a los servidores turísticos a mejorar la calidad de los recursos humanos, los temas a verse en la capacitación son:

1. Coctelería.
2. Cocina.
3. Alojamiento.
4. Restaurante.

Cuadro 12 Capacitaciones

ÁREAS	OBJETIVOS	DIRIGIDO A	DURACIÓN	RESPONSABLES
COCTELERÍA	Desarrollar habilidades y destrezas para preparar bebidas.	Servidores turísticos	3 meses	Dirigentes de la comunidad. UPSE
COCINA	Generar conocimientos y competencias basados en los principios de la manipulación e higiene de los alimentos, para garantizar que el turista consuma un producto inocuo y de calidad.	Servidores turísticos	3 meses	Dirigentes de la comunidad. UPSE
SERVICIO DE HABITACIÓN	Determinar las características más relevantes del área de alojamiento, las normas éticas y profesionales de general aceptación en servicio de alojamiento.	Servidores turísticos	3 meses	Dirigentes de la comunidad. UPSE
RESTAURANTE	Diseñar los procedimientos operativos que se emplearán en el área del restaurante.	Servidores turísticos	3 meses	Dirigentes de la comunidad. UPSE

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Distributivo de horario de capacitación.

- módulos cada uno de 30 horas.
- 3 horas por semana. 10 semanas por modulo.
- Total 40 semanas para el desarrollo del plan de capacitación.

Materiales

Las actividades de capacitación se van a desarrollar en ambientes adecuados proporcionados por los servidores turísticos.

Cuadro 13 Materiales para la capacitación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO / UNIDAD	TOTAL
Capacitadores	4	\$ 600,00	\$ 2400,00
Papel Bond A4	2500	\$ 0,01	\$ 25,00
Marcadores permanentes	24	\$ 0,22	\$ 5,40
Marcadores tiza líquida	24	\$ 0,86	\$ 20,64
Borradores pizarra acrílica	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Pliegos de papel bond	24	\$ 0,49	\$ 11,98
Pizarra acrílica	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Carpetas manilas	120	\$ 0,36	\$ 43,20
			\$ 2651,42

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

Objetivos

- 1) Capacitar técnicamente a los servidores turísticos del recinto Data de Villamil.
- 2) Impulsar la realización de actividades turísticas, por medio de la capacitación.

Metas

- 1) Aplicar lo aprendido en las diferentes actividades turísticas.
- 2) Valoración de las capacidades de los recursos humanos.
- 3) Fomentar la integración de los servidores turísticos.

Responsables para su ejecución.

- a. Dirigentes de la Comunidad.
- b. Autoridades de UPSE.
- c. Servidores Turísticos

Tabla 39 CRONOGRAMA PROGRAMA 4

PROGRAMA 4		AÑOS						RESPONSABLES	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
DESARROLLO DE CAPACIDADES DE LOS RECURSOS HUMANOS PARA EL TURISMO SOSTENIBLE DEL RECINTO DATA DE VILLAMIL		2015		2016		2017						
PROYECTO	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
Desarrollo de planes de capacitación técnica para los prestadores de servicios turísticos del recinto Data de Villamil.	Realizar convenios con la UPSE para la participación en programas de capacitación a los servidores turísticos.							Dirigentes de la comunidad. Autoridades de la UPSE.	\$ 1.568,22	Dirigentes de la comunidad Directivos de la UPSE. Servidores Turísticos.	Alta	Corto Plazo
	Inscripción y selección de participantes a las capacitaciones.							Dirigentes de la comunidad. Servidores Turísticos.				
	Establecer los contenidos del programa de capacitación.							Dirigentes de la comunidad. Autoridades de la UPSE.				
	Seguimiento antes y después del desarrollo de la capacitación.							Dirigentes de la comunidad.				
	Evaluación respectiva a los participantes.							Grupo de capacitadores.				
	Entregar los respectivos certificados de participación.							Autoridades de la UPSE.				

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín (2014)

CONCLUSIONES

1. El estudio y diagnóstico de la situación actual del recinto Data de Villamil permitió conocer las necesidades en el ámbito turístico, en la que se registra: Inexistencia de un Plan de Desarrollo Turístico.
2. El análisis de conceptos y definiciones emitidas por diferentes autores sobre aspectos relacionados con el tema ayudaron a un mejor entendimiento en el diseño del Plan de Desarrollo.
3. La actividad turística es una prioridad, por lo cual se diseñó el Plan de Desarrollo, con el objeto de proporcionar una actividad constante de la actividad turística.
4. El no poseer un control adecuado para la realización de las actividades turísticas, da como resultado la falta de control y manejo de los recursos naturales de Data de Villamil.
5. Se concluye que el Plan de Desarrollo Turístico, servirá de apoyo al recinto Data de Villamil, para la coordinación de las actividades y la participación de todos los habitantes.

RECOMENDACIONES

1. Se implemente el presente Plan de Desarrollo Turístico para el recinto Data de Villamil, para el desarrollo socioeconómico de la comunidad.
2. El Plan de Desarrollo se convertirá en una guía útil para así realizar los procesos de cambios adecuados llevando un control efectivo, conocido por todos los habitantes.
3. Capacitar a los servidores turísticos en sus áreas para el mejor desarrollo de las actividades turísticas.
4. Se deben ejecutar políticas orientadas a la población, buscando un cambio de actitud frente a sus recursos naturales: nueva relación con las actividades relacionadas al turismo, a cuidar nuestra naturaleza.

BIBLIOGRAFÍA

- A. Latorre, D. d. (2003). Bases Metodológicas de la Investigación Educativa. Barcelona.
- Araujo, G. T. (s.f.). Monografías.com. Recuperado el 23 de 1 de 2014, de <http://www.monografías.com/trabajo12/elproduc/elprodc.shtml#xzz2tWPIK3p4>
- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. Caracas-Venezuela.
- Camacho, R. (2008). Blog Ricardo Camacho. Recuperado el 1 de 12 de 2013, de <http://blog.pucp.edu.pe/ricardocamachoc>
- Chalén, W. M. (2013). "Estudio de Factibilidad para el Desarrollo de la creación de Hosterías Comunitarias en el Turismo Alternativo de Data de Villamil del Cantón Playas". La Libertad, Ecuador.
- Corvalán, J. L. (2012). www.eumed.net. Recuperado el 16 de 2 de 2014, de www.eumed.net: http://www.eumed.net/rev/cccss/21/jlmc2.html
- Definición.de. (s.f.). Qué es, Significado y Concepto. Recuperado el 13 de 12 de 2013, de <http://definicion.de/plan/#ixzz2tUjQnWkG>
- Díaz, E. Y. (2002). Elementos de metodología de la investigación. La Habana, Cuba.
- Ecured. (8 de 2 de 2014). ecured. Recuperado el 10 de 2 de 2014, de <http://www.ecured.cu/index.php/Concepto de Productividad>
- Enrique, B. (2000). Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo. Madrid.
- Española, D. d. (2011).
- Gamboa, E. (2006). EL TURISMO COMO INSTRUMENTO PARA EL DESARROLLO. SANTA FE, ARGENTINA.
- González, A. R. (s.f.). METODOLGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA.
- Hong, W. (s.f.). Global Competitiveness Measurement for the Tourism Sector.
- Lidia Rodrigues, H. C. (2011). SciELO. Recuperado el 21 de 2 de 2014, de www.scielo.org.ar: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322100040006&scrip=sci_arttext
- Martínez, T. E. (2006). Metodología para elaborar un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria.
- McIntosh, R., Ch., G., & Ritchie, J. (1999). Turismo Planeación, Administración y Perspectiva. México: Limusa-Wiley.
- Ministerio de Turismo. (2007). Plandetur 2020.
- Ochoa, A. (s.f.). www.boletin-turistico.com. Recuperado el 14 de 09 de 2014, de <http://www.google.com.ec/search?q=plan+desarrollo+turistico+concepto&newwindow=1&=1024&bih=499&ei=7bQcVbb-MYyeyAslz4koCQ&start=o&sa=N>
- Playas, G. (s.f.). PDyOT 2009-2014. Playas.
- Porter, M. E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review América Latina.

- Reglamento de alojamiento turístico. (marzo de 2015).
- Ruiz, Z. B. (2010). www.monografias.com. Recuperado el 5 de 3 de 2014, de www.monografias.com:
<http://www.monografias.com/trabajos82/producto-turistico/producto-turistico2.shtml#xzz2v9lwdOTd>
- SECTUR. (2001). Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística.
- Skullcrow. (4 de 2012). buenas tareas. Recuperado el 4 de 12 de 2013, de [buenastareas.com](http://www.buenastareas.com):
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Revisi%C3%B3n-Documental/3848970.html>
- Tareas, B. (01 de 2011). Estrategia Financieras. Obtenido de Buenas Tareas:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Estrategias-Financieras/1472315.html>

Anexo 1 Carta Aval



REPÚBLICA DEL ECUADOR



G. A. D. MUNICIPAL DEL CANTÓN PLAYAS

Dra. Miriam Lucas Delgado
Alcaldesa 2014 - 2019



GENERAL VILLAMIL - CANTÓN PLAYAS

General Villamil, 5 de junio de 2015

Señor Licenciado
Efrén Mendoza
DIRECTOR DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

De mis consideraciones.-

La Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Playas tiene a bien informar que el señor Hugo César Veintimilla Lucín de la carrera de Hotelería y Turismo, con C.C. 0915946610 cuenta con nuestro aval para que pueda desarrollar como tema de tesis lo siguiente:

“DISEÑO DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL RECINTO DATA DE VILLAMIL, CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”

Quedamos de antemano por la atención prestada, de tal manera que el desarrollo del tema nos permita una alternativa de recreación turística en nuestro cantón y sus alrededores.

Atentamente,

Ing/ William Apolinario Alache
DIRECTOR DE TURISMO



file

Anexo 2 Entrevista a Autoridades



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

Objetivo: Determinar los niveles organizacionales de Data de Villamil, para la implementación de un Plan de Desarrollo Turístico.

No de entrevista:

Nombre:

Profesión:

Edad:

Nombre del entrevistador: HUGO VEINTIMILLA LUCIN

1. ¿Qué opina sobre la práctica del turismo en Data de Villamil?

2. Para usted ¿Qué actividades se pueden desarrollar para impulsar el turismo en Data de Villamil?

3. ¿Cuál es la planificación que desarrolla la institución a la que usted representa, para el desarrollo turístico de Data de Villamil?

4. ¿Qué programas o proyecto han desarrollado en Data de Villamil para impulsar el turismo?

5. ¿Cuál sería el beneficio de un “Plan de Desarrollo Turístico para Data de Villamil”?

Notas: Sus respuestas serán consideradas para realizar el “Plan de Desarrollo Turístico para Data de Villamil”, realizado por Hugo Veintimilla Lucin.

Anexo 3 Ficha de inventario de atractivos turísticos



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS



FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

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



C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	4. USOS (SIMBOLISMO) _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) _____ _____ _____ _____			5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: _____ _____ 5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales) Nombre: _____ Fecha de Declaración: _____ Categoría: Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>																																																																																																																																											
		7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO			6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: _____ _____																																																																																																																																											
A P O Y O	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">TIPO</th> <th rowspan="2">SUBTIPO</th> <th colspan="3">ESTADO DE LAS VIAS</th> <th rowspan="2">TRANSPORTE</th> <th colspan="4">FRECUENCIAS</th> <th colspan="2">TEMPORALIDAD DE ACCESO</th> </tr> <tr> <th>S</th> <th>R</th> <th>M</th> <th>DIARIA</th> <th>SEMANAL</th> <th>MESES</th> <th>EVENTUAL</th> <th colspan="2">DÍAS AL AÑO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">TERRESTRE</td> <td>ASFOALTADO</td> <td></td><td></td><td></td> <td>BUS</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td> </tr> <tr> <td>LASTRADO</td> <td></td><td></td><td></td> <td>AUTOMÓVIL</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td> </tr> <tr> <td>EMPEDRADO</td> <td></td><td></td><td></td> <td>ACÁ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td>DÍAS AL MES</td> </tr> <tr> <td>SEÑERADO</td> <td></td><td></td><td></td> <td>TRON</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td>Culturales:</td> <td>Día Inicio: Día Fin:</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">ACUÁTICO</td> <td rowspan="2">MARÍTIMO</td> <td></td><td></td><td></td> <td>BARCO</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td> <td>BOYA</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td>Naturales:</td> <td></td> </tr> <tr> <td>FLUVIAL</td> <td></td><td></td><td></td> <td>CANOA</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td>HORAS AL DÍA</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">AEREO</td> <td></td> <td></td><td></td><td></td> <td>AVIÓN</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td>Culturales:</td> <td>Día Inicio: Día Fin:</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td><td></td><td></td> <td>AVIONETA</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td><td></td><td></td> <td>HELICOPTEROS</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td>Naturales:</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>											TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		S	R	M	DIARIA	SEMANAL	MESES	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		TERRESTRE	ASFOALTADO				BUS							LASTRADO				AUTOMÓVIL							EMPEDRADO				ACÁ						DÍAS AL MES	SEÑERADO				TRON					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO										BOYA					Naturales:		FLUVIAL				CANOA						HORAS AL DÍA	AEREO					AVIÓN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:					AVIONETA											HELICOPTEROS					Naturales:	
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO																																																																																																																																					
			S	R	M		DIARIA	SEMANAL	MESES	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO																																																																																																																																					
	TERRESTRE	ASFOALTADO				BUS																																																																																																																																										
		LASTRADO				AUTOMÓVIL																																																																																																																																										
		EMPEDRADO				ACÁ						DÍAS AL MES																																																																																																																																				
		SEÑERADO				TRON					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:																																																																																																																																				
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO																																																																																																																																										
						BOYA					Naturales:																																																																																																																																					
		FLUVIAL				CANOA						HORAS AL DÍA																																																																																																																																				
AEREO					AVIÓN					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:																																																																																																																																					
					AVIONETA																																																																																																																																											
					HELICOPTEROS					Naturales:																																																																																																																																						
Observaciones: _____ _____ _____																																																																																																																																																



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

Anexo 4 Ficha de resumen de inventarios de atractivos turísticos



Ministerio
de Turismo



FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS

PROVINCIA:

FECHA:

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO Max 10	ESTADO DE CONSERV. Max 10	ACCESO Max 10	SERVIC. Max 10	ASOC. CON OTROS ATRATIVOS Max 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUIA 1-2-3-4
	VALOR INTRINSECO Max 15	VALOR EXTRINSECO Max 15						LOCAL Max 2	REGIONAL Max 4	NAC. Max 7	INT. Max 12		

Anexo 5 Foto de entrevista a autoridades

**LCDA. MARÍA FERNANDA CORTEZ
MINISTERIO DEL AMBIENTE**



Anexo 6 Foto encuesta a moradores



Anexo 7 Encuesta aplicada a la población



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CARRERA DE LICENCIATURA EN HOTELERIA Y TURISMO**

Objetivo: Determinar los niveles de desarrollo de Data de Villamil, para la implementación de un Plan de Desarrollo Turístico.

Instrucción: Marque con una X la respuesta que usted considere apropiada.

Nº	Preguntas	Muy Bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	¿Cómo califica turísticamente a Data de Villamil?				
2	La pesca en Data de Villamil como actividad deportiva es...				
3	¿ Los aspecto naturales en Data de Villamil son?				
4	¿Cómo califica los medios de promoción que aplica Data de Villamil Engabao para impulsar el turismo?				
5	¿Su estadia en Data de Villamil es?				
6	¿Cuál sería su recomendación de Data de Villamil, como lugar turístico?				
7	¿El desarrollo de actividades en beneficio del turismo, por parte del Municipio de Playas, en Data de Villamil es?				
8	¿La calificación de la actividad recreativa que se realiza en Data de Villamil es?				
9	¿Cómo es la orientación sobre el turismo, protección y conservación del medio ambiente en Data de Villamil?				
10	¿Cómo califica usted el servicios gastronómicos en Data de Villamil?				
11	¿Cómo califica usted la atención de los servidores turísticos en Data de Villamil?				
12	¿El servicio, aseo y mantenimiento de las calles en Data de Villamil se considerado				
13	¿Cómo considera usted los atractivos turístico que tiene de Data de Villamil?				
14	¿Cómo considera usted lo beneficiable que Data de Villamil tenga un Plan de desarrollo turístico				
15	¿Cómo considera usted los atractivos turístico que tiene de Data de Villamil?				

Nota: Trabajo realizado con fines académicos por Hugo César Veintimilla Lucín, egresado de la carrera de licenciatura en Hotelería y Turismo, previo a la obtención de su título como licenciado.

Anexo 8 Encuesta aplicada a los servidores turísticos



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CARRERA DE LICENCIATURA EN HOTELERÍA Y TURISMO

Objetivo: Determinar la implementación de un Plan de Desarrollo Turístico en el recinto Data de Villamil.

No de encuesta: _____

Nombre:

Edad: _____

Sexo: Masculino ____ Femenino ____

Nombre del encuestador: HUGO VEINTIMILLA LUCIN

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS

1. ¿Qué tiempo lleva como servidor turístico?

2. ¿Qué tipos de servicios ofrece a los turistas?

Hospedaje ____ Alimentos y bebidas ____

Pesca ____ Artesanías ____

3. ¿Sabe usted si hay un plan de desarrollo turístico próximo a aplicarse en Data de Villamil?

Si ____ No ____

4. ¿Usted y sus colaboradores tienen alguna educación relacionada con el turismo?

Si ____ No ____

5. ¿Cuál es la temporalidad de su negocio en Data de Villamil?

Fin de semana ____ Por feriado ____

Por temporada ____ Todo el año ____

6. ¿Usted ofrece capacitación a sus colaboradores?

Si ____ No ____

7. ¿Cree usted que es necesario la implementación de un plan de desarrollo turístico en Data de Villamil?

Si ____ No ____

8. ¿Qué servicios se deben mejorar en Data de Villamil?

Gastronomía ____ Servicio al cliente ____

Hospedería ____ Paquetes turísticas ____

9. ¿Cuáles de las siguientes facilidades turísticas se deben desarrollar en Data de Villamil?

Servicios básicos ____ Vialidad ____ Seguridad ____ Señalética ____

Promoción turística ____ Capacitación ____ Hospedería ____ Gastronomía ____

10. ¿Qué tipo de promoción que realiza en su establecimiento?

Hojas volantes ____ Vallas publicitarias ____ Radio ____

Revistas ____ Periódico ____ Página Web ____

Notas: Sus respuestas serán consideradas para realizar el “Plan de Desarrollo Turístico para Data de Villamil”, realizado por Hugo Veintimilla Lucín.

Anexo 9 Ficha de Atractivos Turísticos N° 1

FICHA PARA EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS CATEGORÍA: SITIOS NATURALES			
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Estero de Data de Villamil	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Estero
<p>FOTO 1</p> <p>ESTERO DE DATA DE VILLAMIL</p> 			
<p>Fuente: Recinto Data de Villamil (2014) Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín</p>			
UBICACIÓN	<p>Latitud: 2° 71' 43'' S Longitud: 80° 31' 33'' W</p>		

	En el Recinto Data de Villamil, cantón Playas, Provincia del Guayas.
CENTRO URBANO MAS CERCANO	El centro urbano más cercanos al estero de Data de Villamil es: El recinto Data de Villamil ubicado a 1 Km.
CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS	<p>Altura: 3 m.s.n.m. Temperatura: 26° C Precipitación Pluviométrica: 350 cm³</p> <p>A lo largo del estero vamos a encontrar agua semiclara con un recorrido de 5 kilómetros y con una dimensión de 20 mts. hasta los 30 mts.; se localiza desde la altura del barrio Los Ceibos hasta el puente que sirve de límite con la parroquia Posorja del cantón Guayaquil.</p> <p>Esta zona es exclusiva para la pesca tanto para los nativos usando trasmallos, atarrayas y los visitantes mediante el uso de anzuelos. En la fauna del estero podemos encontrar gaviotas, garzas, fragata magnífica, pelícano pardo, albatros, cucubes; cangrejos, pangoras, conchas, almejas; pargo, robalo, bagre, lisa, corvina, etc.</p>
VALORES EXTRÍNSECOS O	El estero es un medio fluvial y marítimo, es utilizado por los nativos como punto de partida para las faenas marinas y el desembarque de la pesca, en el estero

USOS ACTUALES	están anclados lo botes.
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	Conservado
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	Conservado En los alrededores del estero se encuentran viviendas y se desarrollan actividades de pesca artesanal.
INFRAESTRUCTURA Y VÍA DE ACCESO	<p>La infraestructura vial se encuentra asfaltada y amplia, el ingreso se lo realiza por medio de buses o vehículos propios, así como también acceso por vía marítima la cual se la realiza través de botes. Con una temporalidad de acceso durante todo el año.</p> <p>Desde Posorja a 8 km. de distancia se puede llegar por Cooperativa de Transporte Posorja, con una frecuencia diaria desde las 04h00 hasta las 20h00.</p> <p>Desde Playas a 13 km. de distancia se llega a través de la Cooperativa de Transporte 9 de Marzo, con una frecuencia diaria desde las 06h00 hasta las 19h00.</p>
INFRAESTRUCTURA BÁSICA	<p>La zona cuenta con Agua Potable. La Energía Eléctrica llega a través del Sistema interconectado. Para las aguas servidas utilizan los Pozo séptico.</p>

<p>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRATIVOS</p>	<p>Playa Varadero a 3 Km.</p>
<p>DIFUSIÓN CON EL ATRATIVO</p>	<p>Su difusión se encuentra a nivel local y en poco grado a nivel provincial.</p>
<p>JERARQUÍA ASIGNADA</p>	<p>3</p>

Anexo 10 Ficha de evaluación del atractivo N° 1


CUADRO 3 Ficha de Evaluación del Atractivo N° 1

VARIABLE	ACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	05
	c) Entorno	08
	d) Estado de conservación y/o organización	08
APOYO	a) Acceso	08
	b) Servicios	05
	c) Asociación con otros atractivos	02
SIGNIFICADO		02
	a) Local	04
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
	TOTAL	52

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Anexo 11 Ficha de Atractivo N° 2

FICHA PARA EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
CATEGORÍA: SITIOS NATURALES			
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Playa de Data de Villamil	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playas
<p>FOTO 2 Playa de Data de Villamil</p> 			
<p>Fuente: Recinto Data de Villamil (2014) Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín</p>			
UBICACIÓN	<p>Latitud: 2° 71' 61'' S Longitud: 82° 32' 44'' W En el Recinto Data de Villamil, cantón Playas, Provincia del Guayas.</p>		
CENTRO URBANO MAS CERCANO	<p>El centro urbano más cercanos a la playa de Data de Villamil son: El recinto Data de Villamil ubicado a 0,3 Km.</p>		

<p>CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS</p>	<p>Altura: 1,1 m.s.n.m. Temperatura: 27° C Precipitación Pluviométrica: 300 cm³</p> <p>Con una extensión de 4 km. de playa, con un ancho de 100 m. aproximadamente, es un lugar con buenas condiciones para realizar actividades de recreación y disfrute de la naturaleza.</p>
<p>VALORES EXTRÍNSECOS O USOS ACTUALES</p>	<p>La playa de Data de Villamil, es un lugar concurrido en época de temporada alta, los nativos ofrecen sus servicios turísticos y gastronómicos.</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>	<p>Conservado</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>	<p>Conservado En los alrededores del estero se encuentran viviendas y se desarrollan actividades de pesca artesanal.</p>
<p>INFRAESTRUCTURA Y VÍA DE ACCESO</p>	<p>La infraestructura vial se encuentra asfaltada y amplia, el ingreso se lo realiza por medio de buses o vehículos propios, así como también acceso por vía marítima la cual se la realiza través de botes. Con una temporalidad de acceso durante todo el año.</p> <p>Desde Posorja a 8 km. de distancia se puede llegar por Cooperativa de Transporte Posorja, con una frecuencia diaria desde las 04h00 hasta las 20h00.</p>

	Desde Playas a 13 km. de distancia se llega a través de la Cooperativa de Transporte 9 de Marzo, con una frecuencia diaria desde las 06h00 hasta las 19h00.
INFRAESTRUCTURA BÁSICA	La zona cuenta con Agua Potable. La Energía Eléctrica llega a través del Sistema interconectado. Para las aguas servidas utilizan los Pozo séptico.
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	Estero de Data de Villamil a 2 km. Playa Varadero a 3 km. General Villamil a 13 km.
DIFUSIÓN CON EL ATRACTIVO	Su difusión se encuentra a nivel local.
JERARQUÍA ASIGNADA	2

Anexo 12 Ficha de evaluación del atractivo 2


CUADRO 4 Ficha de Evaluación de Atractivo N° 2

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	08
	c) Entorno	08
	d) Estado de conservación y/o organización	08
APOYO	a) Acceso	07
	b) Servicios	07
	c) Asociación con otros atractivos	03
SIGNIFICADO	a) Local	02
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
	TOTAL	53

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Anexo 13 Ficha del atractivo N° 3

FICHA PARA EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS CATEGORÍA: SITIOS NATURALES			
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manglares de Data de Villamil	Sitios Naturales	Bosques	Manglar
<p>FOTO 3 Manglar de Data de Villamil</p>  <p>Fuente: Recinto Data de Villamil (2014) Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín</p>			
UBICACIÓN	Latitud: 2° 72' 37,7'' S Longitud: 80° 31' 33,8'' W En el Recinto Data de Villamil, cantón Playas, Provincia del Guayas.		
CENTRO URBANO MAS CERCANO	El centro urbano más cercanos a los manglares de Data de Villamil es : El recinto Data de Villamil ubicado a 0,1 Km.		

<p>CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS</p>	<p>Altura: 5 m.s.n.m. Temperatura: 25° C Precipitación Pluviométrica: 350 cm³</p> <p>El área de manglar con un recorrido de 5 km. aproximadamente ideal para el avistamiento de aves y recolección de sus productos, encontramos manglar rojo, blanco y negro, se pueden observar zonas de piscinas de camarones.</p>
<p>VALORES EXTRÍNSECOS O USOS ACTUALES</p>	<p>Recorrer el manglar como hábitat de la fauna existente, y en sus raíces se pueden encontrar conchas, cangrejos, mejillones.</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>	<p>Conservado</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>	<p>Conservado .</p>
<p>INFRAESTRUCTURA Y VÍA DE ACCESO</p>	<p>La infraestructura vial se encuentra asfaltada y amplia, el ingreso se lo realiza por medio de buses o vehículos propios, así como también acceso por vía marítima la cual se la realiza través de botes y canoas. Con una temporalidad de acceso durante todo el año.</p> <p>Desde Posorja a 8 km. de distancia se puede llegar por Cooperativa de Transporte Posorja, con una frecuencia</p>

	<p>diaria desde las 04h00 hasta las 20h00.</p> <p>Desde Playas a 13 km. de distancia se llega a través de la Cooperativa de Transporte 9 de Marzo, con una frecuencia diaria desde las 06h00 hasta las 19h00.</p>
INFRAESTRUCTURA BÁSICA	<p>La zona cuenta con Agua Potable. La Energía Eléctrica llega a través del Sistema interconectado. Para las aguas servidas utilizan los Pozo séptico.</p>
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	<p>Estero de Data de Villamil a 0,01km. Playa de Data de Villamil a 3 km.</p>
DIFUSIÓN CON EL ATRACTIVO	<p>Su difusión se encuentra a nivel local.</p>
JERARQUÍA ASIGNADA	<p>3</p>

Anexo 14 Ficha de evaluación del atractivo N° 3

CUADRO 5 Ficha de evaluación del Atractivo N° 3

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	09
	b) Valor extrínseco	09
	c) Entorno	09
	d) Estado de conservación y/o organización	09
APOYO	a) Acceso	07
	b) Servicios	07
	c) Asociación con otros atractivos	02
		02
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
	TOTAL	54

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Anexo 15 Ficha del atractivo N° 4

FICHA PARA EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
CATEGORÍA: SITIOS NATURALES			
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Recinto de Data de Villamil	Manifestaciones Culturales	Pueblos	Pueblos tradicionales
<p>FOTO 4 - Recinto Data de Villamil</p> 			
<p>Fuente: Recinto Data de Villamil (2014) Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín</p>			
UBICACIÓN	Latitud: 2° 70' 06'' S Longitud: 80° 32' 09'' W En el Recinto Data de Villamil, cantón Playas, Provincia del Guayas.		
CENTRO URBANO MAS CERCANO	Centro urbano más cercano al recinto de Data de Villamil: General Villamil ubicado a 13 Km.		

<p>CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS</p>	<p>Altura: 7,5 m.s.n.m. Temperatura: 25° C Precipitación Pluviométrica: 350 cm³</p> <p>Ubicado a 13 kilómetros de General Villamil, un lugar de gente sencilla, la gran mayoría dedicada a la pesca y en menor número a la albañilería y carpintería. Las viviendas están elaboradas de hormigón armado, y unas pocas de estructura antigua en madera. Entre la flora del sector sobresalen el muyuyo, algarrobo, cascol, ciruela, ceibo. Los apellidos tradicionales de Data de Villamil son los Chalén, Crespín, Quinde, Baidal, Parrales, Mejía. La gastronomía se prepara en base a los recursos marinos producto de la faena diaria. En artesanías se elaboran trasmallos, red de pesca, adorno de muyuyo.</p>
<p>VALORES EXTRÍNSECOS O USOS ACTUALES</p>	<p>Ambiente propicio para la práctica del turismo, con sus recursos naturales: playa, estero y manglar.</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>	<p>Conservado</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>	<p>Conservado</p>
<p>INFRAESTRUCTURA</p>	<p>La infraestructura vial se encuentra asfaltada y amplia, el ingreso se lo realiza por medio de buses o vehículos propios. Con una temporalidad de acceso durante todo</p>

<p align="center">Y VÍA DE ACCESO</p>	<p>el año.</p> <p>Desde Posorja a 8 km. de distancia se puede llegar por Cooperativa de Transporte Posorja, con una frecuencia diaria desde las 04h00 hasta las 20h00.</p> <p>Desde Playas a 13 km. de distancia se llega a través de la Cooperativa de Transporte 9 de Marzo, con una frecuencia diaria desde las 06h00 hasta las 19h00.</p>
<p align="center">INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p>	<p>La zona cuenta con Agua Potable. La Energía Eléctrica llega a través del Sistema interconectado. Para las aguas servidas utilizan los Pozo séptico.</p>
<p align="center">ASOCIACIÓN CON OTROSTRATIVOS</p>	<p>General Villamil a 13 km.</p>
<p align="center">DIFUSIÓN CON EL ATRATIVO</p>	<p>Su difusión se encuentra a nivel local.</p>
<p align="center">JERARQUÍA ASIGNADA</p>	<p align="center">2</p>

Anexo 16 Ficha evaluación del atractivo N° 4


CUADRO 6 Ficha de Evaluación del Atractivo N° 4

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	05
	d) Estado de conservación y/o organización	05
APOYO	a) Acceso	05
	b) Servicios	05
	c) Asociación con otros atractivos	02
SIGNIFICADO	a) Local	01
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
	TOTAL	43

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín

Anexo 17 Ficha del atractivo N° 5

FICHA PARA EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
CATEGORÍA: SITIOS NATURALES			
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Monasterio del Carmen Santa Teresita	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Convento
<p>FOTO 5 Monasterio del Carmen - Santa Teresa</p> 			
<p>Fuente: Recinto Data de Villamil (2014) Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín</p>			
UBICACIÓN	<p>Latitud: 2° 09' 38.3'' S Longitud: 80° 34' 08,2'' W En el Recinto Data de Villamil, cantón Playas, Provincia del Guayas.</p>		
	<p>Los centros urbanos más cercanos al estero de Data de Villamil son:</p>		

<p>CENTRO URBANO MAS CERCANO</p>	<p>Data de Villamil a 3 km. General Villamil a 13 km.</p>
<p>CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS</p>	<p>Altura: 5,4 m.s.n.m. Temperatura: 28° C Precipitación Pluviométrica: 300 cm³</p> <p>Es una edificación de estilo oriental Bizantino, es un monasterio de la Madres Carmelitas, se fundó el 18 de mayo de 1975, podemos ver una edificación frente al mar, cuenta con un área residencial y vacacional, se puede visitar el lugar, anticipando la visita.</p>
<p>VALORES EXTRÍNSECOS O USOS ACTUALES</p>	<p>Las hermanas Carmelitas se dedican a realizar actividades que van en beneficio de los más pobres; elaboran artesanías, vestidos y vinos. La celebración de la Santa Misa es de lunes a sábados a las 07h30 y los domingos a la 09h00.</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>	<p>Conservado</p>
<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>	<p>Conservado</p>
	<p>La infraestructura vial se encuentra asfaltada y amplia,</p>

<p>INFRAESTRUCTURA Y VÍA DE ACCESO</p>	<p>el ingreso se lo realiza por medio de buses o vehículos propios. Con una temporalidad de acceso durante todo el año.</p> <p>Desde Posorja a 8 km. de distancia se puede llegar por Cooperativa de Transporte Posorja, con una frecuencia diaria desde las 04h00 hasta las 20h00.</p> <p>Desde Playas a 13 km. de distancia se llega a través de la Cooperativa de Transporte 9 de Marzo, con una frecuencia diaria desde las 06h00 hasta las 19h00.</p>
<p>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p>	<p>La zona cuenta con Agua Potable. La Energía Eléctrica llega a través del Sistema interconectado. Para las aguas servidas utilizan los Pozo séptico.</p>
<p>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p>	<p>Estero de Data de Villamil a 3 km. General Villamil a 9 km.</p>
<p>DIFUSIÓN CON EL ATRACTIVO</p>	<p>Su difusión se encuentra a nivel local.</p>
<p>JERARQUÍA ASIGNADA</p>	<p>3</p>

Anexo 18 Ficha de evaluación de atractivo N° 5

CUADRO 7 Ficha de Evaluación del Atractivo N° 5

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	05
	d) Estado de conservación y/o organización	09
APOYO	a) Acceso	09
	b) Servicios	05
	c) Asociación con otros atractivos	03
SIGNIFICADO		02
	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	53
	TOTAL	

Fuente: Recinto Data de Villamil (2014)

Elaboración: Hugo César Veintimilla Lucín