



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

TEMA:

**“PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO ECONÓMICO PARA LA
PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL NUEVO MALECÓN LAS PALMAS DEL
CANTÓN ESMERALDAS.”**

**Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y
Economía Empresarial**

ELABORADO POR:

Jazmine Del Carmen Encarnación Zambrano

TUTOR

Ec. Uriel Castillo Nazareno, Mgs.

Guayaquil, 30 de septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA
EMPRESARIAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ing. Jazmine Del Carmen Encarnación Zambrano, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Magister en Finanzas y Economía Empresarial.

Guayaquil, 3 de septiembre del 2019

DIRECTOR DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Ec. Uriel Castillo Nazareno, Mgs.

REVISORES:

Ec. Juan López Vera, Mgs.

Ec. Christian Idrovo, Mgs.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Ec. María Teresa Alcívar, PhD.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA
EMPRESARIAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

YO, Jazmine del Carmen Encarnación Zambrano

DECLARO QUE:

El trabajo de investigación titulado: “Plan estratégico de desarrollo económico para la promoción turística del nuevo malecón Las Palmas del cantón Esmeraldas”, previa a la obtención del Grado Académico de Magíster, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo e investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, 3 de septiembre del 2019.

EL AUTOR

Jazmine del Carmen Encarnación Zambrano



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA
EMPRESARIAL**

AUTORIZACIÓN

YO, Jazmine Del Carmen Encarnación Zambrano

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del trabajo de investigación de Maestría titulado: “Plan estratégico de desarrollo económico para la promoción turística del nuevo malecón Las Palmas del Cantón Esmeraldas”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 3 de septiembre del 2019.

EL AUTOR

Jazmine del Carmen Encarnación Zambrano

REPORTE URKUND



Ampliar (Ctrl+0)

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Jazmine Encarnación Zambrano.pdf (D54392283)
Submitted: 7/11/2019 6:58:00 PM
Submitted By: maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec
Significance: 4 %

Sources included in the report:

TESIS FINAL MJ DIAZ.doc (D14997770)
MANRIQUE BAQUE WISTON GUILLERMO.docx (D40831754)
TESIS KEVIN OBANDO.docx (D30450603)
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1491/1/OBANDO%20LARREA%20KEVIN%20ANDR%C3%89S.pdf>
<http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-provincia-de-esmeraldas.html>

Instances where selected sources appear:

38

Agradecimiento

A Dios por las bendiciones derramadas en este largo camino, ser el apoyo y fortaleza en momentos de debilidad y dificultad.

A vuestra Alma máter, Universidad Católica Santiago de Guayaquil institución de enseñanza y del saber, al programa de Maestría en Finanzas y Economía Empresarial, a los catedráticos por impartir todos sus conocimientos y experiencias, de manera muy especial al Ec. Uriel Castillo Nazareno, Mgs. tutor de mi investigación quien me ha guiado con sus valiosos conocimientos, dedicación y paciencia.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a todos mis amigos y colegas que me motivaron a realizar esta maestría y de una u otra forma me ayudaron de una manera desinteresada y que están detrás de esta investigación.

Jazmine Del Carmen Encarnación Zambrano

Dedicatoria

A mis padres Inés y Luis quienes, con su amor incondicional, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir una meta más, gracias por inculcar en mí la perseverancia y valentía, de no temer a las adversidades porque Dios está siempre conmigo.

A mis hijas Marcela y Jazmine por ser mi inspiración y fortaleza para seguir adelante, a mi esposo Marcelo por ser mi motivación y gran pilar en este proceso para llegar al éxito, a mis suegros Narcisa y Marcelo quienes con su apoyo incondicional permitieron que mis viajes sean de mayor tranquilidad cuidando a mis hijas, Dios les pague.

A mis hermanos Ma. Teresa, Rosa, Christian, Karina y Luis por su cariño, consejos y palabras de aliento, tenerme siempre presente en sus oraciones y a cada uno de mis familiares que me dijeron tú puedes.

Jazmine Del Carmen Encarnación Zambrano

Índice

Agradecimiento.....	VI
Índice.....	VIII
Índice de gráficos	XI
Índice de tablas.....	XII
Resumen	XIII
Summary	XIV
Introducción.....	2
CAPÍTULO I	5
Planteamiento de la investigación	5
Antecedentes	5
Problemática	6
Descripción del problema.	6
Formulación del problema.	6
Sistematización del problema.	6
Justificación.....	6
Delimitación.....	7
Preguntas de investigación.....	7
Objetivos.....	7
General.....	7
Específico.....	7
Marco teórico	7
Generalidades y clasificación de turismo.....	7
Individuos o grupo de personas.....	8
Excursionista.....	8
Generalidades y Tipos de Actividades turísticas.	8
Planta turística Para el desarrollo de los servicios turísticos.	9
Calidad de los servicios turísticos.	9
Generalidades y clasificación del patrimonio.....	10
CAPÍTULO 2	11
Marco jurídico.	11
CAPÍTULO 3	15
Metodología inductiva.....	15
Enfoque Cualitativo.....	15
Tipos de la investigación.....	17
Investigación Exploratoria	17
Investigación Descriptiva.	17
Métodos de investigación.	18
Recopilación de información.	18
Observación directa.....	18
Encuesta	18

Entrevista	18
CAPÍTULO 4	19
Diagnóstico del entorno.	19
Análisis de datos.	19
Servicios turísticos de la provincia	22
Entorno Socio – Económico de la ciudad de Esmeraldas.....	25
Aspectos socio económicos de la provincia	27
Indicadores Económicos	28
Ocupación de esmeraldeños por actividad económica.....	29
Nivel de educación en la provincia de Esmeraldas	30
Análisis educacional	30
Economía de Esmeraldas.....	31
Balneario las palmas	31
Información de las encuestas realizadas.	33
Cálculo de la muestra.....	34
Tamaño de la Muestra de los Turistas.	34
Tabulación y encuestas a la población y turistas.....	34
Resultado de las encuestas aplicadas a los moradores del sector.	35
Encuestas realizadas a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el malecón las palmas en la provincia de Esmeraldas.....	43
Análisis de la encuesta.....	50
Capítulo V	52
Propuesta	52
Objetivos.....	52
Objetivo General.....	52
Objetivos específicos.....	53
Justificación.....	53
Resultados esperados.....	53
El turismo como generador de ingresos del balneario las Palmas.	53
Análisis FODA del territorio.	54
Formulación de estrategias	55
Variable FA.....	55
Variable FO	56
Variable DA	57
Variable DO	58
Plan de desarrollo para el balneario de las Palmas	58
Plan de marketing para la promoción del malecón del balneario las palmas.....	59
Estrategia 1	60
Paquete turístico 2.- Mi ciudad tropical Primer día	61
Segundo día.....	61
Estrategia 2	62
Estrategia 3	62
Medios impresos	63
Presupuesto	63

Publicidad Impresa.....	63
Publicidad Móvil.....	64
Costo de publicidad radial.....	64
Costo de mantenimiento en redes.....	64
Estrategia 4	65
Bienes disponibles a presupuestar	65
Estrategia 5	67
Estrategia 6	67
Estrategia 7	67
Cronograma de actividades.....	69
DISCUSIÓN	70
CONCLUSIONES.....	72
RECOMENDACIONES	73
BIBLIOGRAFÍA.....	74

Índice de gráficos

Gráfico 1 Establecimiento registrados	20
Gráfico 2 Número de establecimiento de comidas.....	20
Gráfico 3 Distribución de establecimientos turísticos.....	21
Gráfico 4 Distribución de alojamiento en Esmeraldas cantón Esmeraldas	22
Gráfico 5 Distribución de recreación en la provincia de Esmeraldas cantón Esmeraldas.....	22
Gráfico 6 Distribución de establecimientos de alimentos y bebidas en la provincia de Esmeraldas cantón Esmeraldas	23
Gráfico 7 Distribución de establecimientos de operaciones turísticas en Esmeraldas.....	25
Gráfico 8 Cantones y parroquias de la Provincia de Esmeraldas, Ecuador.....	27
Gráfico 9 División Provincia de Esmeraldas	28
Gráfico 10 División Administrativa provincia de Esmeraldas	28
Gráfico 11 Población Urbana y Rural Provincia de Esmeraldas	29
Gráfico 12 Población activa	29
Gráfico 13 Analfabetismo en Esmeraldas.....	30
Gráfico 14 Nivel de escolaridad en Esmeraldas	30
Gráfico 15 Distribución por edad.....	34
Gráfico 16 Distribución por instrucción	36
Gráfico 17 Condiciones de infraestructura.....	37
Gráfico 18 medio ambiente y paisaje.....	38
Gráfico 19 ¿Cree usted que se debería de hacer una propuesta, para organizar y potenciar los atractivos del balneario las palmas?	39
Gráfico 20 Infraestructura y actividades turísticas	40
Gráfico 21 Servicios turísticos.....	40
Gráfico 22 Economía y calidad de vida.....	40
Gráfico 23 Ordenamiento territorial.....	41
Gráfico 24 Distribución por edad.....	42
Gráfico 25 Distribución por instrucción	43
Gráfico 26 Frecuencia de visita en el balneario	43
Gráfico 27 Negocios ubicados en el balneario.....	44
Gráfico 28 Tarifas de alojamiento en el hotel.....	45
Gráfico 29 Frecuencia de visitas en el malecón	47
Gráfico 30 Servicios de la comunidad.....	48
Gráfico 31 Las Palmas como playas turísticas	48
Gráfico 32 Información promocional	49
Gráfico 33 Presupuesto referencial adquisición de redes.....	65
Gráfico 34 Promoción actividad turística.....	65
Gráfico 35 Cronograma de actividades.....	68

Índice de tablas

Tabla 1 Conceptualización de variables	16
Tabla 2 Distribución por edad	34
Tabla 3 Distribución por instrucción	34
Tabla 4 Condiciones de infraestructura	36
Tabla 5 Medio ambiente y paisaje	37
Tabla 6 ¿Cree usted que se debería de hacer una propuesta, para organizar y potenciar los atractivos del balneario las palmas?	38
Tabla 7 Infraestructura y actividades turísticas	39
Tabla 8 Servicios turísticos	40
Tabla 9 Economía y calidad de vida	40
Tabla 10 Ordenamiento territorial	41
Tabla 11 Distribución por edad	42
Tabla 12 Distribución por instrucción	42
Tabla 13 Frecuencia de visita en el balneario.....	43
Tabla 14 Ubicación de negocios en el balneario.....	44
Tabla 15 Tarifas de alojamiento en el hotel	45
Tabla 16 Frecuencia de visitas en el malecón	46
Tabla 17 Servicios de la comunidad	47
Tabla 18 Las Palmas como playa turística	48
Tabla 19 Información promocional.....	49
Tabla 20 Precio paquete turístico 1	60
Tabla 21 Precio paquete turístico 2	61
Tabla 22 Presupuesto General	62
Tabla 23 Presupuesto publicidad impresa	62
Tabla 24 Presupuesto publicidad móvil	63
Tabla 25 Presupuesto publicidad Radial.....	63
Tabla 26 Costo de mantenimiento en redes	63

Resumen

La importancia de la promoción turística internacional y el deseo de promover el turismo interno en la provincia de Esmeraldas, constituyen la base principal de esta propuesta en la que se busca realizar un plan estratégico de desarrollo económico para la promoción turística del nuevo malecón las Palmas en la provincia de Esmeraldas. El presente trabajo basado en la investigación participativa, se ha involucrado a los principales protagonistas del turismo, como son los microempresarios, dueños y operarios de los locales turísticos en los balnearios del cantón Esmeraldas.

En la presente investigación se ha determinado y analizado, los principales factores que inciden en el desenvolvimiento de las diferentes actividades que ha realizado dicho segmento económico, en especial en el área financiera crediticia, a la vez se han formulado y sugerido estrategias que permita el crecimiento de la provincia, las cuales están enfocadas principalmente en la promoción de los lugares turísticos del cantón Esmeraldas, con lo cual se espera mejorar el nivel de calidad de los bienes y servicios de los dueños de los locales turísticos y por ende el desarrollo social y económico de la provincia verde, orgullo de los ecuatorianos. Para lo cual, se aplicaron métodos y técnicas de investigación a fin de dar cumplimiento al objetivo que es Diseñar un plan estratégico para el malecón “Las Palmas”, que permita mejorar el crecimiento económico y turístico del cantón Esmeraldas.

Palabras claves: Playas, uso turístico, nivel de satisfacción, ordenamiento, económico y ambiental.

Summary

In the present investigation it has been determined and analyzed the main factors that influence the development of the different activities that this economic segment has carried out, especially in the financial credit area, while strategies have been formulated and suggested to allow growth of the province, which are mainly focused on the promotion of the tourist places of the Esmeraldas canton, with which it is expected to improve the quality level of the goods and services of the owners of the tourist premises and therefore the social and economic development of the green province, pride of the Ecuadorians.

To this end, research methods and techniques were applied in order to comply with the objective of designing a strategic plan for the "Las Palmas" boardwalk, which will improve the economic and tourist growth of the Esmeraldas canton.

The importance of international tourism promotion and the desire to promote domestic tourism in the province of Esmeraldas, are the main basis of this proposal in which seeks to make a strategic plan of economic development for the tourist promotion of the new Las Palmas seafront the province of Esmeraldas, The present work based on participatory research, has involved the main protagonists of tourism, such as microentrepreneurs, owners and operators of tourist facilities in the spas of the Esmeraldas canton.

Keywords: Beaches, tourist use, level of satisfaction, order, economic and environment.

Introducción

Cuando se habla de promoción turística surgen una serie de definiciones que acogen este término, se lo podría puntualizar como una estrategia de marketing que tiene como finalidad motivar a las personas, mediante una imagen para consumir un producto turístico, estos son mecanismos claves que conllevan el mensaje de uso y conservación del patrimonio, logrando transformar el turismo interno en un turismo más generoso, por ello, es imprescindible, que se manejen estrategias de promoción turística.

El turismo en el Ecuador al igual que en el mundo entero “es una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades y sus relaciones internacionales; contribuye decisivamente en el desarrollo económico y social de muchos lugares”. (ALVARADO, 2012, pág. 45)

La idea de promoción turística, por lo tanto, es relativa a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante recalcar que la llegada de visitantes a un destino turístico genera ingresos económicos a diferentes sectores, con ello el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores por eso la importancia de gestionar campañas de promoción turística.

“Es imprescindible dar a conocer los destinos a través de la promoción turística, la misma que busca persuadir, e influir en el cliente, para que éste decida visitar un país, una región o un destino turístico de determinado”. (MINTUR, 2019, pág. 1)

La promoción turística se entiende “como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición”. (KOTTLER, 2013, pág. 24)

La promoción turística “son todas las formas que se utilizan para hacer que los clientes se den cuenta de los productos, que agudice sus deseos y estimule la demanda”. (MIDLETTON, 2011, pág. 74)

En el Ecuador la muestra más clara de promoción turística es una de las campañas que lleva a cabo el Ministerio de Turismo con el slogan “All you need is Ecuador”, desde el 1 de abril del 2014, a través de ocho canales de televisión por cable, redes sociales, medios impresos y en la vía pública; llegando a 19 ciudades del mundo, con miras a posicionar al país como destino turístico de clase mundial, mostrando las 4 regiones del país y su mega-diversidad, en un video que dura 30 segundos.

La frase del slogan pertenece al ritmo del clásico tema musical “All you need is love” de la afamada banda inglesa The Beatles, y la campaña está dirigida para invitar a los turistas del mundo a visitar el Ecuador. (ALVARADO, 2012)

Otro evento de promoción se realizó, el 1 de febrero del 2015, en el que el país se promocionó históricamente en el Súper Tazón, el evento deportivo más

grande de los Estados Unidos y uno de los cuatro más vistos a nivel mundial; con un spot de 30 segundos durante el medio tiempo de la final de fútbol americano, el destino Ecuador se promocionó ante millones de norteamericanos.

El comercial mostraba, a través de espectaculares imágenes, lo que el país tiene para ofrecer en sus cuatro mundos: Historia, cultura, aventura e infinitas bellezas naturales. En el actual Gobierno se creó una nueva política de turismo que se aplicará en el Ecuador durante los próximos 4 años, la misma comprende cinco ejes fundamentales para convertir a Ecuador en una potencia turística, seguridad, calidad, destinos, conectividad y promoción, esta última impulso a que el MINTUR contará con dos Vice ministerios, uno de gestión turística y otro exclusivamente de promoción turística.

Según la Planificación Turística del Ecuador hacia el 2020, el país ha emprendido un proceso ampliamente participativo que involucra a los actores directamente relacionados con el turismo de los sectores privados, comunitario y público, para juntos y de manera estratégica lograr que el turismo sostenible sea un eje dinamizador del desarrollo del país y un ejemplo en la gestión del desarrollo turístico equilibrado, con equidad, eficacia y eco-eficiencia; a través del Plan General Estratégico de trabajo y promoción turística en el Ecuador.

Según datos del Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (2014), “las actividades de diversión ocupan el primer lugar en las preferencias de los visitantes internos (45,6%); seguidos por la visita a áreas protegidas (26,1%), y en menor medida por la práctica de deportes (12,2%). El resto de motivaciones son mínimas, destacando los desplazamientos específicos por experiencias gastronómicas; si se anexa deportes, diversión, gastronomía y compras, se podría argumentar que suman 62% en un solo concepto de diversión/distracción de lo que quiere el ecuatoriano en una jornada que puede integrar a familiares o amigos en un ambiente saludable y acogedor”. (TURISTICO, 2018, pág. 89)

Uno de los aspectos importantes que hay que tomar en cuenta en la provincia de Esmeraldas, son las múltiples opciones de turismo que tiene en sus siete cantones de norte a sur ofreciendo un amplio abanico de destinos, algunos de los atractivos están inclusive dentro de las 7 Áreas Protegidas del Ecuador, como La Laguna de Cube, Reserva Marina Galera San Francisco, Refugio de Vida Silvestre Manglares Estuario del Río Esmeraldas, y culturales como: La Fiesta de San Martín de Porres, los Museos, la gastronomía, entre otros.

Todos estos aspectos son fundamentales y sustentan el presente trabajo comunicacional que pretende resaltar el nuevo malecón de las palmas en la provincia de Esmeraldas.

La provincia de Esmeraldas, por su ubicación geográfica se encuentra rodeada de bosques, ríos y mares; sin duda, una mezcla de nacionalidades, pueblos y ecosistemas, estos son la esencia de Esmeraldas y de la atracción que ejerce sobre sus visitantes; es también, la más exuberante al estar cubierta de

estuarios, manglares y bosques tropicales. Sin embargo, la mayor atracción que ofrece es su gente que en mayoría son afro-ecuatorianos, y que aún conservan sus raíces y tradiciones ancestrales, entre las que destacan la vibrante música con 4 los sensuales pasos de la danza tradicional afro ecuatoriana, entonada a través del piano de la selva, la marimba, y si a esto se le suma la gastronomía más compleja y atractiva del Ecuador, se tiene en esta tierra una potencia turística productiva a total disposición para ser promocionada.

Existen atractivos turísticos que la convierte en una de las ofertas más tentadoras al momento de viajar, sin embargo, las escasas estrategias publicitarias y la baja calidad del contenido con la que se promociona a nivel local y nacional, hace que no se desarrollen adecuadamente, para lo cual es necesario potencializarlos utilizando mejores herramientas tecnológicas comunicacionales y talento humano competente, encaminados a mejorar los recursos turísticos y hacerlos productivos en beneficio de la comunidad, por ello se plantea el presente trabajo.

CAPÍTULO I

Planteamiento de la investigación.

Antecedentes.

El Ecuador, se identificó desde su creación como un país mega diverso y que políticamente se estructuró como provincias asentadas en sus regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente e Insular; y, en cada una de sus divisiones políticas se desarrollaron los centros urbanísticos, considerados como capitales provinciales y otras ciudades en función de sus actividades, culturales, sociales, deportivas, que identifican a su población y cada una de ellas buscan mejores formas de vida.

La provincia de Esmeraldas, ubicada en la parte norte del territorio ecuatoriano, con una extensión territorial de 14.893 Km², y su población urbana y rural es de 534.972 habitantes, el 23% es rural y el 77% urbana, distribuidas en las distintas ciudades de la provincia; y, la ciudad de Esmeraldas con una población de 189.504 habitantes y una extensión territorial de 1.351 Km², en área cantonal. (INEC, 2019)

La ciudad de Esmeraldas en su división política formada por parroquias:
Urbanas: 5 de Agosto, Bartolomé Ruíz, Esmeraldas, Luis Tello, Simón Plata.
Rurales: Tabiazo, Tachina, Vuelta Larga, Camarones, Chinca, Carlos Concha, Majua, San Mateo.

El GAD, del cantón Esmeraldas, por norma legal debe atender a todas las parroquias urbanas y rurales, para ello tiene asignado en el Presupuesto General del Estado las partidas presupuestarias necesarias y además tiene la potestad de elaborar ordenanzas que permita recaudar recursos, para atender las necesidades en su desarrollo integral; por este motivo, el malecón "Las Palmas", se constituye en el espacio en el cual se aplicará el plan estratégico de crecimiento integral de la ciudad.

Problemática

Descripción del problema.

De acuerdo a la temática planteada, es necesario que el plan estratégico para el desarrollo económico, para el cantón Esmeraldas, referido específicamente a la incidencia que tiene para la ciudad el malecón “Las Palmas”, esto es necesario plantear objetivos a mediano plazo, con el fin de maximizar los ingresos y los mismos revisarlos en un periodo referencial. Los ingresos obedecen a los convenios de arrendamientos de locales instaurados por el municipio; así como: Permisos y patentes que deben cumplir las instituciones particulares ubicadas a lo largo y ancho del malecón “Las Palmas”, como son: Restaurantes, hotelería, servicio de: tecnologías y transportes, kioscos de: Suvenir, bebidas.

Lo anotado anteriormente es motivo de analizarlo permanentemente con el ánimo de obtener la rentabilidad que repercutirá en beneficio de la atención de los diferentes espacios que presupuestariamente no puede atender el Gobierno Descentralizado y por ello los recursos recabados por el sistema del malecón “Las Palmas”, apoyará en la atención a los sectores desprotegidos con actividades de atención al buen vivir.

Formulación del problema.

¿De qué manera la implementación de un plan estratégico aplicado en el malecón “Las Palmas”, permitirá mejorar el crecimiento económico de la ciudad de Esmeraldas, ¿en el quinquenio 2016 – 2020?

Sistematización del problema.

¿Cómo establecer las estrategias viables en la utilización del malecón “Las Palmas”, para el desarrollo económico del cantón Esmeraldas?

¿Por qué es necesario determinar el potencial mercado de la demanda, a fin de poder atender la oferta del consumidor?

¿Cuál es el mecanismo en la atención oportuna de las necesidades de regeneración de áreas afectadas y ampliación de la oferta turística?

Justificación

El plan estratégico para el desarrollo del malecón “Las Palmas”, como un área de ingresos permanentes y sostenidos se justifica, por la reactivación económica en Esmeraldas y adicional apoyará otras iniciativas estatales en otras áreas similares, como comunidades de Atacames, Súa, Tonsupa, Muisne y otras áreas que desde el punto de vista turístico permitirá captar recursos extrapresupuestarios y de acuerdo a la elaboración de las ordenanzas respectivas. El propósito de la investigación que se realiza, se aplicará a variados sectores del cantón y su entorno de manera indistinta a fin de recabar información que sustente los ajustes de ingresos futuros.

Delimitación

El análisis de factibilidad económica del malecón las Palmas como puerta de entrada del turismo en Esmeraldas. Número de visitas al malecón su desarrollo urbanístico obedece al crecimiento poblacional y a la modernización, la misma que de manera permanente es atendida por la autoridad política elegida por sus habitantes.

Preguntas de investigación

¿Cómo establecer las estrategias viables en la utilización del malecón “¿las Palmas”, para el desarrollo económico del cantón Esmeraldas?

¿Por qué es necesario determinar el potencial mercado de la demanda, a fin de poder atender la oferta del consumidor?

¿Cuál es el mecanismo en la atención oportuna de las necesidades de regeneración de áreas afectadas y ampliación de la oferta turística?

Objetivos

General.

Estudiar las condiciones y potencialidades turísticas de la playa “Las Palmas”, y su malecón, para diseñar una propuesta de plan estratégico que coadyuve al crecimiento empresarial y turístico del balneario.

Específico.

- Determinar los factores y capacidades que impulsen y potencien el turismo del malecón las Palmas.
- Desarrollar una estrategia que oriente la promoción turística en el malecón.
- Analizar la factibilidad financiera de un fortalecimiento turístico del balneario “Las Palmas”.

Marco teórico

Generalidades y clasificación de turismo.

“El turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales” (REYES, 2018). Aunque es una definición sencilla y breve, nos sirve como una idea previa. Varias hipótesis sobre el origen tour, raíz común de las palabras turismo y turista. Una de ellas propone una procedencia hebrea a través de la palabra tour. (CIENTIFICA, 2013, pág. 102)

El turismo “es una abstracción, un concepto del cual todos tenemos distintas interpretaciones, por ende, existen gran variedad de definiciones el cual se da según el enfoque que se le dé al concepto o al ámbito de información de quien las formula. Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento

voluntario y temporal de individuos o grupo de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejerce ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.” (REYES J. C., 2016, pág. 67)

Por las definiciones antes expuestas se puede concluir que el turismo solo existe en un clima de libertad, donde el o los individuos tengan facultades para decidir por ellos mismos cuando y hacia donde desplazarse, y se encuentren en las opciones de que hacer o no hacer.

Individuos o grupo de personas.

Persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada. (BELLA, 2012, pág. 98)

Se puede indicar que el individuo o turista es el visitante que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito se define como:

Excursionista.

Se le considera un visitante temporal que permanece menos de 24 horas en el país visitado. Incluye a los viajeros del crucero.

Generalidades y Tipos de Actividades turísticas.

“Actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico.” (RODRIGUEZ, 2013, pág. 95)

Las actividades turísticas son las acciones que pueden realizar los turistas durante su permanencia en el lugar visitado. Estas actividades ofrecen al visitante ocupar su tiempo libre o de ocio. Los turistas pueden realizar durante su permanencia distintas actividades como las de artes y las deportivas, como competencias o campeonatos. También se puede realizar práctica de deportes tradicionales como la caza, la pesca, deportes náuticos, de aventura, como el parapente, rafting, kayak, esquí entre otros, además actividades de aventura como los safaris, cicloturismo, trekking, senderismo, etc. y actividades de excursionismo o contacto con la naturaleza como el turismo rural, balnearios, etc.

“Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El atractivo turístico se puede definir como cualquier punto o recurso del patrimonio natural y cultural de algún lugar que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. (CARDENAS, 2016)

Los atractivos turísticos están vinculados con los recursos naturales del país y se integra lo que se puede ofrecer a los visitantes o turistas. También se los clasifica en cinco grupos:

1. Sitios Naturales.

2. Museos y Manifestaciones culturales e históricas.
3. Folklore.
4. Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas.
5. Acontecimientos Programados.

Planta turística Para el desarrollo de los servicios turísticos.

Es necesario contar con atractivos turísticos de diferente naturaleza, infraestructura básica y la planta turística. Estos elementos en conjunto caracterizan e identifican al producto turístico. Por ello la planta turística requiere ser planificada en función del entorno y de los requerimientos, gustos y preferencias de los turistas, para alcanzar un alto grado de satisfacción y generar una experiencia única. Los elementos que componen la planta turística se dividen en diferentes categorías según los servicios ofrecidos, el personal involucrado, el diseño de la infraestructura, la ubicación, la especialización, los procesos administrativos y operativos, así como también el mercado bajo el cual se van a establecer las tarifas y demás esquemas relacionados al funcionamiento.

Calidad de los servicios turísticos.

Conjunto de características que poseen un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. (LUIS, 2001, pág. 105)

La calidad en los servicios turísticos es el factor más importante, porque determina el nivel de competitividad. El cliente cuando contrata un servicio, busca satisfacer una necesidad en un tiempo determinado y con un precio acorde. Del nivel de satisfacción obtenido el cliente le otorgará un valor al servicio.

Las normas ISO indican algunas variables de la importancia de estar atentos a la calidad del servicio entre las cuales se menciona:

- Mejorar la prestación del servicio y la satisfacción del cliente.
- Mejorar la productividad, la eficacia y reducir costes.
- Mejorar el mercado.

El cumplimiento de estas variables requiere de un personal altamente motivado, que ofrezca al cliente una experiencia de servicio tan agradable que supere sus expectativas y satisfaga su percepción.

- Comunicación cliente-cliente: En base a la percepción del cliente se generan comentarios que dependiendo de su naturaleza pueden tener una buena o mala repercusión para la empresa.
- Necesidades personales: Las necesidades de los clientes son subjetivas, debido a esto los servicios que se ofertan deben superar cualquier expectativa e ir siempre más allá de ella.
- Experiencias anteriores: Las experiencias previas tanto agradables como desagradables, siempre generan en el cliente mayores expectativas en las contrataciones de servicio futuras.

- Comunicación externa: La conforman diferentes elementos como por ejemplo la publicidad, la imagen que proyectan las instalaciones y el precio.
- La suma de estos elementos hace que el cliente compare sus expectativas con las tarifas ofrecidas y en base a esto valore el servicio.

Generalidades y clasificación del patrimonio.

El concepto de Patrimonio Cultural según Harrison (1994), Prats (1998), Ballart y Juan- Tresseras (2001) y Hernández (2002) (citados por Velasco, 2009) indica que: Es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Son bienes tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico, los que les hace merecedores de una especial protección no solo relacionada con su conservación sino también con el uso que se pueda hacer a ellos. (Artal Castells, 2014, pág. 89)

Intangible. - El patrimonio intangible se puede definir como el conjunto de formas de cultura tradicional y popular.

Estas tradiciones se emiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ella las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el habitat. (Armstrong, 2017, pág. 34)

Patrimonio Cultural. – El patrimonio cultural comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, sugeridas del alma, y el conjunto de valores. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de los pueblos, así como: La lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos.

CAPÍTULO 2

Marco jurídico.

Las Palmas dentro de la parroquia Luis Tello en el cantón Esmeraldas, provincia de Esmeraldas; como tal requiere del trabajo conjunto de diversas áreas productivas como de la agricultura, construcción, hotelería, municipio, cámaras de comercio y demás sectores públicos y privados agentes del desarrollo productivo de una localidad, para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas. Todo desarrollo turístico debe estar relacionado con los factores de sustentabilidad como son: calidad, continuidad y equilibrio.

La Ley Orgánica de Turismo del Ecuador se crea mediante el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, y que fue modificada al incorporarse disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República del Ecuador.

El Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, por lo que dentro de las generalidades más importantes de esta ley se destacan:

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a

los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría.
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autorización por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor a falta de otra.
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización perteneciente al Ministerio de Coordinación de Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados establece dentro de sus objetivos literales.

Así mismo dentro de esta ley se encuentra el numeral 5.- Disposiciones especiales de los gobiernos municipales: El Código unifica y compila todas las leyes existentes de los GAD razón por la cual se revisó y actualizó para la Ley Orgánica de Régimen Municipal. Las modificaciones más relevantes de la ley: a) Se elevó el techo del tributo de la patente de cinco mil dólares (5.000 dólares) a veinte y cinco mil dólares (25.000 dólares); b) se actualizaron las normas de fraccionamientos por parcelaciones; c) se precisó más la competencia exclusiva de los gobiernos municipales de control y uso del suelo, diferenciándole de la competencia concurrente de ordenamiento territorial; d) se actualizaron las normas sobre las áreas verdes y comunales. (VANEGAS, 2000, pág. 76)

El artículo 3 cita los Principios del Cootad y dentro de este se enmarca el literal E) Sustentabilidad del desarrollo. - Los gobiernos autónomos descentralizados priorizarán las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios. La aplicación de este principio conlleva asumir una visión integral, asegurando los aspectos sociales, económicos, ambientales, culturales e institucionales, armonizados con el territorio y aportarán al desarrollo justo y equitativo de todo el país. (ARAGUNDI, 2014, pág. 77)

El gobierno ecuatoriano, busca establecer al Ecuador como uno de los principales destinos del mundo, para esto se debe de lograr una sostenibilidad en el turismo a nivel nacional como internacional.

Siguiendo lo publicado por Ochoa Tocachi (2012) en el artículo Retos del Turismo en Ecuador, se menciona que el Ecuador es sumamente rico y está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el país con mayor biodiversidad por km² del mundo. (DANIELS, 2012, pág. 102)

En Ecuador existen 26 áreas protegidas por el estado, sus cuatro regiones ofrecen un clima variado, paisajes y experiencias inigualables para el turista. Esto ha permitido que en el país exista un constante crecimiento del sector turístico. Sin embargo, este crecimiento, ha sido menor que el de otros países y también y a su vez el de otros sectores económicos del país.

El turismo en el Ecuador representa un sector económico muy importante, tanto que dentro del PLANDETUR 2020 se lo reconoce como “un importante mecanismo de dinamización de las economías locales y de la distribución de la riqueza”. (FAO, 2013, pág. 88)

Según el Ministerio de Turismo de Ecuador Mintur, en el 2010 los viajes turísticos internos se aproximan a los 11 millones. El turismo generó 90.512 empleos a nivel nacional y se estima una inversión privada de \$ 86 MM en los próximos 10 años. (ALVARADO, 2012, pág. 101)

El "Plan de Marketing" del País, elaborado por el gobierno actual, se desarrolló en base de tres pasos: Diagnóstico de la situación actual, desarrollo de una estrategia de mercado y planteamiento de una estrategia de producto.

Entre los mercados claves se incluye a Estados Unidos, Alemania, España y países vecinos como Perú y Colombia; los "mercados complementarios o potenciales clientes", apuntan a Europa Occidental (Francia, Italia, Inglaterra, Bielorrusia), en el Cono Sur (Chile, Argentina, Brasil) y Canadá. El "mercado de oportunidades" fija sus metas en Venezuela y Panamá. (FAO, 2013).

Como parte del desarrollo económico del país apostado hacia el turismo es necesario implementar el cambio en la matriz productiva que promueve el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), el cual ha sido plasmado en la Agenda de la Transformación Productiva (del Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, MCPEC) donde, indudablemente, el turismo juega un rol central debido a la más grande riqueza que tiene el país: Su biodiversidad. Lo que ha ocasionado que de las 7 regiones que consta en la Agenda, la actividad turística se ha priorizado en todas ellas.

La Ley Orgánica económica, popular y solidaria (normativa que reconoce legalmente la existencia de este subsector económico) además de realizar un conjunto de incentivos entre los que se pueden definir como emprendimientos y líneas de financiación para los mismos, define que pueden y deben ser canalizados, hacia un ejercicio turístico responsable. Mediante el plan integral de promoción turística ecuatoriana, se busca promocionar, fomentar e impulsar el potencial turístico del Ecuador y la apertura de este mercado dentro de la región

a través de información de sitios ecológicos y urbanos con imágenes que brinda la posibilidad a las empresas turísticas de ofertar sus servicios en los diferentes países de la región y el mundo.

La cercanía en la que se encuentran los distintos destinos a visitar "permiten al turista tener diversas vivencias en diferentes 'mundos' en tiempo récord". La modalidad de "multidestinos" es uno de los principales enfoques que contiene el "Proyecto de Actualización del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2010-2014". Con el cual se pretende "aprovechar la mega-concentración turística del territorio ecuatoriano, las Islas Galápagos están catalogadas entre las más importantes a escala mundial, al igual que la Amazonía dentro del segmento bosques y parques naturales; asimismo los Andes y la Costa guardan imponentes paisajes naturales y una amplia riqueza cultural. (CARRAZCO, 2013, pág. 84)

El turismo costero es uno de los sectores de más rápido crecimiento en la industria del turismo. Las costas y los océanos están siendo fuertemente impactados por el desarrollo asociado al turismo de gran escala; pero la idea es promocionar no sólo uno de los destinos, sino mezclar en diversos paquetes varios de ellos para que los diferentes segmentos turísticos tengan la opción de experimentar diferentes actividades al mismo tiempo; de igual manera en el ámbito nacional, el proyecto apunta al turista ecuatoriano, tanto los excursionistas como el turismo social, "que permite a las personas de escasos recursos acceder a los atractivos turísticos" que brinda el país.

CAPÍTULO 3

Metodología inductiva.

La investigación de mercado es la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing. (MALHOTRA, 2015, pág. 98)

La investigación de mercado se realiza con la finalidad de proporcionar la información necesaria y tomar decisiones de marketing. La misma arroja información sólida, entre las variables controlables podemos citar el producto, la fijación de precios, promoción y distribución.

De acuerdo a la temática planteada, es necesario que el plan estratégico para el desarrollo económico, para el cantón Esmeraldas, referido específicamente a la incidencia que tiene para la ciudad el malecón “Las Palmas”, esto es necesario plantear objetivos a mediano plazo, con el fin de maximizar los ingresos y los mismos revisarlos en un periodo referencial. Las características de una investigación cualitativa.

La investigación de la problemática en el sector está marcada en el nivel de interacción con los individuos, mediante la cual se va a recopilar la información la cual es recabada y manipulada solo por el investigador sin la intervención de otros agentes. Adicional el método deductivo requiere de algunos meses para su desarrollo y conclusión. Además, se tomará en cuenta el método cualitativo el cual está basado en toda la información numérica y estadística que se obtiene de fuentes confiables de los organismos del control. Sin embargo, hay que tomar en cuenta la validez de la información y la cantidad necesaria de la misma.

Enfoque Cualitativo.

Existen dos tipos de enfoques para llevar a cabo un proceso de investigación: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo.

En su estudio Hernández (2010) establece la principal diferencia entre los enfoques cuantitativo y cualitativo: El enfoque cualitativo busca principalmente “dispersión o expansión” de los datos e información, mientras que el enfoque cuantitativo pretende intencionalmente “acotar” la información (medir con precisión las variables del estudio).

Se define a la investigación como el “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno”. (QUEZADA, 2012, pág. 45). El enfoque del presente proyecto de investigación es cuantitativo.

Tabla 1 Conceptualización de variables

Variable Independientes	Dependiente Variables	Variables Intervinientes
Desarrollo del Turismo Local	Recursos y Atractivos Turísticos del cantón Plan de Desarrollo Turístico	Inversión Promoción turística Infraestructura turística Población Turistas

Desarrollo del Turismo Local: Se conceptualiza en función al crecimiento de las actividades turísticas como: La gastronomía, oferta cultural y de ocio, hostelería, entre otros. Todas estas actividades están vinculadas entre sí y generan el desarrollo local de la comunidad.

Recursos atractivos turísticos: Corresponde a aquellos recursos distintivos de la localidad como la gastronomía y fiestas patronales y su conjunto de atractivos naturales y culturales que se describirán posteriormente

- Propuesta de Desarrollo: Consiste en una propuesta de desarrollo turístico para ofrecer servicios turísticos de calidad y promover el turismo local. Para lo cual es necesario en primer lugar identificar los principales problemas que impiden el desarrollo turístico; en segundo lugar, mediante un estudio de mercado determinar los atractivos y actividades de preferencia de los turistas. Finalmente, evaluar el impacto económico, social y turístico que generaría la propuesta de ser implementada.
- Inversión Turística en el cantón: Es la inversión realizada por parte de las autoridades locales, Gobierno Provincial del Guayas, Ministerio de Turismo y sector privado. En la medida de su participación el resultado será beneficioso para la comunidad.
- Promoción Turística: Es de vital importancia dar a conocer un destino turístico para generar el volumen adecuado de afluencia de turistas al lugar. La promoción turística interviene positivamente beneficiando al desarrollo local.
- Infraestructura Turística: Incluye las obras básicas ejecutadas en el cantón como: Terminales de transporte, estaciones de tren, vías de acceso, gasolineras, telefonía, agua potable, alcantarillado, energía, centros de salud, entre otros. Identificar dicha infraestructura permitirá determinar el potencial de este destino como una opción viable, ya que al contar con una oferta completa se puede garantizar la seguridad y comodidad del turista durante su visita al lugar.
- Población: Está constituida por los habitantes del cantón, quienes contribuirán en el desarrollo del presente proyecto.

- **Turistas:** Son aquellas personas que, por motivos de ocio, buscan satisfacer esta necesidad desplazándose de su lugar de origen. Por medio de un plan de desarrollo turístico que incluya los principales recursos turísticos naturales y culturales, se promueve el desarrollo del turismo local en el cantón Yaguachi; para lo cual se analizarán las principales variables intervinientes como son: Inversión, promoción e infraestructura turística, población y turistas.

Los beneficios de la presente propuesta están dirigidos a la comunidad local, quienes a través de su ejecución podrán reforzar su identidad cultural y a partir de ello, gestionar el desarrollo sustentable de su localidad.

Tipos de la investigación.

Los tipos de investigación que se aplicaron para esta investigación son la investigación de campo y la cualitativa.

La investigación cualitativa no está estructurada, es exploratoria, se basa en muestras pequeñas y aplica técnicas conocidas como grupos focales (entrevistas en grupo) asociación de palabras y entrevistas de profundidad. También se aplicarán otras técnicas de investigación exploratoria, como las encuestas piloto con muestras pequeñas.

La elección de estos tipos de investigación se justifica se busca recolectar información primaria, por sondeos entre los pobladores para conocer los principales problemas que aqueja a la localidad, y por medio de la investigación cualitativa porque a partir de dicha información se elaboraron encuestas y entrevistas que permitieron identificar y describir los atractivos y actividades con potencial turístico y así definir las propuestas de desarrollo que sean propicias para generar un impacto positivo a la comuna de las Palmas en la provincia de Manabí.

Investigación Exploratoria.

El objetivo de esta investigación es explorar o examinar un problema o una situación para proporcionar conocimiento o entendimiento. (ARAGUNDI, 2014, pág. 87)

Se pretende utilizar la investigación exploratoria con el fin de formular o definir el problema que tiene la comuna con una mayor precisión identificando las diversas acciones a seguir con el objetivo de establecer el método correcto para enfrentar el problema estableciendo prioridades de investigación posterior que fomente al crecimiento económico de la comunidad y su población.

Investigación Descriptiva.

Como su nombre lo indica el principal objetivo de esta investigación es describir algo, por lo general características o funciones de mercado. Por medio de la investigación descriptiva se va a describir las características de grupos relevantes y el porcentaje de la población específica que requiera un servicio para

así determinar las percepciones de cada uno de ellos y realizar pronósticos específicos.

Métodos de investigación.

En este trabajo se ha elegido el método deductivo, puesto que permite analizar la necesidad del desarrollo del turismo en la ciudad de Esmeraldas y su problemática, y así mismo realizar un análisis general y específico del tema para definir las propuestas de desarrollo adecuadas.

Recopilación de información.

Las técnicas de recolección de información primaria utilizadas para esta investigación fueron: Observación directa, encuestas y entrevistas.

Observación directa.

“La observación directa cada día cobra mayor credibilidad y su uso tiende a generalizarse, debido a que permite obtener información directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado.” (CIENTIFICA, 2013, pág. 90)

La investigación por observación permitió levantar información para elaborar las fichas de inventario, y el sondeo en base al cual se pudieron identificar preliminarmente algunas debilidades y deficiencias planteadas en este proyecto.

Encuesta.

La encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica. (CARDENAS, 2016)

Por lo tanto, este método para obtener información se basa en una serie de preguntas en donde las personas son interrogadas o encuestados las preguntas están relacionadas con el tema de estudio. Este método se utiliza para conocer actitudes, conocimiento, motivación y características demográficas y estilos de vida de un determinado grupo de individuos. Esto se conoce como un proceso de investigación directa.

Entrevista.

A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta”. (CIENTIFICA, 2013, pág. 83)

Se realizarán entrevistas a las personas directas e influyentes del sector como delegados de la junta parroquial y del cantón para conocer los trabajos realizados hasta la actualidad y de esta manera revisar como podemos mejorar las propuestas de marketing y publicidad que se están desarrollando en el sector.

CAPÍTULO 4

Diagnóstico del entorno.

Análisis de datos.

El turismo es un factor clave para lograr la reducción de la pobreza, este se basa en la habilitación de fuentes de trabajo y por lo tanto es de vital importancia en la economía de una provincia y del país. La promoción de actividades turísticas en zonas de bajo nivel de renta, ayuda a mejorar la situación que se presenta en estos lugares. Por lo tanto, debe ser considerado como una fuente importante de crecimiento económico en los países en vías de desarrollo, los gobiernos están invirtiendo considerables sumas de dinero en este sector turístico con la finalidad de promocionar al país como un paraíso de diversos climas, flora y fauna.

En el Ecuador, la provincia de Esmeraldas es parte de esta promoción, a través de la presentación de sus paisajes, gente amable y vegetación exuberante. La ciudad de Esmeraldas, capital de la provincia verde, cuenta con una población de 534.972 habitantes, casi medio millón de personas, según el VI Censo de Población y VII de vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), en noviembre del 2010, Esmeraldas es considerada un pueblo de pescadores y artesanos pero posee una gran variedad de playas, además de excelentes lugares para la práctica de deportes acuáticos, sitios arqueológicos, parques nacionales, áreas protegidas y gastronomía exquisita que en conjunto se involucran en el desarrollo económico –turístico que se genera en esta población.

Además, tiene una importante infraestructura hotelera. La región se caracteriza por un clima tropical húmedo. En la provincia de Esmeraldas a 10 minutos de la ciudad, están ubicadas las Palmas. Esta playa cuenta con una gran extensión y ser visitada por centenares de viajeros tanto nacionales como extranjeros que gustan de fina arena blanca y oleaje tranquilo.

En este balneario se puede hacer diferentes actividades deportivas y recreacionales siendo el de mayor atracción el avistamiento de ballenas jorobadas. El turismo en esta localidad es considerado como un factor decisivo para el desarrollo tanto económico así también como social de este balneario y sus alrededores, permitiendo la inclusión de este sitio como atractivo turístico con promoción nacional e internacional. Este balneario goza de excelente posibilidad para los negocios, la cultura, la recreación, gastronomía, religión y además se integra con la oferta turística de la región.

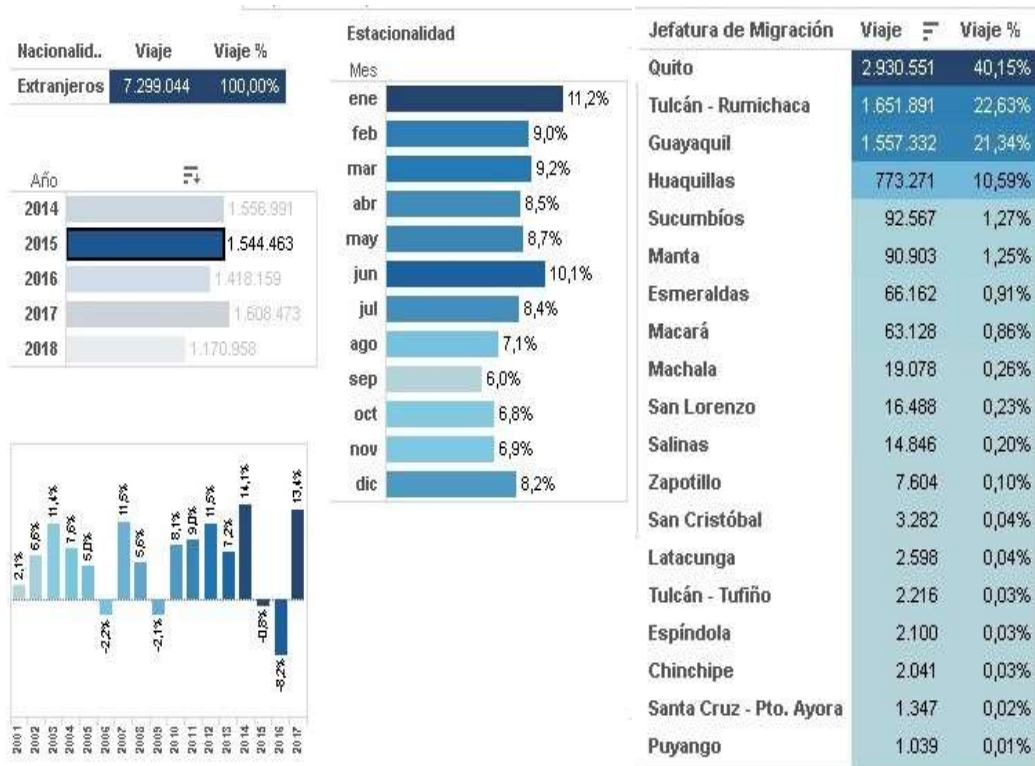
La reactivación turística y económica de este balneario se vería positivamente afectada a través del impulso de varios proyectos los cuales deben ser fomentados por el gobierno local y central, ocasionando generación de

empleo, inversión local y extranjera, desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; dejando como fruto la regeneración urbana del balneario y la reactivación de las empresas tradicionales ubicadas en la ciudad.

Entre las alternativas que se puede mencionar como soluciones al tema planteado, se deberá impulsar un plan estratégico que utilice todos los recursos naturales para incentivar el turismo de este balneario, realizando los recursos intangibles de valor incalculable como las fiestas, folklor, danzas, gastronomía, cultura, artesanías, etc. Con esto se busca obtener inversión en el desarrollo de restaurantes, sitios de diversión, entretenimiento, hoteles, etc., para este sector. De acuerdo a la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR, en el 2018 se registraron 2'428.536 llegadas provisionales de extranjeros al país, lo cual representa un crecimiento del 14% en relación al 2017, y que en dólares significa \$1,204.5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% en relación al año 2016. (Asociación, 214) Es decir que es un sector en constante crecimiento, durante el feriado de fin de año, se generó una dinamización económica de 50 millones de dólares y se estima que se realizaron más de 904 mil viajes a escala nacional, las cifras representan un incremento de 25% y 27% respectivamente, en relación al año anterior.

Conforme a los resultados definitivos proporcionados por la Coordinación de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, las cinco principales provincias visitadas fueron: Guayas (18.6%), Santa Elena (16.9%), Manabí (15%), Pichincha (12.7%) y Esmeraldas (8.8%), es decir, la mayor cantidad de viajes se realizó a las provincias ubicadas en la región costa, representando el 59.3% del total de viajes. El sector hotelero obtuvo una tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento a nivel nacional del 42% con una tarifa promedio por habitación de \$61 dólares, asimismo, el gasto promedio fue de \$55 por viaje. (MINTUR, 2018, pág. 2)

Gráfico 1 Establecimiento registrados



Fuente: Ministerio de turismo 2018

Como se puede observar en el gráfico anterior muestra el ingreso de los extranjeros al país donde el 0,91% de los turistas escogieron la provincia verde para vacacional convirtiendo a Esmeraldas en el séptimo lugar de mayor destino turístico a nivel nacional, el mayor auge de turismo se da en el mes de enero.

Sin embargo, durante los últimos meses existen ciertos aspectos como el arribo a Manta de los navieros (cruceiros) Prinsedam, Marina y Silver Muse con 2,594 pasajeros y 1,660 tripulantes, quienes conocieron algunos de los atractivos turísticos de Manta.

Gráfico 2 Número de establecimiento de comidas



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Subempleo y Desempleo (ENEMDU)

Elaboración: Instituto de estadísticas y censos

Tomado de: Ministerio de la pequeña industria

Se muestra los resultados trimestrales de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) para el empleo en la actividad Hoteles y Restaurantes, por zona, provincia, sexo y auto identificación étnica, así como el aporte porcentual al empleo total. Según los datos proporcionados del ministerio de turismo, se refleja un total de 463.320 empleados en la industria d turismo, tanto en alojamientos como en el servicio de turismo en el IV trimestre del 2018, y un 2% de contribución directa de turismo al PIB del Ecuador.

Servicios turísticos de la provincia

Gráfico 3 Distribución de establecimientos turísticos



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Subempleo y Desempleo (ENEMDU)
Elaboración Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)

En el Gráfico anterior se observa un total de 25.931 establecimientos que existen en el país, la actividad de intermediación corresponde a agencias de viaje (Duales, internacionales, mayoristas y de operación) Centro de convenciones, organizadores de eventos, congresos, banquetes y salas de recepción. El ítem de alojamiento incluye hoteles y de recreación comprende las actividades de Boleras, centro de recreación, Hipódromo, pista de patinaje, Termas y balnearios.

Gráfico 4 Distribución de alojamiento en Esmeraldas cantón Esmeraldas

PROVINCIA	Regist.	Habitaci.	Camas	Plazas Camas	Mesas	Plazas Mesas	CLASIFICACION	Reg.	Habitaci.	Camas	Plazas Camas	Mesas	Plazas Mesas
AZUAY	264	4.041	8.838	9.822									
BOLIVAR	27	521	1.006	1.238									
CARCHI	26	665	1.432	1.490			HOSTAL	13,0	251,0	389,0	457,0		
CAÑAR	35	738	1.213	1.338									
CHIMBORAZO	88	1.791	3.754	3.929									
COTOPAXI	99	1.640	3.153	3.547									
EL ORO	102	2.570	4.181	4.767									
ESMERALDAS	136	3.618	9.211	11.400			HOTEL	7,0	229,0	444,0	545,0		
GALÁPAGOS	317	3.253	7.357	7.582									
GUAYAS	188	7.111	11.855	15.437									
IMBABURA	137	2.967	5.803	6.736			HOSTERIA	6,0	97,0	265,0	315,0		
LOJA	113	2.400	4.111	4.485									
LOS RÍOS	41	920	1.651	1.984									

Fuente: Encuesta Ministerio de Turismo 2018 (MINTUR)

Elaboración: Encuesta Ministerio de Turismo 2018 (MINTUR)

Como se observa en el Gráfico en la provincia de Esmeraldas existen un total de 136 establecimientos registrados, en el cantón mientras que en el cantón de Esmeraldas en donde se encuentra el balneario de las Palmas. Existe un total de 25 alojamientos entre hostales, hosterías y hoteles.

Gráfico 5 Distribución de recreación en la provincia de Esmeraldas cantón Esmeraldas

DISTRIBUCIÓN POR POR CLASE Y CATEGORÍA	
PROVINCIA	CANTÓN
ESMERALDAS	(Todo)
SUBACTIVIDAD	REGISTROS
TERMAS Y BALNEARIOS	9
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	1

SUBACTIVIDAD: **BOLERA**
REGISTROS: **6**

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Subempleo y Desempleo (ENEMDU)

Elaboración: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)

Hasta el último censo registrado existen un total 9 termas y balnearios y 1 centro de recreación turístico en el cantón Esmeraldas.

En la provincia de Esmeraldas se registra un total de 192 establecimientos de los cuales en el cantón se han registrado 92, los cuales se dividen en 7 bares, 2 cafeterías, 2 discotecas, 11 Fuentes de soda y 70 restaurantes, los mismos que son de primera, segunda, tercera y cuarta categoría.

Gráfico 6 Distribución de establecimientos de alimentos y bebidas en la provincia de Esmeraldas cantón Esmeraldas

CATEGORÍA	Regist.	Habita..	Camas	Plaza Camas	Mesas	Plazas Mesas
PRIMERA	5				45	180
SEGUNDA	25				327	1.308
TERCERA	54				616	2.446
CUARTA	8				78	300
Total general	92				1.066	4.234

CLASIFICACION	Regist.	Habita..	Camas	Plaza Camas	Mesas	Plazas Mesas
BAR	7				108	432
CAFETERÍA	2				21	84
DISCOTECA	2				12	48
FUENTE DE SODA	11				90	342
RESTAURANTE	70				835	3.328

Fuente: Encuesta Ministerio de Turismo 2018 (MINTUR)
 Elaboración: Encuesta Ministerio de Turismo 2018 (MINTUR)

Gráfico 7 Distribución de establecimientos de operaciones turísticas en Esmeraldas

PROVINCIA	Regist.	Habitac.	Camas	Plazo Camas	Mesas	Plazas Mesas
AZUAY	129					
BOLÍVAR	2					
CARCHI	2					
CAÑAR	19					
CHIMBORAZO	30					
COTOPAXI	21					
EL ORO	45					
ESMERALDAS	8					
GALÁPAGOS	150					
GUAYAS	303					
IMBABURA	44					
LOJA	27					
LOS RÍOS	6					
MANABI	106					
MORONA SANTI...	10					
NAPO	49					
ORELLANA	8					
PASTAZA	7					

CLASIFICACION	Reg.	Habita.	Camas	Plazo Camas	Mesas	Plazas Mesas
OPERADOR TURÍSTICO	2,000					
AGENCIA DE VIAJES MAYORISTA	1,000					
AGENCIA DE VIAJES INTERNACIONAL	1,000					
AGENCIA DE VIAJES DUAL	1,000					
CATEGORÍA	Regist.	Habita.	Camas	Plazo	Mesas	Plazas
ÚNICA	5					

Fuente: Encuesta Ministerio de Turismo 2018 (MINTUR)

Elaboración: Encuesta Ministerio de Turismo 2018 (MINTUR)

En Esmeraldas existe un total de 8 establecimientos registrados, dedicados al turismo de operaciones de los cuales un total de 5 establecimientos se encuentran en el cantón de Esmeraldas, en el que hay 1 operador turístico, 1 agencia de viajes internacionales y 1 agencia de viajes dual.

Entorno Socio – Económico de la ciudad de Esmeraldas.

El Ecuador es un país rico en recursos naturales, por lo que es importante señalar que el turismo se ha convertido en uno de los sectores más importantes que promueven el desarrollo económico y social del país y de cada una de sus regiones del mismo. Repotenciando los ingresos que se generan en las diversas provincias y ciudades como es el caso de Esmeraldas. El turismo ofrece a la población varias alternativas de reactivación económica y generación de empleo, con esto es necesario que se fomente la inversión local y extranjera, lo que atrae a turistas propios y extraños a visitar hoteles degustar de una exquisita

gastronomía que va del mar a la mesa, diversión diurna y nocturna, etc.

Escritores esmeraldeños como Julio Estupiñán Tello y Antonio Preciado, han revalorizado la aportación negra al desarrollo cultural y han afianzado los valores propios de su raza (rebeldía, sentido de independencia) y sus manifestaciones culturales que se plasman en la música, el baile y la poesía. Esmeraldas es uno de los centros de comercio dedicados a la agricultura y la madera, por lo que para lograr comunicar a la ciudad y provincia con el resto del Ecuador y el mundo. Don Pedro Vicente Maldonado dedicó siete años a abrir un camino de herradura pasando a comunicar Esmeraldas con la sierra al establecerse un embarcadero en la confluencia de los ríos Teone y Blanco. (MIDDLETON, 2011, pág. 45)

Las artesanías han sido un medio alternativo que han encontrado los pueblos para darse a conocer al mundo y generar una sustentación económica. Por medio de éstas cuentan su historia, su cultura y ponen en marcha su creatividad. Son una manifestación de la identidad propia de cada pueblo y comunidad. (BELLA, 2012, pág. 98)

Las microempresas dedicadas a la artesanía pueden representar una cuarta parte de las microempresas del mundo en desarrollo (MORALES, 2015, pág. 113)

Estas se consideran importantes porque generan una cadena de beneficios bastante interesante, aquí los productores reciben el beneficio de su producto de manera directa, con esto se genera empleo mediante la participación de grandes grupos de personas que son parte de la misma comunidad.

En actualidad el Gobierno ha dado al sector turístico la importancia que este se merece considerándolo como uno de los ejes estratégicos del “desarrollo económico social y ambiental del Ecuador conforme lo establece el Ministerio de Turismo. (INDUSTRIA, 2008, pág. 2)

Dentro de la provincia verde existen grandes lugares y atractivos naturales a visitar entre los que se pueden citar:

Playa Las Palmas	Tonsupa
Atacames	Súa
Muisne	Same
Mompiche	San Lorenzo
Eloy Alfaro	Río Verde
Quinindé	Las Peñas
La Tola, Isla	La Tolita Borbón
Playa de Oro	Playa Escondida

Gráfico 8 Cantones y parroquias de la Provincia de Esmeraldas, Ecuador

Provincia	Cantones	Parroquia
ESMERALDAS	1.- Esmeraldas	San
		Camarone
		Tachin
		Chinc
		Carlos
		Maju
		Tabiaz
		Tachin
	Vuelta	
	2.- Eloy Alfaro	Valdez
		Pampanal
		Bolíva
		La Borbó
	3.- San Lorenzo	5 de
		Ancó
		Mataj
		Tambill
		Alto
		Caldero
		Carondele
		Concepció
		Mataj
		Santa
		Cachav
4.- Rio Verde	Tululb	
	Urbín	
	Chontadu	
	Lagart	
5.- Atacames	Montalv	
	Rocafuert	
	Chumund	
	Tonsup	
6.- Muisne	Sú	
	Galer	

Fuente. Adaptado de: Gobierno Provincial

Elaborado por: Jazmine Encarnación Zambrano

Aspectos socio económicos de la provincia

Esmeraldas está localizada en la zona occidental de la frontera norte del Ecuador, hacia el Océano Pacífico, con una extensión de 15.371 km². Limita por el norte con el Departamento de Nariño (Colombia); por el sur con las provincias de Manabí, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas e Imbabura; por el este con las provincias de Imbabura y Carchi; y al oeste con el Océano Pacífico, conforme a la información publicada en el portal web de la prefectura de Esmeraldas y el documento Plan de Desarrollo de la Provincia de Esmeraldas y conforme se observa en la siguiente figura. (BELLA, 2012, pág. 67)

Gráfico 8 División Provincia de Esmeraldas



Fuente: Zonu.com, s.f.

Esmeraldas está administrativamente en siete cantones, cada uno con su cabecera cantonal, un número de parroquias urbanas y otro de parroquias rurales adscritas.

Gráfico 9 División Administrativa provincia de Esmeraldas

Región	Cantones	Extensión Km ²	Población Habitantes	División Política
Provincia de Esmeraldas ¹	Esmeraldas (Capital Provincial)	1.348,4	157.792	Parroquias urbanas: Simón Plata Torres, Esmeraldas, 5 de Agosto, Luis Tello, Bartolomé Ruiz. Rurales: Camarones, Crnl. Carlos Concha T. Chinca, Majua, San Mateo, Tabiazo, Tachina y Vuelta Larga
	Atacames	507,2	30.267	Parroquia urbana: Atacames. Rurales: Tonsupa, Súa, Tonchigüe y La Unión
	San Lorenzo	3.086	28.180	Parroquia urbana San Lorenzo. Rurales: Tambillo, Tuiulbí, Calderón, Carondelet, Santa Rita, Alto Tambo, Cinco de Junio, Concepción, Mataje, Ancón, Urbina, San Javier de Cachaví
	Eloy Alfaro	4.352,2	33.403	Parroquia urbana Valdez. Rurales: Anchayacu, Atahualpa, La Tola, Luis Vargas Torres, Pampanal de Bolívar, Borbón, Maldonado, Selva Alegre, Timbiré, Colón Eloy, San Francisco de Onzole, Telembí, San José de Cayapas y Sto. Domingo de Onzole
	Rioverde	1.615,2	22.164	Parroquia urbana Rioverde. Rurales: Chontaduro, Chumundé, Lagarto, Montalvo y Rocafuerte
	Quinindé	3.297,3	88.337	Parroquia urbana Rosa Zárate. Rurales: Chura, Cube, La Unión, Malimpia y Viche
	Muisne	1.367,1	25.080	Parroquia urbana Muisne. Rurales: Bolívar, San Gregorio, Daule, San José de Chamanga, Quingue, Galera, Sálina y San Francisco del Cabo.

Fuente: GAD Provincia Esmeraldas, 2012

Conforme a lo establecido en el censo del año 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, la población esmeraldeña fue de 534.092. (INEC, 2018)

Indicadores Económicos

Como se observa en el cuadro proporcionado por el Gad de Esmeraldas, existe una población de 189,5 mil habitantes, de lo cual el 81.3% es del área urbana mientras que el 18.7% corresponde al área rural.

Gráfico 10 Población Urbana y Rural Provincia de Esmeraldas

Población:	189.5 mil hab. (154.6% respecto a la provincia de ESMERALDAS).
Urbana:	81.3%
Rural:	18.7%
Mujeres:	51.4%
Hombres:	48.6%
PEA:	50.6% (40.0% de la PEA de la provincia de ESMERALDAS)

Fuente: GAD Provincia Esmeraldas, 2014

Gráfico 11 Población activa



Ocupación de esmeraldeños por actividad económica



Fuente: INEC, 2018

Actualmente existen diferentes alternativas de planificación y desarrollo que se pueden implementar en un territorio; las cuales tienen valor y posibilidad de durar en el tiempo si se enmarca dentro de un contexto supra territorial y es llevado en forma participativa, involucraría y comprometedor; es por ello que es importante conocer la población con la que se cuenta sobre todo la económicamente activa indistinta a la división que se dé por género. En el área urbana se concentra el comercio; más del 90% de empresas registradas en la provincia son empresas comerciales, esta se integra a una gran cadena logística originada fuera de la provincia que producen remanentes de riqueza local. La recaudación tributaria de impuesto al valor agregado refleja un mínimo incremento de valor en la comercialización realizada en Esmeraldas. Los

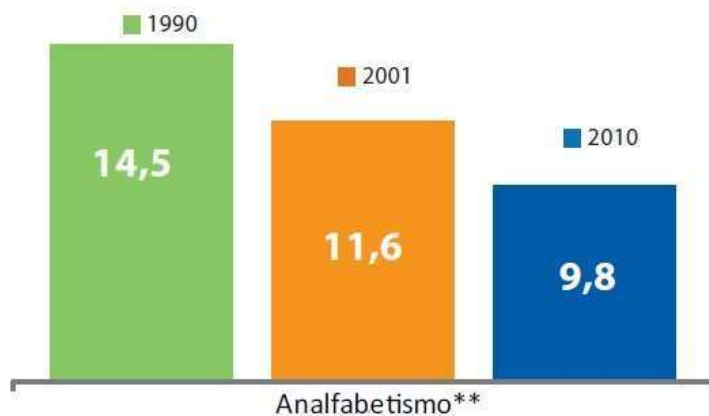
pequeños comercios representan alrededor del 85% de las fuentes de empleo en el perímetro urbano.

Nivel de educación en la provincia de Esmeraldas.

En términos de desarrollo social, los habitantes tienen condiciones inferiores a la media nacional y están en los últimos lugares si se compara con las restantes veinte y tres otras provincias. La capacidad de acceso a los servicios de salud, calidad de la educación, analfabetismo, acceso a servicios básicos y déficit de vivienda se convierten en dramáticos en Esmeraldas pues lejos de representar buenas condiciones de vida, reflejan privilegios para la menor parte de la población.

Gráfico 12 Analfabetismo en Esmeraldas

¿CUÁL ES EL ANALFABETISMO EN ESMERALDAS?



Fuente: INEC, 2010

Gráfico 13 Nivel de escolaridad en Esmeraldas

¿QUÉ NIVELES DE ESCOLARIDAD PREDOMINAN?



Fuente: INEC, 2017

Análisis educacional

La educación es uno de los parámetros y bases fundamentales para el desarrollo de los pueblos, ciudades y países, en este caso no es la excepción y de su evolución dependen un conjunto de dimensiones de la vida económica y social de un país. A través de la educación se desarrolla el capital humano, vital para contar con una economía competitiva que promueva la igualdad de oportunidades e impulse a la ciudadanía a que sea participativa y crítica. Es decir,

es el factor clave en la superación y combate a la pobreza y las desigualdades.

La educación en la Provincia de Esmeraldas vive los problemas de la educación nacional; insuficiente presupuesto, inadecuada infraestructura física, altos niveles de analfabetismo y deserción escolar.

Economía de Esmeraldas

La mayor parte de la economía del cantón depende de la exportación de camarón y banano. Existiendo también un nivel representativo de producción agropecuaria, artesanal e industrial, mientras que en las industrias agrícolas se puede citar la producción de carbón, caucho, cacao, tabaco, café, arroz, maíz, palma africana, albaca y una gran diversificación de frutas tropicales. También se puede indicar que existen industrias importantes como las manufactureras, la industria petroquímica y derivados del petróleo y el turismo. Además, posee innumerables riquezas naturales que son de gran beneficio para la comunidad y los visitantes de la ciudad.

Según los datos proporcionados por el departamento de Avalúos y Catastro del Municipio de Esmeraldas, este cantón está conformado administrativamente por 5 parroquias urbanas y 8 parroquias rurales que conforme a los datos generales se divide de la siguiente manera de la siguiente manera: La ciudad de Esmeraldas, capital de la provincia verde se encuentra ubicada en el cantón del mismo nombre, es el punto de partida para iniciar el recorrido turístico dentro del Ecuador visitando diferentes sitios de interés como los manglares, esteros y Reserva Ecológica como la Cayapas-Mataje o la Machachi-Chanduy las cuales cuentan con maravillosos paisajes naturales; el Jardín Tropical de Mútile, las Cascadas del Tigre y Sachacury, lagunas como la de Timbre, Numerosas y hermosas playas entre la que podemos citar playa de Las Palmas, las playas de Achilube, Camarones, Tacusa y los balnearios de agua dulce de Vuelta Larga, Tabiazo y San Mateo forman parte de los atractivos que posee el cantón. (INDUSTRIA, 2008, pág. 67)

Balneario las palmas

La liquidez económica del balneario las Palmas se va impactada fuertemente debido a la baja de precios del petróleo, afectando de manera directa el empleo y la producción. Gran parte de la economía de la provincia se centra en la exportación de banano y camarón. Sin embargo, no se puede dejar de lado las empresas dedicadas a la manufactura, la pesca y derivados del petróleo. La actividad de mayor ingreso es la pesca, pero existe muy poco interés por parte del gobierno nacional.

El ministerio de turismo considera que el principal ingreso del turismo local es la gastronomía es considera como un punto fuerte para los comerciantes de la zona. Este balneario se ha convertido en uno de los destinos preferidos de las

personas que desean conocer y recrearse con toda la calidez de este territorio, se puede descansar bajo el radiante sol, verdes paisajes y fresco mar. Además de realizar una variedad de deportes. Es un gran atractivo turístico que puede alcanzar gran auge, considerando que es fácil y rápido para llegar ya que está ubicado a sólo 10 minutos de la ciudad de Esmeraldas.

La mayor fuente de ingreso de las Palmas, se deriva de la producción de artesanías de tela de árbol (damahagua) e instrumentos musicales, esto ha permitido tener empleos a corto plazo, debido a la necesidad de suplir la demanda mejorando la distribución de los beneficios que genera el turismo.

Actualmente el balneario de las Palmas posee con un extenso malecón el cual está lleno de restaurantes y clubes nocturnos que satisfacen las necesidades de sus visitantes, además está dotado de servicios básicos. A pesar de que tiene cuatro años que se inauguró, no se evidencia un buen estado de las plantaciones ya que no cuentan con un mantenimiento adecuado. Los visitantes han presentado accidentes en las tablas que se han colocado como senderos al mar y las máquinas que se utilizan para realizar ejercicios se encuentran con desperfecto, esto ha generado una mala imagen al turista. Sin embargo, también se evidencia que sus instalaciones recreativas son perfectas para realizar paseos en bicicletas, andar en moto y realizar caminatas.

El malecón cuenta con una variada oferta de servicios turísticos, en el día y en la noche generando distracción al ritmo de la música en sus diferentes centros de diversión. La cultura de la provincia se guarda en el corazón y en el alma del pueblo, se puede mencionar que además este cantón cuenta con atractivos naturales y cada año sus aguas regalan un hermoso espectáculo con la llegada de las ballenas jorobadas y el Festival Internacional de Música y Danza Afro.

“Actualmente en publicaciones realizadas en el portal web del municipio de Esmeraldas se señala que, durante la temporada de carnaval, este Balneario es la sede del festival internacional de Música y Danza Afro, evento que expresa la cultura y las raíces ancestrales vivas del pueblo negro. Este festival es una de las manifestaciones culturales más vistosas y apreciadas por las comunidades del lugar es la interpretación de la "Marimba Esmeraldeña" ya que se manifiesta especialmente en la música, la danza, la copla, que designa no sólo el instrumento sino la fiesta típica esmeraldeña. (MINTUR, 2019)

Esta es una de las mayores fiestas de la identidad cultural afro ecuatoriana. Los mismos que al ritmo de la marimba hacen mover el cuerpo a grandes y pequeños que se pierden en el sonido divagante de la percusión, el cajón, los platillos y el clarinete. La vestimenta para este baile es muy colorida, vestidos blancos con enaguas (herencia española), collares de semillas, adornos indios, y extravagantes peinados de tipo africano muy elaborados; los hombres

también reflejan glamour y elegancia, se visten de blanco y llaman la atención, con el movimiento parsimonioso del pañuelo rojo al cuello. La principal motivación para estos bailarines de folclor es participar en el festival de la Marimba de Oro, máximo galardón en disputa. Esta festividad constituye un magnífico espectáculo de ritmo, música, seducción y colorido. Carnaval y Navidad son los meses de mayor auge turístico.

Esmeraldas es una provincia llena de muchas historias novelistas han relatado la forma de vida su gente, actualmente en la provincia no existían grandes avances ni obras relevantes que la conduzcan hacia ni el reconocimiento tanto nacional e internacional, tanto así que hace algunos años no figuraba en ninguna guía turística. En la actualidad el balneario las Palmas y algunos otros sitios de la provincia han logrado ofrecer grandes posibilidades para los negocios, la cultura, la recreación, diversión nocturna, la gastronomía, la religión y que además se integra con la oferta turística de la región, convirtiéndose en una ciudad que invita a todos a descubrirla y a disfrutarla. Esmeraldas cuenta con vías en excelente condiciones y pasa a disponer de carreteras de primer orden que junto a la construcción de cinco puentes registra una inversión en vialidad histórica que llega a los 300 millones de dólares; los cinco puentes comprenden: el Esmeraldas – Tachina alcanza 434 metros, el puente norte número uno de 108 metros, puente norte número dos de 120 metros, puente sur de 120 metros y otro de 30 metros con una inversión total de 66 millones de dólares, junto a un intercambiador que une a estos puentes. (INEC, 2019)

Cabe señalar que este balneario lleva muchos años en el olvido, se busca la recuperación integral del balneario las Palmas a través de diferentes proyectos y diseños urbanísticos entre lo que al momento algunos alcaldes han destacado la instalación de un teleférico en el sector circundante del balneario, creación de espacios deportivos, juegos infantiles, zona de restaurantes, parqueos, un marimbódromo, entre otras delimitaciones de espacios que promuevan el desarrollo del lugar integral del lugar y permita continuar con la campaña de Esmeraldas al Mundo.

Información de las encuestas realizadas.

Las encuestas se han convertido en una herramienta importante para el estudio de un proyecto. Mediante esta información se podrá conocer las preferencias y las necesidades de la población encuestada. Actualmente el balneario las Palmas no ha tenido una gran acogida por turistas nacionales y extranjeros esto no permite a quienes se dedican al comercio a generar altos ingresos económicos a la provincia. Para conocer el nivel económico de los habitantes del sector, se analizaron las variables de edad e instrucción y las actividades que realizan para los beneficios del sector. Así mismo se realizó una

encuesta para los extranjeros y nacionales que visitan el sector con el objeto de conocer el criterio de los turistas. Esto permitirá conocer la aceptación del balneario de las Palmas en la provincia de Esmeraldas, tanto de moradores como turistas que visitan el sector.

Cálculo de la muestra

Para conocer los resultados de la encuesta se ha tomado en consideración el número de habitantes del sector. Esta información obtenida del último censo de población del instituto nacional de estadísticas y censo.

Se consideró un total de 300 habitantes del sector de las palmas, 110 turistas, las autoridades como el alcalde, director de turismo y los presidentes de gremios especialmente de los dueños de restaurantes son los cuales nos proporcionaran la información para el desarrollo de la investigación, para sacar la muestra se estima un margen de error del 5 % y se aplicó la siguiente fórmula:
Muestra de la comunidad n= Tamaño de muestra

N= Población total

e= Error de muestreo

$$n = \frac{N}{e^2(N-1) + 1} = \frac{300}{0,05^2(300-1) + 1} = 172$$

Tamaño de la Muestra de los Turistas.

De la fórmula anteriormente aplicada se obtuvo un total de 86 turistas seleccionados al azar que a diario visitan el balneario las Palmas.

Tabulación y encuestas a la población y turistas.

La principal información fue proporcionada por los moradores y turistas del sector las Palmas, por eso se realizó una encuesta dirigida a los pobladores y otra a turistas, con el objetivo de conocer el interés que tienen los mismos y los cambios que se consideran deben de realizarse en el balneario.

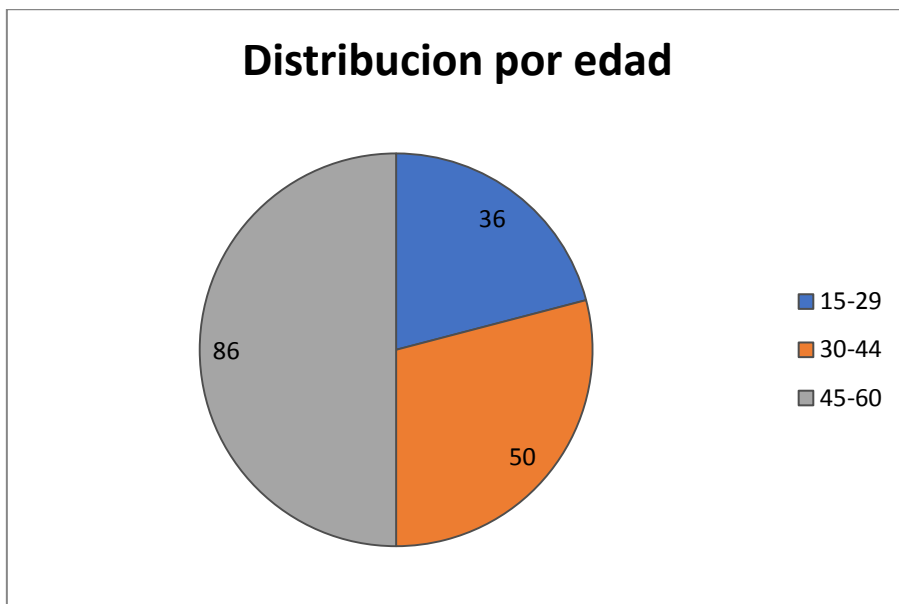
Resultado de las encuestas aplicadas a los moradores del sector.

Tabla 2 Distribución por edad

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-29	36	21%
30-44	50	29%
45-60	86	50%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario Las Palmas (2018)

Gráfico 14 Distribución por edad



Fuente: Habitantes del balneario Las Palmas (2018)

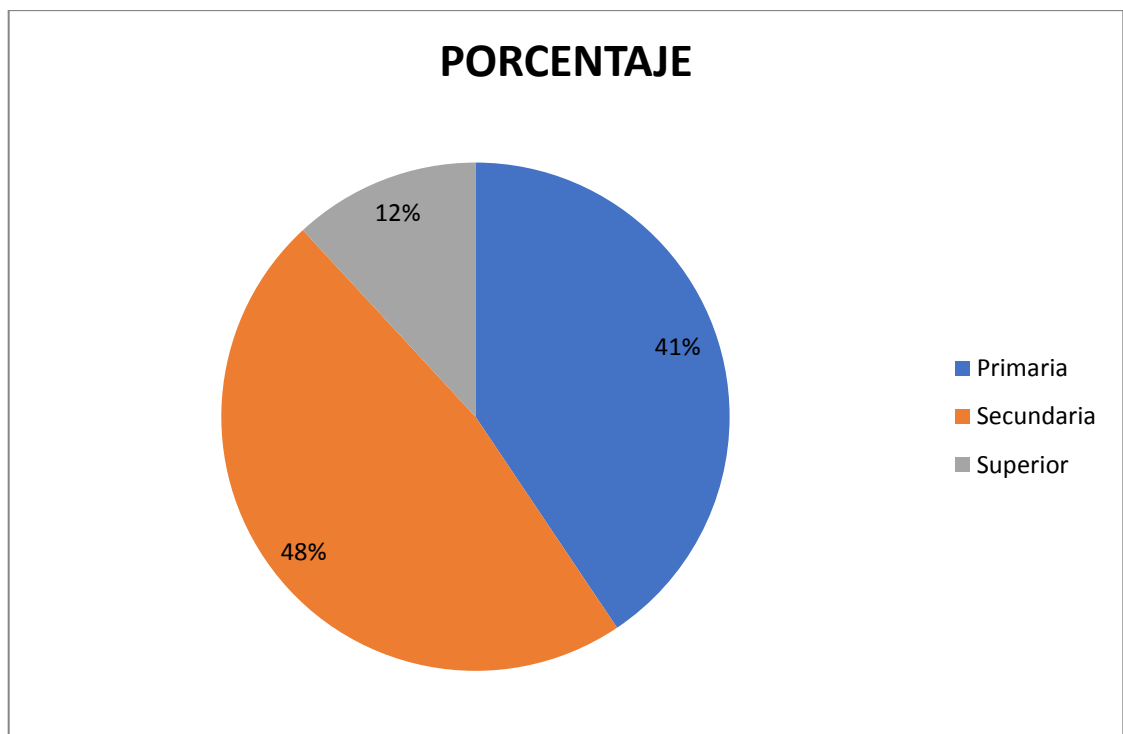
Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada se observa que el 50% de la población se encuentra entre los 45 y 60 años, mientras que el 29% corresponde a personas de entre los 30 y 44 años y el 21% de los encuestados se centra entre los 15 y 29 años. Lo que significa que la población económicamente activa se encuentra entre los 30 a 44 años con un 50%. es decir que esta población es la que trabaja en actividades turísticas del sector.

Tabla 3 Distribución por instrucción

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	70	41%
Secundaria	82	48%
Superior	20	12%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 15 Distribución por instrucción



Fuente: Distribución por instrucción (2018)

Análisis: Según los resultados de las encuestas el 48% de la población tienen instrucción secundaria, el 41% sin embargo cuenta con un nivel de instrucción primaria, es decir que la mayor parte de la población que cuenta con negocios tiene una instrucción secundaria, lo que indica que el bajo nivel de instrucción con los que cuentan los moradores del sector nos les permite crear amplias estrategias de negociación que diversifique sus productos o servicios, lo cual hace que muchos de ellos cierren sus puertas.

1.- Las condiciones de la infraestructura, ubicación y de servicios que brinda el malecón en el balneario de las Palmas, ¿cree usted que son las adecuadas?

Tabla 4 Condiciones de infraestructura

DATOS FRECUENCIA PORCENTAJE		
SI	30	18%
NO	142	82%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 16 Condiciones de infraestructura



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: el 18% de la población encuestada indica que las condiciones de infraestructura, ubicación y servicios que brinda el balneario de las Palmas si son las adecuadas, mientras que el 82% manifiesta que no son las adecuadas, con esto se puede concluir que las condiciones que da el balneario de las Palmas no son las adecuadas por lo tanto no existe una gran demanda de turistas en el sector.

2.- ¿Cree usted que el paisaje, el medio ambiente y el orden del balneario que se observa es satisfactorio para turistas tanto nacionales y extranjeros?

Tabla 5 medio ambiente y paisaje

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	47%
NO	92	53%
TOTAL	170	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 17 medio ambiente y paisaje



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: Según las encuestas realizadas indica que para el 53% de la población, el paisaje, el medio ambiente y el orden que se observa en el balneario si es satisfactorio mientras que para el 47% de las personas no es satisfactorio estos servicios ofrecidos.

Esto conlleva a que la mayor parte de los turistas que visiten el balneario no lleven un buen recuerdo del lugar y decidan no regresar.

3.- ¿Cree usted que se debería de hacer una propuesta, para organizar y potenciar los atractivos del balneario las palmas?

Tabla 6 ¿Cree usted que se debería de hacer una propuesta, para organizar y potenciar los atractivos del balneario las palmas?

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	150	88%
NO	22	12%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 18 ¿Cree usted que se debería de hacer una propuesta, para organizar y potenciar los atractivos del balneario las palmas?



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: Actualmente el 88% de los encuestados indican que debe de haber una propuesta económicamente viable, realista y socialmente aceptable que permita organizar y potencia los atractivos del balneario de las Palmas brindándole al turista una mejor atención, Sin embargo, el 12% está de acuerdo con la propuesta que actualmente se está llevando a cabo por el gobierno para el incremento de turistas en la zona.

Permitiendo que los turistas disfruten de los atractivos que tiene el balneario de las Palmas.

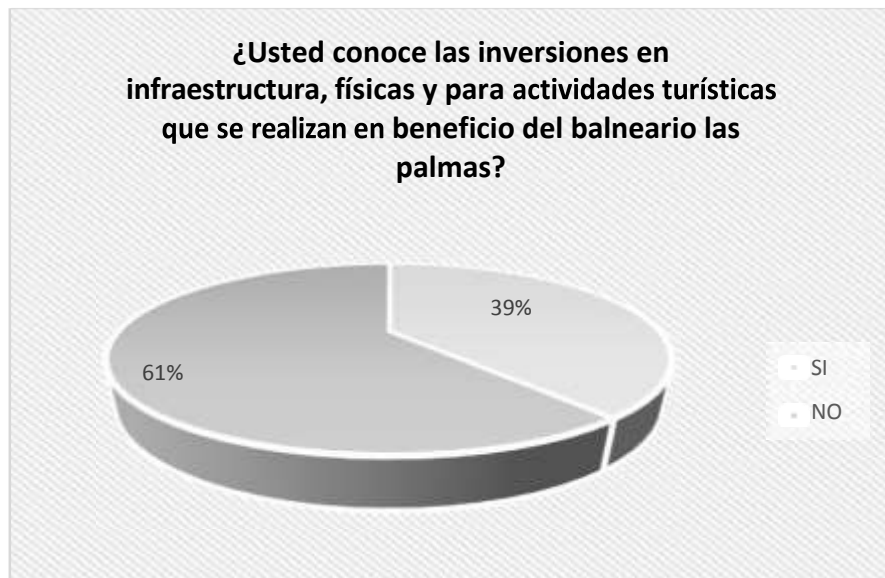
4.- ¿Usted conoce las inversiones en infraestructura, físicas y para actividades turísticas que se realizan en beneficio del balneario las palmas?

Tabla 7 Infraestructura y actividades turísticas

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	39%
NO	105	61%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 19 Infraestructura y actividades turísticas



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: El 61% de la comunidad indica que no conoce las inversiones e infraestructura físicas ni las actividades turísticas creadas por el gobierno central para el balneario, mientras que el 39% confirma que si conocen las nuevas inversiones y las actividades que se realizan en el sector. Es importante que se dé a conocer todas las inversiones a los moradores del sector con la finalidad de que ellos también aporten a mejorar dichas actividades.

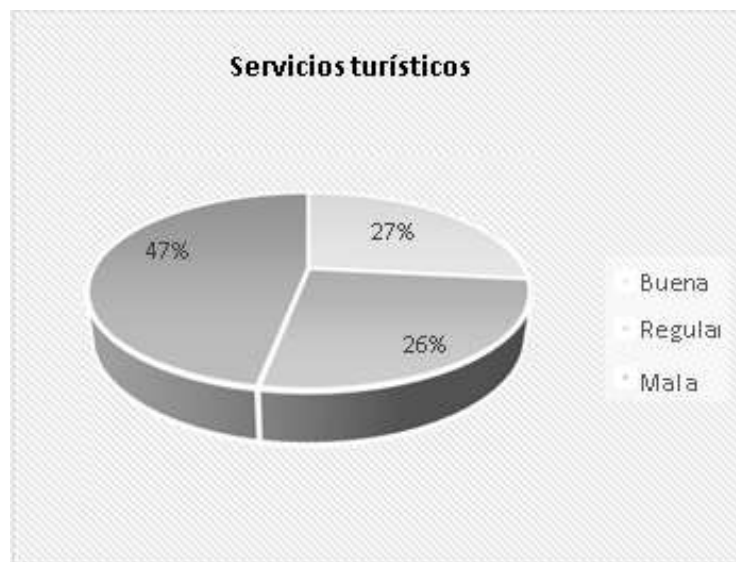
5.- ¿Cómo califica la ubicación de los servicios turísticos, SSHH Y duchas que se ofrecen?

Tabla 8 Servicios turísticos

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	46	27%
Regular	45	26%
Mala	81	47%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 20 Servicios turísticos



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: Del total de los encuestados el 47% manifiesta que la ubicación de los servicios turísticos, SSHH Y duchas que se ofrecen a los turistas en el balneario es mala, mientras que un 27% la considera regular y el 26% la considera buena, sin embargo, todos coinciden de que estos servicios no están 100% adecuados para el turista y que por ende deben de mejorarse para así brindar un servicio de calidad a los mismos.

6.- Considera usted que el turismo incrementaría la economía y mejoraría la calidad de vida de la comunidad?

Tabla 9 Economía y calidad de vida

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	172	100%
NO	0	
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 21 Economía y calidad de vida



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: De todas las personas encuestadas, el 100% manifiestan que el turismo incrementaría la economía y mejoraría la calidad de vida de la comunidad. el turismo es considerado uno de los principales motores de prosperidad y de comercio a nivel mundial, ya que atenúa la pobreza de los habitantes, brindándoles una mejor calidad de vida y para el país actúa como un motor desarrollador ya que permite el ingreso de divisas y la creación de empleo directo e indirecto en los diferentes sectores de la economía.

7.- Si se implementa un plan de ordenamiento territorial en el balneario las Palmas, ¿cree que mejoraría la imagen y paisaje del Balneario?

Tabla 10 Ordenamiento territorial

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	150	87%
NO	22	13%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 22 Ordenamiento territorial



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: En el Gráfico que antecede se manifiesta que el 87% de las personas encuestadas, consideran que al implementarse un plan de ordenamiento territorial en el balneario las Palmas, si mejoraría la imagen y el paisaje del sector.

Ya que con esto se puede incrementar la llegada de turistas en el sector y por ende se puede mejorar el nivel de vida de las personas de la provincia.

Encuestas realizadas a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el malecón las palmas en la provincia de Esmeraldas

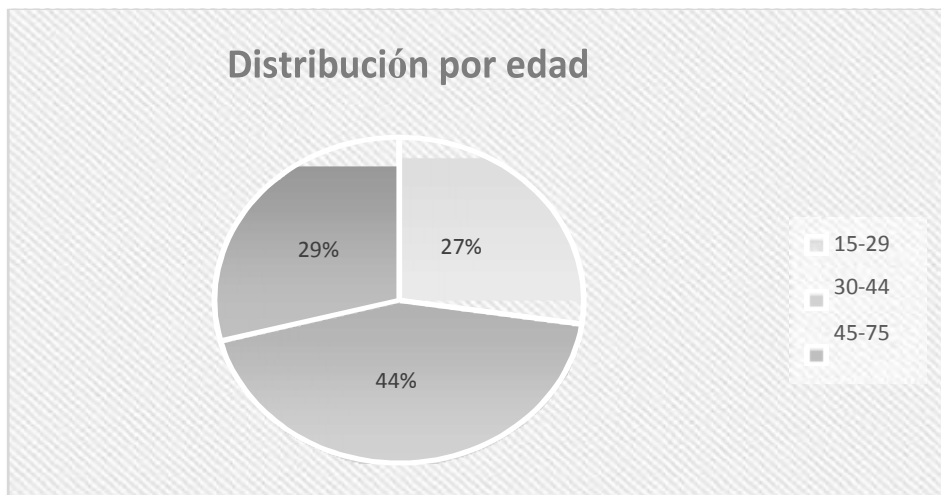
Distribución por edad

Tabla 11 Distribución por edad

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-29	47	27%
30-44	75	44%
45-75	50	29%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 23 Distribución por edad



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: De acuerdo a los datos expuestos el 44% de los encuestados corresponden a turistas entre 30 a 44 años de edad. Mientras que el 29% corresponde a turistas que tienen entre 45 y 75 años de edad y el 27% restante es de jóvenes entre 15 y 29 años.

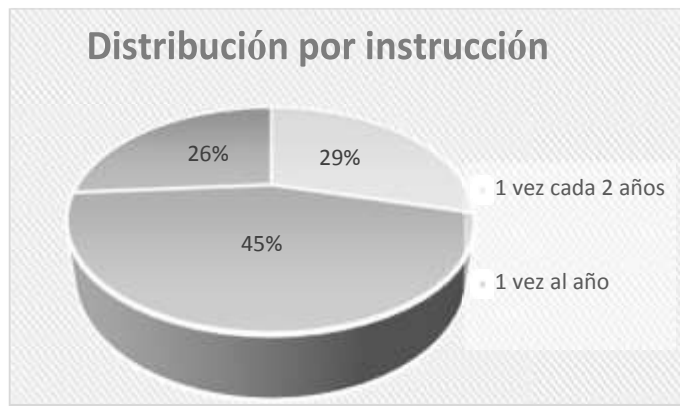
Distribución por instrucción

Tabla 12 Distribución por instrucción

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	70	46%
Secundaria	82	54%
Superior	20	13%
TOTAL	152	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 24 Distribución por instrucción



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas se puede manifestar que el 48% de las personas que visitan el balneario de las Palmas tienen instrucción secundaria mientras que el 41% tienen una educación superior y el 11% tienen una educación primaria. Lo cual significa que no importa la instrucción que las personas tengan siempre están visitando el balneario.

1.- ¿Con que frecuencia visita usted el balneario las Palmas?

Tabla 13 Frecuencia de visita en el balneario

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez cada 2 años	50	29%
1 vez al año	77	45%
2 o más veces al Año	45	26%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 25 Frecuencia de visita en el balneario



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: De las encuestas realizadas el 45% de las personas visitan el balneario solo una vez al año mientras que el 29% visitan solo 1 vez cada 2 años el balneario. Lo que significa que a pesar de los problemas que tenga el balneario si existen turistas que eligen el balneario de las Palmas para vacacionar. Lo ideal sería brindarle al turista todas las comodidades para que este siempre opte por regresar.

2.- El alojamiento que usted utiliza está ubicado cerca de:

Tabla 14 ubicación de negocios en el balneario

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurantes	42	24%
Servicio de Playa	30	17%
Discotecas	14	8%
Seguridad	56	33%
Información	30	17%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 26 Negocios ubicados en el balneario



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: El 33% de los turistas encuestados indican que para ellos es muy importante la seguridad por ende el alojamiento que ellos utilizan está ubicado cerca recintos policiales o custodias de guardias en ciertos sectores de la provincia. Mientras que el 24% prefiere estar alojados cerca de los restaurantes, el 17% siempre se aloja en lugares donde puedan tener información siempre. Y el 8% se prefiere alojar cerca de discotecas. Como se puede apreciar es muy importante garantizar seguridad a los turistas que visitan el balneario e incrementar la oferta de restaurantes de la zona además de brindar nuevos y mejores servicios de playa ya que estos son los rubros que más les interesan a las personas que visitan el sector.

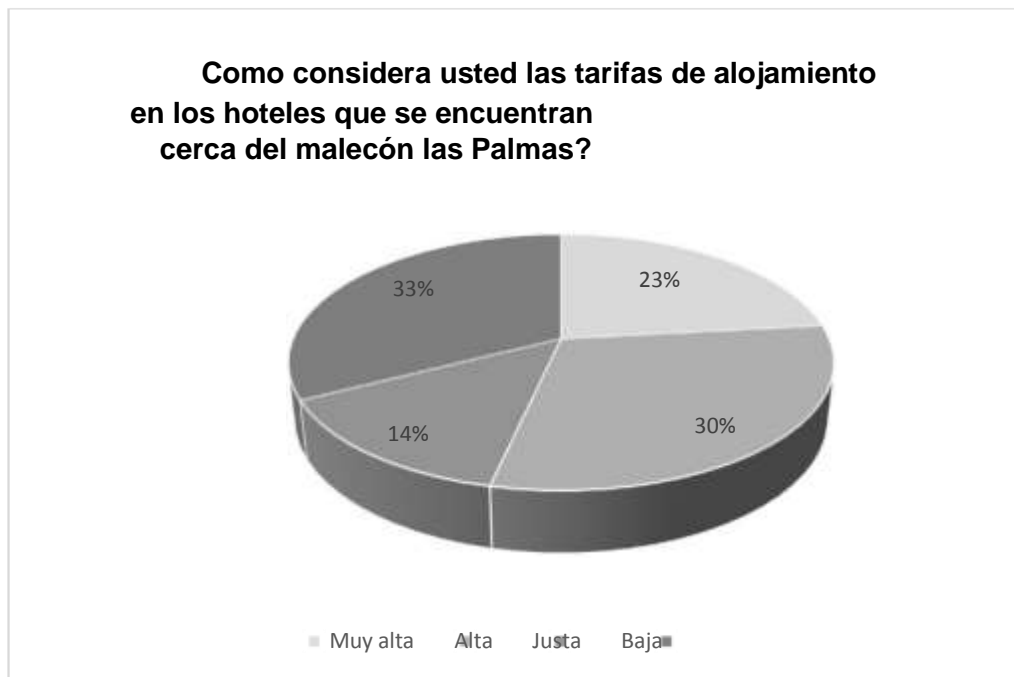
3.- Cómo considera usted las tarifas de alojamiento en los hoteles que se encuentran cerca del malecón las Palmas?

Tabla 15 Tarifas de alojamiento en el hotel

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy alta	40	23%
Alta	52	30%
Justa	24	14%
Baja	56	33%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 27 Tarifas de alojamiento en el hotel



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: Según el resultado de los datos obtenidos se puede indicar que el 33% de las personas encuestadas consideran que las tarifas de alojamiento en los hoteles del sector son muy bajas por lo que para ellos es un buen destino turístico que les permite disfrutar de un buen ambiente al mejor precio mientras que el 30% de los mismos indican que los precios son altos para otras provincias que han visitado, es por esto que es importante que pueda haber una regularización de precios que permita un comercio justo.

4.- ¿Qué busca cuando visita el malecón de las Palmas?

Tabla 16 Frecuencia de visitas en el malecón

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIVERSION	75	44%
AVENTURA	32	19%
TRANQUILIDAD	65	38%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 28 Frecuencia de visitas en el malecón



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: El 44% de los visitantes que llegan al balneario buscan diversión el 38% tranquilidad y el 19% aventura, por lo tanto, es importante incrementar el turismo de aventura y diversión en el malecón, que en conjunto con el medio ambiente se espera la visita de turistas nacionales y extranjeros.

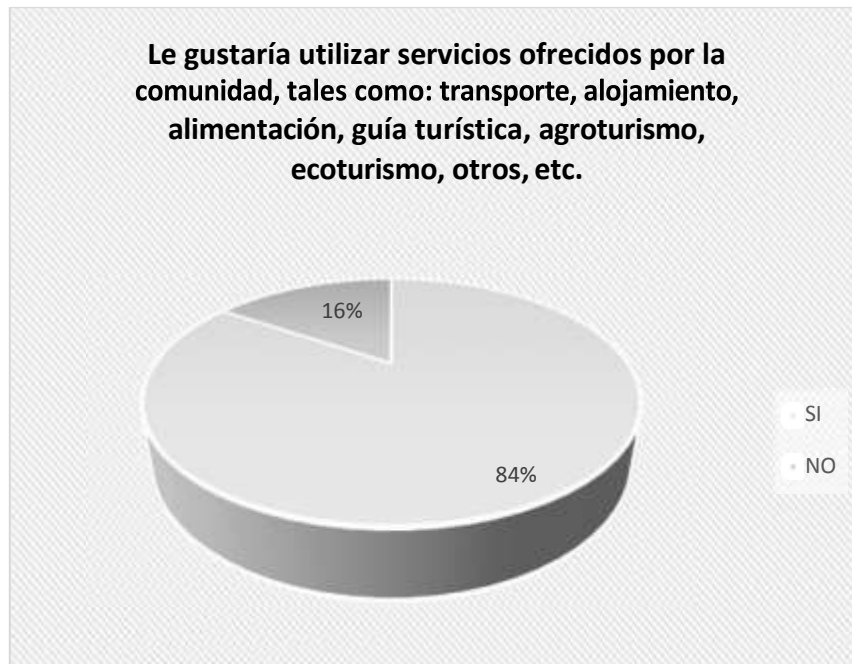
5.- Le gustaría utilizar servicios ofrecidos por la comunidad, tales como: Transporte, alojamiento, alimentación, guía turística, agroturismo, ecoturismo, otros, etc.

Tabla 17 Servicios de la comunidad

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	145	84%
NO	27	16%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 29 Servicios de la comunidad



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: El 84% de los turistas encuestados le gustaría utilizar servicios tales como transporte, alojamiento, alimentación, guía turística, agroturismo, ecoturismo y otros. Mientras que al 16% no le parece relevante este servicio.

6.- Considera usted que las Palmas es una playa turística?

Tabla 18 Las Palmas como playa turística

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	150	87%
NO	22	13%
TOTAL	172	100%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 30 Las Palmas como playas turísticas



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: El 87% de las personas encuestadas consideran al balneario las palmas como una playa turística mientras que el 13% la consideran como una playa no tranquila sino de diversión y aventura.

7.- Le gustaría recibir información promocional turística a través de:

Tabla 19 Información promocional

DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRENSA ESCRITA	12	7%
RADIO	25	15%
TELEVISION	15	9%
VALLAS PUBLICITARIAS	32	19%
VOLANTES	56	33%
REDES SOCIALES	20	12%
OTROS	12	7%
TOTAL	172	19%

Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Gráfico 31 Información promocional



Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Análisis: El 33% de las personas encuestadas consideran que es mejor recibir publicidad a través de volantes que de otro medio promocional.

Análisis de la encuesta

De acuerdo a las encuestas realizadas, se ha podido comprobar que la regeneración del malecón es importante para mejorar la percepción de los turistas del sector. Además de que la misma contribuye con la generación de empleo. Según el análisis realizado al mercado del balneario las Palmas de la ciudad de Esmeraldas, se ha concluye que la misma es un factor fundamental para la elaboración de la propuesta de desarrollo, ya que permitió establecer el perfil del turista, así también como sus requerimientos y aspiraciones; además permitirá diseñar el producto turístico que se necesita, que busque fomentar y desarrollar el turismo del Balneario.

Según los resultados de las encuestas realizadas a los turistas que visitan el balneario, el perfil del turista a quien debe ir dirigida la campaña de promoción de los atractivos, son hombres y mujeres mayores a 45 años de edad, los universitarios sienten atracción por lugares naturales, además de querer realizar actividades recreacionales como observación de flora y fauna marina, voleibol, playero, entre otras. Sin embargo, existe turista de entre 18 a 30 años que van acompañado de familiares y amigos que también visitan el malecón del balneario, realizar caminatas, comprar artesanías, realizar caminatas, debido al número de visitantes las personas y vehículos que circulan por los alrededores se ven afectados por el ruido y la contaminación.

El objetivo de las encuestas ha sido encontrar la opinión que tienen tanto los moradores como los turistas del malecón de la playa de las Palmas, para así determinar qué es lo que ellos piensan y de acuerdo a esas observaciones dar una mejora al lugar.

El Plan de desarrollo turístico del malecón del balneario de las Palmas debe tener una buena acogida por parte de la comunidad y dueños de restaurantes, bares y discotecas del sector ya que con este se fortalecerá y se incrementará la visita de turista al sector.

Dentro de los resultados obtenidos hemos podido observar que las instalaciones del malecón no se encuentran preparadas para atender la masiva afluencia de visitantes, lo que se evidencia en la carencia de parqueaderos, duchas y baños. Que no abastecen y causan inconveniente a los servicios recibidos por el turista, además de la mala imagen producida. La falta del cuidado de las instalaciones ha generado el mal estado de bancas maseteros y luminarias, por otra parte, también existen puestos de comercio en malas condiciones lo que reduce el espacio de circulación. Por otra parte, otra de las falencias encontradas es la falta de puntos de información turística.

Es importante el involucramiento del municipio y el alcalde del cantón Esmeraldas, son un pilar fundamental en el fomento y promoción de los atractivos

turísticos del sector, ya que son la entidad principal de comunicación entre los ofertantes y demandantes de actividades turísticas, y quienes a la vez están encargados del asesoramiento de planes o proyectos turísticos que se desarrollan en el mismo.

Capítulo V

Propuesta

Durante el desarrollo del proyecto se observan varios inconvenientes que causan un gran malestar entre la comunidad y los extranjeros que visitan la zona. Este se puso en evidencia a través del proceso de investigación que se realizó mediante las encuestas, entre los puntos más sobresalientes se puede citar es la inseguridad que actualmente sufre la playa y la poca inversión económica que se ha dado al balneario. Actualmente el ministerio de turismo (Mintur) presento al gobierno un plan de desarrollo turístico Nacional que busca incrementar el turismo a nivel nacional permitiendo impulsar y fomentar el desarrollo turístico del país, con el objetivo de estimular y atraer la inversión extranjera a partir de tres grandes proyectos: Circuito Turístico, Pueblos Mágicos y Riviera del Pacífico, el mismo se desarrollara bajo el slogan “Ecuador, de oportunidad a realidad”.

En México el proyecto Pueblos Mágicos genera 1.2 millones de empleos directos e indirectos, más de 111 localidades se beneficia del turismo, porque reciben al año más de 600.000 visitantes, que generan recursos por 5.5 millones de dólares. (TURISMO, DESARROLLO TURISTICO NACIONAL, 2018).

Con el fin de mantener el orden, el desarrollo vial, la salud tanto física como psicológica y la economía tanto de los habitantes del sector, así como de los turistas, la dirección de turismo de la provincia lidera operativos de control, con el fin de que los resultados esperados en Ecuador apuntan al incremento de visitantes, diversificación de productos y servicios, revaloración de tradiciones y patrimonio, mayor participación social y calidad de servicios. En este contexto, el plan contempla la intervención en Esmeraldas a través del impulso a varios proyectos como la ampliación del Malecón de Las Palmas, teleférico; una zona gastronómica prioritaria; y el Barrio La Vieja Esmeraldas. (MINTUR, 2018).

Objetivos

Objetivo General.

Elaborar estrategias de desarrollo que permita el crecimiento económico, social y cultural de la población a través del fortalecimiento turístico del balneario de las Palmas.

Motivar a los prestadores de servicios y habitantes de la comunidad a trabajar de manera coordinada con las autoridades a fin de atraer el mayor número de turistas al balneario y a las zonas de recreación.

Incrementar el número de actividades turísticas en el balneario.

Lograr el desarrollo del balneario las Palmas, adecuando de mejor manera la infraestructura ya existente de la provincia. (Mejor manejo y mantenimiento adecuado del malecón de las Palmas).

Objetivos específicos.

Proponer una nueva imagen que permita promocionar el balneario de las Palmas, y que logre posicionarlo como un destino turístico a visitar.

Crear un tríptico promocional que dé a conocer los atractivos turísticos potenciales que puedan ser aprovechados.

Crear un paquete turístico con dichos atractivos y productos importantes como ofertante.

Justificación.

El balneario de las Palmas se ha convertido en uno de los destinos más importantes para el turista, sin embargo, los resultados de las encuestas realizadas indican que la atracción es efímera a causas de las falencias en la capital de la provincia, la falta de alojamiento y de distracción para los turistas hacen que llegar al balneario se limiten solo a visitar el malecón de las Palmas.

Es importante que los habitantes puedan proporcionar al turista conciencia socio-cultural al reafirmar la revalorización de su cultura y sus recursos naturales. En el malecón del balneario se puede encontrar sin número de locales que van desde una cafetería hasta patio de comidas además de duchas de playa, gimnasio público, áreas verdes, zona de patineta, cine comunitario, biblioteca lúdica y hotel dentro del malecón según la Flora Petrolera (Flopec) esta obra fue valorada en 55 millones.

Es importante crear estrategias que permitan el desarrollo socio económico del sector y de sus habitantes, para lo cual se debe incentivar la inversión nacional y extranjera, la integración de grupos vulnerables a las cadenas de valor del sector, que logre crear mayor igualdad y beneficios equitativos, así también como un desarrollo comercial que logre ser competitivo y que permita la dinamización de la economía.

Resultados esperados.

Con la implementación del plan y la propuesta se espera lograr lo siguiente:

- Inversión de empresas públicas y privadas, permitiendo que la economía y el empleo del sector aumenten.
- Incremento de los atractivos turísticos y sobre todo que sean naturales o culturales para las futuras generaciones.
- Infraestructura turística de mejor calidad.
- Posicionarse en el mercado turístico regional y provincial logrando una diversificación en las actividades ofertantes.

El turismo como generador de ingresos del balneario las Palmas.

El turismo puede generar ingresos elevados en la economía de un país,

para esto se busca impulsar el turismo entre las personas que visitan el balneario y los habitantes del sector.

En la economía mientras un producto sea de calidad y diversificado siempre va a estar en auge.

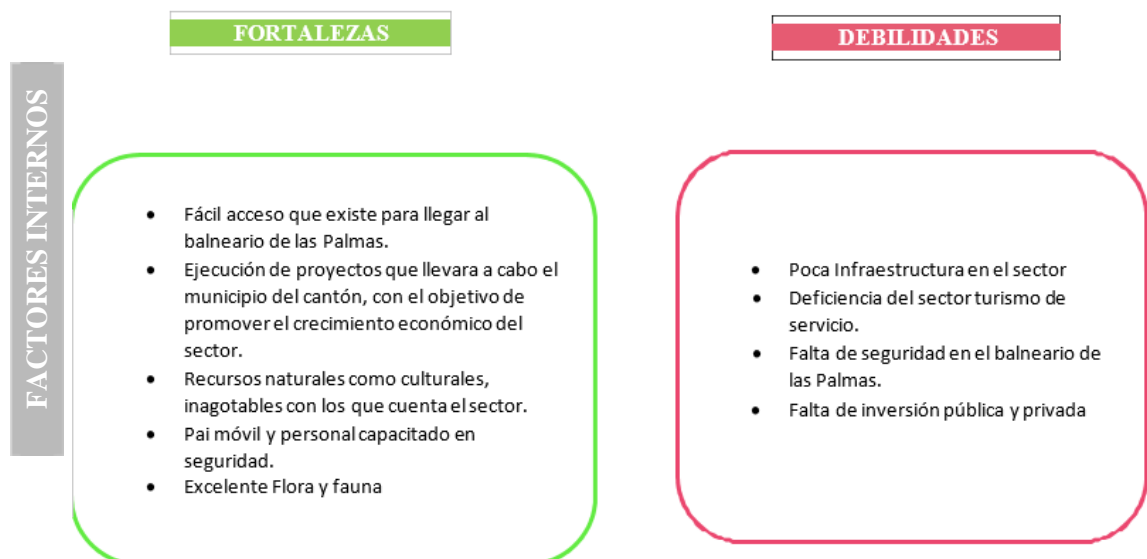
Es importante considerar diferentes aspectos dentro del producto a ofrecer es decir las costumbres y religión, así como los aspectos culturales de la provincia. Además, de considerar las llamadas tallas turísticas que permitirán la creación de las instalaciones e infraestructuras a diseñarse.

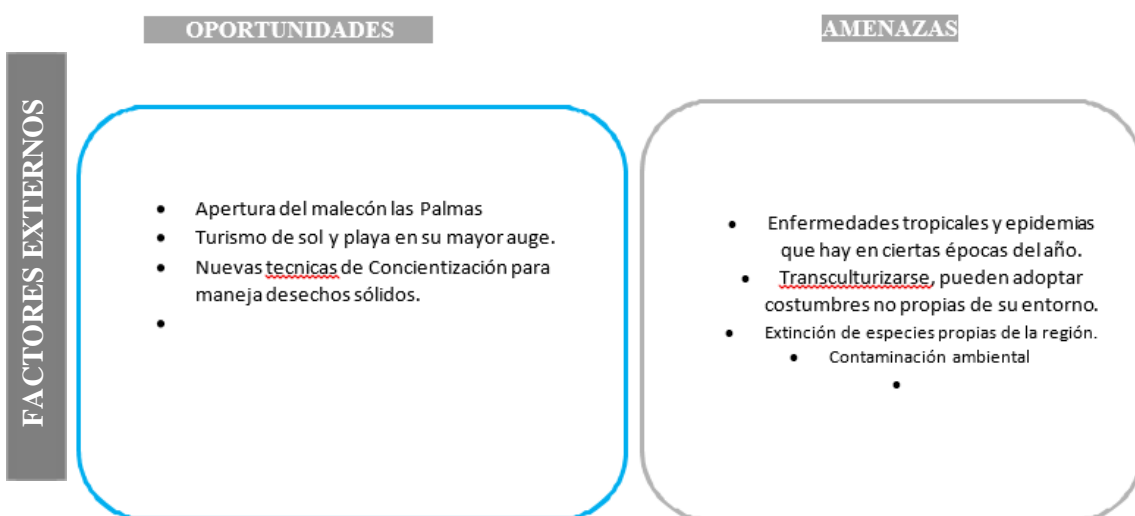
Logrando el desarrollo económico, cultural y social, se podrá conservar las grandes zonas culturales y naturales de la región, diversificando nuevas actividades que ayuden a incrementar los negocios locales de los habitantes del sector.

En todo proyecto de desarrollo de turismo existen grupos involucrados e interesados en el mismo, siempre está conformado por grupos sociales, personas e instituciones. Dentro del mejoramiento del balneario de las Palmas entre los interesados directos se puede mencionar a las entidades de seguridad y vigilancia, las empresas dedicadas al turismo en Esmeraldas, los operadores de turismo receptivo y la federación de turismo comunitario. (Asociation, 214)

Análisis FODA del territorio.

Para la elaboración de las estrategias se realizó un análisis del territorio en el que se determinó un análisis de la infraestructura turística, del territorio, de los atractivos turísticos y de los servicios turísticos que ofrece el balneario





Fuente: Habitantes del balneario las Palmas (2018)

Elaborador por: Jazmine Encarnación Zambrano

Formulación de estrategias

Con los resultados obtenidos del FODA, se busca plantear las siguientes estrategias: Matriz de formulación de estrategia.

Variable FA

Estrategia 1	Diseñar productos estratégicos, que permita incrementar el turismo en el balneario las Palmas, mejorando la infraestructura existente del Malecón.	Elaboración de proyectos turísticos presentados al Gad y al municipio del cantón.
Estrategia 2	Garantizar la seguridad en la zona para fomentar el desarrollo turístico Comunitario en la parroquia.	Crear reuniones con autoridades competentes para diseñar planes de seguridad, que permite garantizar la tranquilidad de los turistas.

Se espera que el cabildo mejore algunos aspectos mediante ordenanzas y proyectos, es importante el trabajo coordinado con la Policía Nacional y con incumbencia de la Gobernación de Esmeraldas para implementar una gestión que mejore la seguridad sobre todo en zonas regeneradas y centros turísticos,

permitiendo a los visitantes divertirse sin preocupaciones.

Contando con organismos dentro de la ciudad se debe establecer por medio del Ministerio de Salud Pública a través de sus Centros de Salud en toda la ciudad una campaña de manejo para la prevención de enfermedades tropicales sobre todo las epidemias que hay en diferentes épocas del año. la cual sea impulsada con ayuda de otros organismos que propaguen medicina, vacunas y materiales de fumigación en hospitales, viviendas y centros de acopio para prevenirlos.

Actualmente dentro de la economía informal muchas personas se dedican al expendio de alimentos en la vía pública, por lo tanto, es conveniente y necesario establecer normas al respecto, con el fin de salvaguardar la salud de los consumidores.

Debido al crecimiento poblacional es más visible la ausencia de una planta de reciclaje de desechos sólidos, actualmente no existe un correcto procesamiento y calificación de desechos el mismo afecta la salud de los habitantes y deteriora el medio ambiente.

Se debe considerar la construcción de una planta de tratamiento, diseñada acorde a los estándares de calidad que ayuden a conservar y proteger las áreas asechadas por la contaminación ambiental.

A lo largo del malecón existen estaciones de reciclaje, estas deben ser aumentadas al igual que el número de basureros existentes y reparar los que se encuentran en mal estado. Además de incluir mensajes claros y llamativos que orienten al visitante a mejorar la limpieza de los espacios, y así realizar un buen manejo de desechos y residuos sólidos. que permita solucionar la contaminación ambiental elevando el índice laboral y creando plazas de trabajo en la provincia.

Variable FO

Estrategia 3	Rediseñar la oferta turística para aprovechar la oferta turística de la zona.	Elaborar un plan de promoción turística que permita que los turistas se sientan satisfechos con los servicios brindados.
Estrategia 4	Incentivar y a los habitantes a aprovechar los recursos de la zona	Planificar capacitaciones en tema de aprovechamiento Turísticos

Realizar proyectos futuros que impongan el municipio del cantón, con el

objetivo de incentivar el crecimiento económico permitiendo así, un desarrollo productivo mediante la sostenibilidad social, económica y ambiental. Aprovechando los recursos naturales, se propone realizar actividades seguras y versátiles e interesantes mediante actividades náuticas en el mar y en ríos, como surf, paseo en lancha, pesca deportiva, parapente, rafting, entre otros.

Concretar paquetes turísticos importantes de turismo utilizando los recursos naturales y culturales utilizando manifestaciones y actividades que la componen, como la marimba, la vestimenta y la gastronomía del cantón, fusionadas con actividades de turismo y sol. Además de capacitar a los habitantes en temas de turismo, dejando así una buena imagen a los turistas que visitan el balneario de las Palmas.

Variable DA

Estrategia 5	Concretar alianzas estratégicas con los organismos competentes para la dotación de agua potable a las Comunidades.	Planificar reuniones y visitas al Miduvi con el objetivo de solicitar el servicio de agua potable para la comunidad.
Estrategia 6	Promover entre los habitantes del sector, un adecuado manejo de los Desechos sólidos.	Solicitar al municipio la colocación estratégica de recipientes para colocar los desechos sólidos.

Uno de los objetivos es mejorar en algunos aspectos la infraestructura, sobre todo en sus servicios básicos, si las autoridades invierten en mejores servicios junto con emprendimientos de calidad, permitirá mejorar el aspecto socio-económico de Esmeraldas dando mayor competencia a los destinos ya posicionados en el mercado provincial.

El municipio de Esmeraldas maneja ordenanzas que regulan la contaminación ambiental, sobre todo en vehículos motorizados y empresas que generan desechos y daño al medio ambiente; además maneja una ordenanza que permite operar los desechos sólidos en la ciudad y llevados al basurero del cantón.

Variable DO

Estrategia 7	Disminuir los niveles de destrucción de bosques, que permitan garantizar el porvenir y cuidado del refugio de vida silvestre.	Dirigir comunicados a la secretaria de riesgo, para que planifique actividades de control.
Estrategia 8	Promover acciones de reciclaje de basura en el malecón y a lo largo del Balneario de las Palmas.	Realizar talleres de capacitación a los ciudadanos que les proporcione los conocimientos básicos, que permita generar los desechos sólidos que se Generan.

Aprovechar la existencia de entidades gubernamentales que permitan gestionar la mejora de servicios públicos en el malecón de las Palmas, ya que las mismas no se encuentran en excelentes condiciones. Además, permitirá aumentar el consumo turístico ya que de estas alternativas dependen el crecimiento de restaurantes, transporte, hotelería y servicios adicionales que complementen dicha actividad.

Es importante impulsar una campaña de embellecimiento de la capital de Esmeraldas esto implica: soterramiento de cables, estandarización de modelos de viviendas alrededor de las palmas, modelos de parques, pintura, recuperar monumentos, deportes, entre otros.

Emplear técnicas de concientización con la ayuda del gobierno provincial por medio de campañas en medios de comunicación. Actualmente no existen leyes que mejoren el turismo a nivel local por lo tanto es necesario ejecutar campañas ni programas que motiven la sostenibilidad de los recursos, es necesario aplicarlo, mediante alternativas sostenibles que permitan generar empleo, economía, emprendimientos y sobre todo cuidado al medio ambiente

Plan de desarrollo para el balneario de las Palmas

Para poder proponer una estrategia de desarrollo, es importante conocer cada una de las zonas del balneario, para cumplir esta estrategia es necesario trabajar con el municipio y el ministerio de turismo de Esmeraldas. Para diseñar campañas de capacitación y promoción del balneario, se propone reforzar la

interacción turística con el fortalecimiento de aprendizaje de idiomas a los habitantes del sector.

Plan de marketing para la promoción del malecón del balneario las palmas.

La promoción del balneario las Palmas requiere de inversión del municipio de Esmeraldas. Además de la colaboración de prestadores y emprendedores del sector.

Es necesario trabajar en conjunto con el único fin de llevar a cabo un fomento productivo en los destinos y el consumo de otros productos complementarios.

Es importante motivar a los usuarios y a los visitantes externos generando interés mediante una promoción no solo escrita sino también visual que llame las expectativas a los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Además de ofrecer a empresarios ofertas que les permita aumentar ingresos a través de la promoción turística, y sobre todo al municipio de Esmeraldas como eje funcional. Este, está encaminado a ofertar el balneario como un destino a ser visitado.

Además, se pretende aprovechar la variedad existente de recursos naturales y culturales, los cuales pueden ser aprovechados beneficiosamente mediante la implementación de estrategias de promoción que llamen la atención de los turistas y los convierta en consumidores potenciales para un futuro. También, se busca explotar los recursos de manera sostenible apoyando al medio ambiente y ofreciendo diferentes alternativas en los destinos que, a su vez, genere empleo y economía en la localidad.

Actualmente las actividades náuticas permiten el uso responsable del agua o del mar ya que se encuentran reguladas para uso público, con ciertas autorizaciones por parte de entes gubernamentales, que es dirigido a nivel local por la capitanía del puerto para autorización del uso del mar. El Ministerio de Turismo tiene un permiso de funcionamiento por uso del mar estrictamente para actividades de turismo y el municipio de Esmeraldas para el pago de impuestos, debido a que se encuentra terminantemente prohibido lucrarse de manera ilegal con el uso del mar o río a través del turismo, además de las autorizaciones y pagos de permisos de funcionamiento otorgadas por las autoridades ya mencionadas, igualmente debe beneficiarse el personal que tenga experiencia o capacidad para operar con los equipos, sobre todo gente con voluntad de mejorar el turismo en Esmeraldas.

Es importante mencionar que actualmente existen propuestas deportivas similares como el impulso al deporte en bicicleta y alquiler de tablas de surf en el balneario de las Palmas. Estas propuestas pretenden generar turismo a base de actividades seguras y a bajo costo con el fin de generar empleo, que a su vez se

deriven en ingresos a base del turismo y sobre todo cambiar la rutina de los usuarios locales y turistas.

Estrategia 1

Diseñar productos estratégicos, que permita incrementar el turismo en el balneario las Palmas, mejorando la infraestructura existente del malecón.

Para el desarrollo de esta estrategia, se busca realizar alianzas con operadoras de turismo que promuevan la creación de una ruta turística especializada y que permita identificar los principales atractivos turísticos existentes en la zona. Se ha propuesto crear dos paquetes turísticos, según el estudio de categorización y puesta en valor, sobre todo en alimentación típica, balnearios, centros comerciales e infraestructuras las cuales son aprovechables

Los paquetes turísticos implementados están ofertados por 2 días y 1 noche que incluyen: Servicios de transporte, alimentación, hospedaje, guías y visitas a lugares turísticos de la ciudad, estos paquetes serán ofertados por las autoridades locales para beneficio laboral a emprendedores o empresas que presten servicios turísticos y que quieran actuar en la actividad cumpliendo con estándares de calidad, a continuación, se detallan las especificaciones de ambos paquetes turísticos.

Estos paquetes cubren la salida desde la terminal terrestre hacia el hotel.

Paquete turístico 1.- Mi linda ciudad Primer día

- Visita autopista estatal de Esmeraldas sector “El Cabezón”.
- Llegada al Hotel para check in.
- Visita Malecón y balneario de Las Palmas (incluye un coctel y un souvenir).
- Visita al puerto artesanal.
- Almuerzo típico en el Puerto Artesanal.
- Visita al centro comercial de Esmeraldas “Multiplaza” compras.
- Visita al Centro Cívico Nelson Estupiñán Bass.
- Visitas a Parques (20 de marzo, Roberto Luis Cervantes, Las Palmas).
- Cena en Las Palmas.
- Alojamiento en el hotel.

Segundo día

- Desayuno en el Hotel y check out.
- Visita al mirador El Panecillo y El Regocijo.
- Visita al aeropuerto Carlos Concha Torres.
- Visita a la parroquia Tachina hacia el Malecón Escénico.
- Traslado al sur de la ciudad.

- Almuerzo en el sector de Codesa.
- Fin del tour en Terminal Terrestre.

Tabla 20 Precio paquete turístico 1

Servicio	Valor
Hospedaje	\$ 15,00
Guía	\$ 25,00
Transporte	\$ 10,00
Alimentación (1 desayuno, 2 almuerzo y 1 cena)	\$ 14,00
Total	\$ 64,00
Costo Paquete= Total+20% imprevistos	\$ 76,80
P.V.P= Total+12% IVA+20% utilidad	\$ 24,58
P.V.P=76.80+9.22+15.36	\$ 101,38
P.V.P	\$ 101,38

Incluye:

Entrada a sitios turísticos Alimentación Disfrute de baile folklórico Guías y Transporte Incluye: Comidas y bebidas extras Lo que no se especifique en el programa.

Requisitos para la visita. - Documentos personales, protector solar, gafas, cámara fotográfica, filmadora, gorras, ropa fresca.

Restricciones para la visita. - Fuertes cantidades de dinero a la mano, equipos de sonido, armas de fuego, armas blancas.

Paquete turístico 2.- Mi ciudad tropical Primer día

- Salida desde terminal terrestre de Esmeraldas.
- Visita a la autopista estatal de Esmeraldas.
- Llegada al hotel para check in.
- Visita al Malecón y balneario Las Palmas (coctel incluido, souvenir).
- Actividades náuticas alquiler de tablas de surf 3 usd, banana 5 usd, moto acuática.
- 20 usd o parapente 20 usd (actividades opcionales, no se incluye dentro del valor del paquete).
- Almuerzo típico en el Malecón Escénico.
- Visita instalaciones aeropuerto Carlos Concha Torres.
- Cena en el hotel.
- Visita a el Malecón Escénico de Tachina.

Segundo día

- Desayuno en el hotel y check out.
- Traslado hacia Mirador del Panecillo avistamiento de la ciudad.
- Almuerzo en el sector de Codesa.
- Traslado hacia Mirador del Regocijo avistamiento de la ciudad.
- Visita al recinto ferial.
- Fin del tour en terminal terrestre de Esmeraldas.

Tabla 21 Precio paquete turístico 2

Servicio	Valor
Hospedaje	\$ 15,00
Guía	\$ 25,00
Transporte	\$ 10,00
Alimentación (1 desayuno, 2 almuerzo y 1 cena)	\$ 14,00
Actividades náuticas del balneario las Palmas	Opcional
Total	\$ 64,00
Costo Paquete= Total+20% imprevistos	\$ 76,80
P.V.P= Total+12% IVA+20% utilidad	\$ 24,58
P.V.P=76.80+9.22+15.36	\$ 101,38
P.V.P	\$ 101,38

Incluye:

Entrada a sitios turísticos Alimentación Disfrute de baile folklórico Guías y Transporte Incluye: Comidas y bebidas extras Lo que no se especifique en el programa.

Requisitos para la visita. - Documentos personales, protector solar, gafas, cámara fotográfica, filmadora, gorras, ropa fresca.

Restricciones para la visita. - Fuertes cantidades de dinero a la mano, equipos de sonido, armas de fuego, armas blancas.

Estrategia 2

Garantizar la seguridad en la zona para fomentar el desarrollo turístico comunitario en la parroquia.

Para garantizar la seguridad en la zona se plantea realizar un plan de servicio comunitario, que garantice al turista disponer de todas condiciones necesarias para que pueda desenvolverse de manera efectiva. Además, se ha considerado disponer de puntos de información que permitan al turista conocer los diferentes atractivos turísticos y lugares que pueden ser visitados durante su estadía. En cuanto al control y seguridad, la propuesta se centra en la colaboración de la población, y actividades de monitoreo que permite garantizar que el turista visite de manera segura los lugares visitados. Se fundamenta en instalar vigilancias en apoyo de la UPC.

La junta parroquial debe de instalar a lo largo del malecón puntos informativos, los cuales brinden al turista la información sobre todas las actividades que pueda realizar.

Estrategia 3

Rediseñar la oferta turística para aprovechar la oferta turística de la zona.

Es necesario disponer o incrementar actividades que permitan al turista Con el objetivo de lograr promocionar el malecón se han planteado actividades turísticas que fortalezcan el turismo.

Medios impresos

Trípticos. - Se busca dar a conocer mediante volante física los beneficios y demás detalles que se puedan promocionar dentro del balneario. Estos folletos serán entregados en la boletería de la terminal de buses y en las aerolíneas, las mismas serán ubicadas en los asientos de los pasajeros.

Publicidad móvil. - Encima de las unidades de transportes (cooperativas de taxis.)

Publicidad radial. - Cuñas publicitarias a nivel nacional invitando a conocer lo nuestro.

Redes sociales: A través del Facebook y Twitter se mostrará la agenda de actividades del balneario de manera mensual, con diversos números de contacto de la dirección municipal del cantón para otorgar mayor información.

Presupuesto

El presupuesto a considerar para promocionar el malecón del balneario las Palmas, es de \$ 5.565,00. El mismo que se desglosara de la siguiente manera:

Tabla 22 Presupuesto General

Presupuesto	
DESCRIPCION	TOTAL
Publicidad impresa (volantes y afiches)	200
Publicidad móvil	3990
Publicidad Radial	1200
Publicidad Web	875
Servicios Publicitarios	500
Total	\$6765

Publicidad Impresa

Tabla 23 Presupuesto publicidad impresa

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1000	Elaboración de impresiones (Medidas del tríptico serán: en formato A3 de 8,10 cm por 40,10 cm. Elaborado en papel Couché, full color con U.V., impresión 2 lados)	\$ 0,20	\$ 200,00

Publicidad Móvil

Tabla 24 Presupuesto publicidad móvil

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
30	Pancartas publicitarias	\$ 50,00	\$ 1.500,00
3	Servicios publicitarios (cooperativas de taxis en las ciudades de: Guayaquil, Quito y Cuenca.	\$ 2.490,00	\$ 2.490,00
Total			\$ 3.990,00

Costo de publicidad radial

Tabla 25 Presupuesto publicidad Radial

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Elaboración de cuña publicitaria	\$ 200,00	\$ 200,00
3	Servicio publicitario de la emisora, el servicio se pretende realizarse 2 veces al día.	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Total			\$ 1.200,00

Costo de mantenimiento en redes

Tabla 26 Costo de mantenimiento en redes

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Mantenimiento de redes sociales (mayor uso en febrero, marzo, abril, julio y agosto)	\$ 875,00	\$ 875,00
Total			\$ 875,00

Bailoterapia. - Se busca ejercitar a los turistas mediante el baile con la música de moda (salsa, reggaetón, merengue, música disco y otros ritmos populares). Los días sábados, miércoles y viernes a las 9:00 am y 9:00 pm en el malecón. Estas clases son gratuitas porque forman parte del Proyecto "Ecuador Ejercítate" a cargo del Ministerio de Deporte.

Avistamiento de aves desde el mirador. - Para observar desde lo alto la belleza del balneario como punto de relajación y equilibrio, se mantendrá abierto el mirador todos los días las 24 horas, y no tiene costo. Esta actividad se puede

Jogging: Correr por la playa para muchas personas se considera una aventura apasionante, acompañando el ejercicio con la diversión. Se podrá realizarse todos los días las 24 horas, sin costo alguno. Y se sugiere tomar las debidas precauciones, esta actividad puede realizarse en horas del día.

Natación. - se puede disfrutar de este deporte mar adentro, las Palmas cuenta con una playa de 300 mts de arena y 200 mts de zona roca para lo cual se recomienda tomar las debidas precauciones.

Esta propuesta incentiva a los turistas a visitar los atractivos naturales, compartiendo momentos inolvidables.

Estrategia 4

Incentivar y a los habitantes a aprovechar los recursos de la zona

En esta estrategia se busca aprovechar los recursos ya existentes y realizar diferentes actividades deportivas.

Paseos en bote. - Realizar paseos en bote que permitan observar la fauna del balneario mientras se percibe la brisa del mar, este servicio estará disponible los fines de semana desde la 1:00 pm hasta las 4:00 pm. Teniendo un costo aproximado de \$20 por persona con un tiempo máximo de 30 minutos.

Surf. - Para los amantes del surf se pretende alquilar las tablas a \$3,00 por hora.

Kayak. - El costo de esta actividad es de 20 dólares por 40 minutos.

Parapente. - Para los amantes de los deportes extremos también se realizará parapente dentro del sector el mismo se estima que cueste un valor de \$20,00. Esta actividad será realizada en horarios de la tarde.

Paseos en lancha. - Este tiene un precio de \$20 por 30 minutos.

Recorridos en bicicletas. - Para los turistas que gustan de este deporte se alquilaran bicicletas a \$5,00 por un tiempo máximo de 2 horas, en los horarios de 8h00 a 2 pm.

Bienes disponibles a presupuestar

De acuerdo a la capacidad de carga turística según el delegado de turismo, se ha considerado hacer un inventario de bienes dando a conocer que el promedio de visitantes en feriados del 2017 posee un promedio de 50 mil visitas en Esmeraldas. (GONZALEZ, 2019).

De acuerdo a este dato se cree conveniente que, para comenzar la actividad turística en las Palmas, los bienes a adquirir deben ser moderados y no excederse en la inversión, sin embargo, si la reacción resulta positiva o favorable se cree conveniente reinvertir en equipos operativos para más adelante.

Gráfico 32 Presupuesto referencial adquisición de redes

Presupuesto	Cantidades	Precio	Total, a invertir	P.V. P
Botes	4	12000	48000	20 por 30 Minutos
Tablas de Surf	30	60	1800	3 por hora
Lancha con Motor	4	12000	48000	20 por 30 Minutos
Paracaídas	2	400	800	\$20 por 30 Minutos
Kayaks	15	500	7500	20 por 40 Minutos
Equipo de buzo principiantes	30	30	900	5 por 60 minutos
Boyas Banana	2	900	1800	5 paseo 20 Minutos
Boyas Salvavidas	30	7	210	Incluyen en los Servicios
Total Inversión	217 unidades	S/N	111.510 usd	S/N

Elaborado por: Jazmine Encarnación Zambrano

Normas de Seguridad. - Prestadores de servicio con conocimientos en manejo de aparatos acuáticos, con conocimientos y normas de seguridad de acuerdo a sus usos.

Uso obligatorio de chalecos salvavidas a los usuarios en todas sus actividades como medida obligatoria de seguridad, para evitar accidentes.

Facilitar información de aparatos náuticos.

Precios de actividades turísticas a promocionar

Gráfico 33 Promoción actividad turística

Actividades	Niños	Adultos	Incluye
Kayak de río	No adecuado	10 usd tiempo limitado	Remos y salvavidas
Motos acuáticas	No adecuado, solo con un adulto	20 usd tiempo limitado	Salvavidas
Surf	2 usd ilimitado	3 usd ilimitado	Tabla de surf y salvavidas
Vuelo en parapente	30 usd con un adulto incluido	20 usd tiempo limitado	Salvavidas y equipo parapente
Natación	3 usd	5 usd ilimitado	Boyas inflables, gafas, salvavidas y aletas de pierna
Banana	3 usd	5 usd limitado	Salvavidas

Elaborado por: Jazmine Encarnación Zambrano

Concretar alianzas estratégicas con los organismos competentes para la dotación de agua potable a las comunidades.

Estrategia 5

Concretar alianzas estratégicas con los organismos competentes para la dotación de agua potable a las comunidades.

Es necesario que la comunidad actúe proactiva exigiendo obras orientadas a los servicios básicos. Por ello, la estrategia busca formar comisiones que presenten necesidades para que estas sean apoyadas con los presupuestos establecidos.

Su ejecución deberá ser monitoreada a fin de que se establezcan medidas de control más efectivas apoyadas justamente por la junta parroquial.

Estrategia 6

Promover entre los habitantes del sector, un adecuado manejo de los desechos sólidos.

A través de esta propuesta se busca lograr la concientización de la población en la práctica de medidas que eviten la contaminación del medio ambiente, su desarrollo forma parte de la ubicación de puntos de recolección de desechos sólidos. Además de la realización de programas en los que la comunidad pueda participar activamente en el cuidado de los atractivos turísticos, a fin de evitar desperdicios y demás elementos contaminantes.

Estrategia 7

Disminuir los niveles de destrucción de bosques, que permitan garantizar el porvenir y cuidado del refugio de vida silvestre.

Para llevar a cabo esta estrategia es necesario una evaluación y control de las medidas estatales ya implementadas, las mismas que permitan evaluar y controlar el cuidado y la conservación del ambiente. Se puede proponer una gestión complementaria que busque conservar los atractivos naturales; la misma estaría conformada por:

- El director comunitario
- Comisión de aseo y limpieza
- Comisión de control y veeduría
- Comisión de ejecución de capacitación comunitaria.

La comisión de aseo y limpieza tendrá a su cargo las siguientes actividades: Controlar las medidas de ejecución de procesos de reciclaje de desechos sólidos. Identificar la existencia de puntos estratégicos de recolección de desechos sólidos y coordinar con planteles la realización de mingas de recolección de basura.

La comisión de control y veeduría se encargará de lo siguiente:

Verificar la correcta presentación de proyectos de gestión comunitaria que permita mejorar la calidad de vida de la población en base de proyectos turísticos

que sean sostenibles, para garantizar excelentes condiciones de prestación de servicios turísticos.

La comisión de ejecución de capacitación se encargará de:

Realizar en conjunto con las universidades la ejecución de los talleres de formación. Además de establecer medidas de integración de la comunidad para la apertura de negocios turísticos.

Estrategia 8

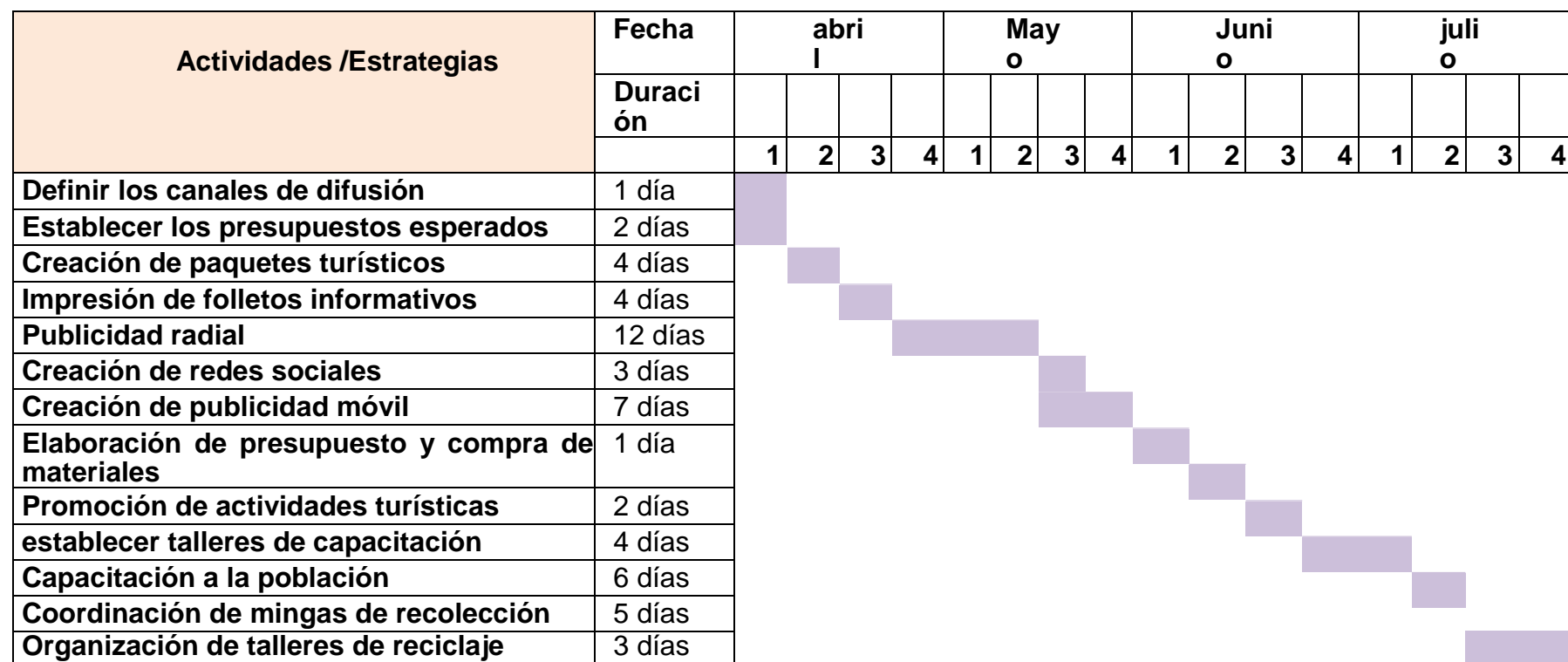
Promover acciones de reciclaje de basura en el malecón y a lo largo del balneario de las Palmas.

Para cumplir esta estrategia se debe de organizar talleres de capacitación que permita fomentar el proceso de reciclaje y activación económica del sector. La capacitación es fundamental para lograr el desarrollo de los habitantes de la población, dentro de las capacitaciones se puede desarrollar proyectos como:

Establecer puntos de recolección de material reciclado, que a su vez permita comercializar y exhibir las artesanías en las instalaciones del malecón del balneario las Palmas.

Cronograma de actividades

Gráfico 34 Cronograma de actividades



Elaborado por: Jazmine Encarnación Zambrano

DISCUSIÓN

De acuerdo a lo expuesto en el presente estudio se buscar lograr un plan de desarrollo turístico sostenible que permita incrementar los turistas en el malecón del balneario de las Palmas, con dicha finalidad se realizaron encuestas para estar al tanto de cuál es la realidad de la oferta y la demanda, para lo cual todo el proceso implementado en la planificación elaborada sirvió como eje fundamental para darle el enfoque y solución a futuro; no para esperar respuestas inmediatas ni mucho menos erradicar en la totalidad aspectos negativos del balneario, sin embargo el presente proyecto estuvo destinado a la conservación tanto ambiental, social, cultural y al crecimiento monetario como factores, debido a que estudios citados, revelaron que el cantón no ha tenido elaboración de proyectos de turismo sostenible. De acuerdo al estudio realizado, ciertos componentes que afectarán en gran manera el factor ambiental, debido a que posee riesgo natural y humano que corrompe a la ciudadanía con operaciones en actividades petroleras como maniobras de buques en las Palmas, afectación ambiental en Codesa y daño causado por contaminación de ruido excesivo, para lo cual se requiere ejecutar planes de contingencia, de acción y campañas. (Donoso, 2015).

Según la encuesta realizada a los moradores del balneario, la población solicita que se mejore los atractivos emblemáticos que se encuentran en el malecón de las Palma, que han sido olvidados por autoridades municipales, los monumentos que identifican la cultura de la provincia con letras ilegibles o daños de infraestructura, además se cree que este problema recae también en los ciudadanos que no trabajan por el buen estado de dichos atractivos, por lo cual es necesario un proyecto de planificación turística local.

La nota sacada por el diario la hora afirma que la municipalidad, por medio del Departamento de Cultura actualmente cuenta con un proyecto de plan de acción vigente para actuar ante dichos atractivos y espacios públicos descuidados, en su mayoría parques y monumentos, los cuales actuarán a través de ayuda económica por parte del Gobierno Nacional.

El flujo turístico de la ciudad de Esmeraldas no es el mismo de hace una década es por esto que en los últimos años el gobierno invirtió en infraestructura pública y mejora en servicios básicos, esto ha logrado mejorar el aspecto turístico permitiendo que los turistas se sientan seguros en el sector.

El desarrollo tuvo diferentes actores llenos de cambios en tan pocos años debido a que el inventario generado por el GADPE no se encontraba actualizado y se han generado nuevos atractivos. Sin embargo, hubo evoluciones en ciertos atractivos, por ejemplo: una actividad importante para publicidad e ingreso económico fue el Festival de Música y Danza Afro que dejó de realizarse en época de carnavales e integraba artistas extranjeros y locales, este evento se

relegó por el Festival de Sol a Sol realizado en el balneario Las Palmas.

Los 5 de agosto de cada año al conmemorar las fiestas de independencia de Esmeraldas, se realiza un concierto de doce horas por varios artistas. Actualmente la economía del balneario se encuentra en etapa de transición a causa de un daño que recibió la zona costera ecuatoriana a causa de un sismo de 7.8 grados de magnitud, afectando edificios, carreteras y viviendas; las cuales están siendo regeneradas solventando a futuro una mejora económica al sector turístico de Esmeraldas.

CONCLUSIONES

Se concluye que la planificación y la gestión sustentable de los recursos permitieron generar opiniones técnicas de conservación ambiental que ayuden a mejorar el cambio climático en la localidad. Además, permitió el crecimiento económico del mercado y la afluencia turística a los diferentes destinos de la provincia. Estos factores crean el término de “sostenibilidad” para el desarrollo turístico del que está encaminado el proyecto.

El desarrollo del análisis situacional permitió conocer cuáles son los problemas que los esmeraldeños han tenido que enfrentar hasta su actualidad, (inseguridad, desechos sólidos, enfermedades tropicales, pobreza, falta de cultura, vulnerabilidad de desastres naturales, problemas medio-ambientales), por lo tanto, esto permite tener resultado reales. Fue encaminado para crear su solución (FODA), con el fin de reducir los problemas más no para erradicarlos en su totalidad.

Se considera que la propuesta tiene tres tipos de procedimientos con el fin de cumplir diferentes objetivos para el perfeccionamiento social, económico y ambiental del sector local de las Palmas, tales métodos de consumo turístico a través de ventas y promociones, medida o corrección mediante estrategias que permitan definir y solucionar contrariedades a reducir y como régimen de

Se cree que, con la futura implementación y culminación del proyecto de regeneración de accesibilidad vial en algunos sectores de la ciudad, el proyecto de agua y el problema de falta de infraestructura turística podrá contraerse y serán beneficiadas muchas familias esmeraldeñas, mejorando la calidad de vida de los habitantes del sector.

RECOMENDACIONES

- El Municipio de Esmeraldas debe hacer obligatoriamente un catastro actualizado de recursos turísticos de la localidad para realizar un estudio de categorización, de esta manera se podrá difundir y promocionar el malecón tomando en cuenta los recursos que forman parte del patrimonio histórico del cantón. debido a que actualmente los atractivos emblemáticos se encuentran en total descuido.
- Este proyecto debe de ser ejecutado por la entidad gubernamental en este caso, el municipio de Esmeraldas que se encarga de fiscalizar todas las actividades que se van a realizar por motivos turísticos, es importante que se trabaje de la mano con otras instituciones que tienen el mismo fin y así obtener mejores resultados a largo plazo ya que la ciudad es un destino apto para explotarlo turísticamente.
- Ejecutar por parte del municipio de la ciudad y otras entidades, un plan zonal o local de contingencia en cuanto a actuación, prevención, y acción de desastres naturales que permitan obtener mayor seguridad y lograr a su vez una actuación más activa en el turismo del balneario de las Palmas, un trabajo más generalizado debido a que solo cuenta con un plan de prevención de tsunamis y otro de derrame de hidrocarburos.
- Capacitar a los operadores turísticos en responsabilidad con el ambiente y calidad de servicio.
- Creación de un centro de turismo comunitario.
- Aprovechas estratégicamente el impulso de nuevas alternativas Mejorando así, el incremento de la afluencia turística en el balneario.
- Fortalecer las funciones políticas que desarrollen y ejecuten procesos, acciones y estrategias de manejo, aplicadas a la conservación del medio ambiente.
- Promover la investigación de los valores naturales y culturales del balneario, a través de proyectos de las asociaciones existentes y universitarias, con el fin de profundizar e identificar esas características.
- Desarrollar campañas de concienciación a la población de la comuna para motivar comportamientos más ecológicos y sostenibles con respecto a los recursos naturales.
- Solicitar la participación de la empresa privada como agencias de viajes operadoras que estén vinculadas a las principales agencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, F. (2012). *El desarrollo turístico*. Bogotá: Work .
- Aragundi, L. (2014). *Sustentabilidad económica*. Bogotá: Gráficos Word.
- Artal Castells, M. (2014). *Desarrollo del patrimonio cultural*. California: Masarea Y la Aven.
- Bella, D. (2012). *Análisis marco teórico*. Bogotá: Wurejbngr.
- Cardenas, C. (2016) *Atractivos Turísticos en Ecuador*. Quito: Robles y Asociados.
- Carrasco, J. L. (2013). *El turismo costero*. Bogotá: El mundo Leyus.
- Científica, I. (2013). *Desarrollo y análisis de Hipótesis*. México: Kamr.
- Daniels, D. (2012). *La biodiversidad y el desarrollo*. Los Angeles: El Mun Word.
- Fao. (25 de Junio de 2013). *Crecimiento turístico y su desarrollo en el Ecuador*.
Obtenido de crecimiento turístico y su desarrollo en el Ecuador:
Www.Fao.Org
- Flex Services. (2015). *El Financiero*. Recuperado El 10 de 02 de 2015, de [Http://Www.Elfinanciero.Com/](http://Www.Elfinanciero.Com/)
- Flex Services. (S.F.). *El Financiero*. Obtenido de [Http://Www.Elfinanciero.Com/](http://Www.Elfinanciero.Com/)
- Fred, R. David. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson educación. Recuperado El 06 de mayo 2015.De [Http://App.Ute.Edu.Ec/Content/3936-367-1-1-4-1/Con-Estrategica-%20fred%20david.Pdf](http://App.Ute.Edu.Ec/Content/3936-367-1-1-4-1/Con-Estrategica-%20fred%20david.Pdf)
- Gonzalez, Jesus H. (S.F.). *Slideshared*. Recuperado El 10 de 02 de 2015.
- Industria, C. D. (25 de Junio de 2008). *Mjicroempresas*. Obtenido de Microempresas: Www.Camaradelapequeñaindustria.Org
- Inec. (24 de Mayo de 2019). *Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos: Www.Inec.Gov.Ec
- Kottler. (2013). *Desarrollo turístico*. California: Parked Inois.
- Luis, A. (2001). *Servicios turísticos*. Lima: Wenkling.
- Malhotra, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. California: Eonor Gey.
- Midletton. (2011). *Desarrollo sostenible y turístico*. Chile: Jocan Y Red.
- Mintur. (Martes de junio de 2019). *Desarrollo sostenible*. Obtenido de Ministerio De turismo: Www.Mintur.Com
- Morales, A. (2015). *Microempresaa y su crecimiento*. California: Kos Geawre.
- Quezada, A. (2012). *Enfoque cualitativo*. Bogotá: Kired Ufoi.
- Reyes, J. C. (2016). *El turismo progresista*. Guadalajara: Eniwre.
- Reyes, L. R. (22 de septiembre De 2018). *Corporation Word*. Obtenido de Corporation Word: Www.Corporationword.Com

Rodriguez, C. (2013). *El turismo y la Economía*. Lima: Kormaf Doll.

Rodríguez Puente, Eduardo. (S.F.). *Persys*. Recuperado El 10 de 02 de 2015, De <Http://Www.Persys.Com.Mx/Articulos/Andomtrabajo.Pdf>

Rodríguez, Carlos E. (2009). *Diccionario de economía*. Recuperado 11 Junio de 2015 de. <Http://Www.Eumed.Net/Diccionario/Dee/Dee.Pdf>

Scielo. (29 de 06 de 2004). Obtenido De Http://Www.Scielo.Org.Co/Scielo.Php?Pid=S0123-59232004000300005&Script=Sci_Arttext

Turistico, M. (2018). *Planificacion Turistica*. California: Camino Real.

Vanegas, H. (2000). *Legislacion Ecuatoriana*. Guayaquil:.

Vargas, S. L. (S.F.), *Naturaleza, Cultura Y Desarrollo Endogeno: Un Nuevo Paradigma del Turismo Sustentable*.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Jazmine del Carmen Encarnación Zambrano, con C.C: # 1204112989 autora del trabajo de titulación: **Plan estratégico de desarrollo económico para la promoción turística del nuevo malecón las Palmas del cantón de Esmeraldas, previo** a la obtención del grado de **MASTER EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 28 de noviembre del 2019

f. _____
Jazmine del Carmen Encarnación Zambrano
C.C: 1204112989



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Plan estratégico de desarrollo económico para la promoción turística del nuevo malecón las Palmas del cantón de Esmeraldas.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Jazmine del Carmen Encarnación Zambrano		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ec. Uriel Castillo Nazareno, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial		
GRADO OBTENIDO:	Magister en Finanzas y Economía Empresarial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	28 de noviembre del 2019	No. DE PÁGINAS:	75
ÁREAS TEMÁTICAS:	Economía, administración, turismo y presupuesto.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Playas, uso turístico, nivel de satisfacción, ordenamiento, económico y ambiental.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>La importancia de la promoción turística internacional y el deseo de promover el turismo interno en la provincia de Esmeraldas, constituyen la base principal de esta propuesta en la que se busca realizar un plan estratégico de desarrollo económico para la promoción turística del nuevo malecón las Palmas en la provincia de Esmeraldas, El presente trabajo basado en la investigación participativa, se ha involucrado a los principales protagonistas del turismo, como son los microempresarios, dueños y operarios de los locales turísticos en los balnearios del cantón Esmeraldas.</p> <p>En la presente investigación se ha determinado y analizado, los principales factores que inciden en el desenvolvimiento de las diferentes actividades que ha realizado dicho segmento económico, en especial en el área financiera crediticia, a la vez se han formulado y sugerido estrategias que permita el crecimiento de la provincia, las cuales están enfocadas principalmente en la promoción de los lugares turísticos del cantón Esmeraldas, con lo cual se espera mejorar el nivel de calidad de los bienes y servicios de los dueños de los locales turísticos y por ende el desarrollo social y económico de la provincia verde, orgullo de los ecuatorianos. Para lo cual, se aplicaron métodos y técnicas de investigación a fin de dar cumplimiento al objetivo que es Diseñar un plan estratégico para el malecón "Las Palmas", que permita mejorar el crecimiento económico y turístico del cantón Esmeraldas.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0906711068	E-mail: jazlix@hotmail.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Alcívar Avilés Teresa		
	Teléfono: +593-4-3804600 ext. 5065		
	E-mail: teresa.alcivar@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			