



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

**Plan de Intervención para la Diversificación de Productos
Turísticos en la Comuna Palmar, Provincia de Santa Elena**

AUTORES:

Gutiérrez Alcívar, Wilson Alberto

Rodríguez Jaramillo, Katherine Noemi

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras**

Tutora:

Ramírez Iñiguez, Karla Lucía Mgst.

**Guayaquil, Ecuador
2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Wilson Alberto Gutiérrez Alcívar y Katherine Noemi Rodríguez Jaramillo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Mgst. Karla Lucía, Ramírez Iñiguez

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 11 días del mes de Marzo del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Declaración de Responsabilidad

Yo, **Wilson Alberto Gutiérrez Alcívar**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“Plan de Intervención para la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar, Provincia de Santa Elena”** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado 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 de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de Marzo del año 2016

EL AUTOR

Wilson Alberto Gutiérrez Alcívar



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Declaración de Responsabilidad

Yo, **Katherine Noemi Rodriguez Jaramillo**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“Plan de Intervención para la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar, Provincia de Santa Elena”** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado 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 de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de Marzo del año 2016

LA AUTORA

Katherine Noemi Rodriguez Jaramillo



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

Autorización

Yo, **Wilson Alberto Gutiérrez Alcívar**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “**Plan de Intervención para la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar, Provincia de Santa Elena**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de Marzo del año 2016

EL AUTOR:

Wilson Alberto Gutiérrez Alcívar



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

Autorización

Yo, **Katherine Noemi Rodríguez Jaramillo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “**Plan de Intervención para la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar, Provincia de Santa Elena**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de Marzo del año 2016

LA AUTORA:

Katherine Noemi Rodríguez Jaramillo

Agradecimiento

Primeramente le agradezco a Dios, porque sin él nada es posible es esta vida.

Le agradezco a mi padre y a mi madre por haber estado junto a mí, en los buenos y malos momentos. Por ser testigos de cada uno de mis logros, desde que empecé mi etapa estudiantil como una niña y ahora ya convertida en toda una profesional, pero más que nada por sobre todas las cosas, por su amor constante y su gran apoyo incondicional.

A mis amigos del colegio con quienes hasta ahora comparto alegrías y además establecí una amistad verdadera para toda la vida. Gracias a ustedes, aprendí el verdadero significado de la amistad.

Le agradezco a mi abuelita, que aunque la vea una vez cada cinco años, sus palabras de aliento y cada una de sus frases motivadoras, son siempre parte de mi diario vivir.

Y por último, pero no por eso menos importante le agradezco a Esperanza, quien cuidó de mí desde pequeña, a pesar de sus años, sigue pendiente de mí hasta el día de hoy.

Gracias por todo y por tanto.

Katherine Rodriguez

Dedicatoria

Este trabajo de titulación está dedicado a Dios y con un afecto muy especial a mis padres, quienes forman parte de mi pilar fundamental para seguir adelante sin mirar atrás.

Todo el esfuerzo que han hecho por mí, será retribuido hacia ustedes.

Con amor, su hija.

Katherine Rodriguez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Wilson Alberto Gutiérrez Alcívar	
Katherine Noemi Rodriguez Jaramillo	

Mgst. Karla Ramírez Iñiguez

Índice general

Introducción	19
Antecedentes	19
Planteamiento del problema.....	22
Formulación del problema.....	23
Justificación	23
Objetivo general.....	26
Capítulo I fundamentación teórica.....	26
1.1 Marco teórico	26
1.2 Marco conceptual	29
1.3 Marco referencial.....	31
1.4 Marco legal.....	34
Capítulo II metodología	39
2.1 Método de investigación	39
2.2 Enfoque de investigación.....	40
2.3 Tipo de investigación	40
2.4 Técnicas de recolección de información	41
2.5 Herramientas para la recolección de información	42
2.6 Universo o población	42
2.7 Tamaño de la muestra	43
Capítulo III diagnóstico de la comunidad.....	43
3.1 Oferta de la comunidad.....	43
3.2 FODA	55

3.3	FODA cruzado	57
3.3.1	Diversificación de oferta	57
3.3.1.1	Articulación de atractivos y servicios	60
3.3.2	Capacitación para mejora del producto pizza de ostra	69
3.3.3	Gestión para la Implementación del Programa Reacciona Ecuador	70
3.4	Demanda actual.....	72
	Capítulo IV estudio de mercado	75
4.1	Análisis de resultados	75
4.2	Conclusiones	84
4.2.1	Recomendaciones.....	85
	Capítulo V plan de acciones presupuestado	86
5.1	Resumen de Planes de Acción.....	87
	Conclusiones	89
	Recomendaciones	90
	Listado de referencias.....	92
	Apéndices	97

Índice de tablas

Tabla 1.	Análisis FODA	55
Tabla 2.	Programación - tour en kayak altamar	60
Tabla 3.	Programación – tour kayak manglar.....	61

Tabla 4. Programación – Guayaquil, Palmar, Guayaquil.....	62
Tabla 5. Edades de encuestados.....	76
Tabla 6. Sexo de encuestados	77
Tabla 7. Estado civil de encuestados.....	77
Tabla 8. Frecuencia de visitas	78
Tabla 9. Cantidad de Visitas al año en la provincia de Santa Elena.....	79
Tabla 10. Conocimiento sobre la comuna Palmar.....	80
Tabla 11. Consumo de mariscos	80
Tabla 12. Disposición de participar en actividades turísticas gastronómicas ...	81
Tabla 13. Cantidad a pagar por un paseo en lancha con acuicultura y alimentación.....	82
Tabla 14. Gasto promedio diario en la playa.....	83
Tabla 15. Resumen de Planes de Acción	87

Índice de figuras

Figura 1. Calculadora para obtener el tamaño de la muestra.....	43
Figura 2. Ubicación de la comunidad.....	44
Figura 3. Alojamiento.....	44
Figura 4. Alimentación	45
Figura 5. Esparcimiento.....	45
Figura 6. Otros servicios relacionados.....	46
Figura 7. Instalaciones turísticas existentes.....	46

Figura 8. Principales vías de acceso a la comunidad.....	47
Figura 9. Distancias	47
Figura 10. Señalización	48
Figura 11. Transporte público	48
Figura 12. Servicio telefónico.....	48
Figura 13. Servicio telefónico celular	49
Figura 14. Oficinas de correo.....	49
Figura 15. Red de agua entubada	49
Figura 16. Fuente principal de abasto.....	50
Figura 17. Sistema de alcantarillado	50
Figura 18. Eliminación de excretas	50
Figura 19. Eliminación de basura.....	51
Figura 20. Establecimientos de salud	51
Figura 21. Servicio de energía eléctrica.....	51
Figura 22. Gasolineras	52
Figura 23. Apoyo de instituciones	52
Figura 24. Planes de desarrollo	52
Figura 25. Organizaciones en la comunidad.....	53
Figura 26. Actividades productivas	53
Figura 27. Planes estratégicos.....	54
Figura 28. Destrezas encontradas en la comunidad	54
Figura 29. Demanda diaria	72
Figura 30. Frecuencia de la demanda.....	73

Figura 31. Forma de viaje	73
Figura 32. Tipo de demanda.....	74
Figura 33. Gasto promedio de visitantes.....	74
Figura 34. Servicios turísticos	75
Figura 35. Edades de encuestados	76
Figura 36. Sexo de encuestados	77
Figura 37. Estado civil de encuestados.....	78
Figura 38. Frecuencia de visitas	78
Figura 39. Cantidad de visitas al año en la provincia de Santa Elena	79
Figura 40. Conocimiento sobre la comuna Palmar	80
Figura 41. Consumo de mariscos	81
Figura 42. Disposición de participar en actividades turísticas gastronómicas ..	82
Figura 43. Cantidad a pagar por un paseo en lancha con acuicultura y alimentación	82
Figura 44. Gasto promedio diario en la playa.....	83

Resumen

El trabajo de titulación tiene como resultado elaborar un Plan de Intervención de la Diversificación de Productos Turísticos para generar ingresos económicos en la Comuna Palmar, ubicada en la provincia de Santa Elena. Para esto se debe de realizar un diagnóstico, sobre la situación turística y la demanda actual de los servicios y productos, realizar un estudio de mercado y presentar una propuesta que apunte el correcto uso de los recursos existentes para poder desarrollar un producto turístico.

Se estableció que para la mejor comprensión del Plan de Intervención de la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar se dividiera en cinco capítulos. A continuación se explica el contenido de cada uno de los capítulos en manera resumida.

En el primer capítulo, que es la Fundamentación Teórica, se puede observar las teorías por medio de las cuales se mantiene fundamentada dicha investigación, además de los conceptos, casos de referencia y todo lo que corresponde a la parte legal de la investigación.

En el segundo capítulo se encuentra la metodología, donde se detalla el método que se utiliza para la investigación, el enfoque, el tipo y las técnicas que se consideran esenciales para la recolección de información. Además de realizar el respectivo muestreo con la población elegida como mercado potencial objetivo.

En el tercer capítulo se ejecutó el diagnóstico de la Comuna, donde se aprecia información sobre la oferta de la comunidad, se puede encontrar información sobre la planta turística, equipamiento, las instalaciones, la infraestructura de los servicios, la superestructura y la comunidad receptora. Además se realizó un análisis FODA sobre la oferta turística y la problemática social que está afectando al turismo en la Comuna Palmar, a partir de éste se efectuó un FODA cruzado, para poder determinar los diferentes planes a realizar.

Se estableció planes de acción como la diversificación de la oferta, la articulación de atractivos y servicios, la capacitación para mejora del producto pizza de ostra, y la gestión para la implementación del programa reacciona Ecuador. Se realizó la caracterización de la demanda e información relevante sobre la demanda de turistas que existen hacia la Comuna.

En el capítulo cuatro, se encuentra información que se recolectó por medio de encuestas a diferentes personas, para realizar el análisis del estudio de mercado.

En el quinto capítulo se realizó el plan de acciones presupuestado, en el cual, se dialogó con los expertos sobre cada uno de los temas expuestos en el FODA cruzado, para de este modo obtener información verídica sobre los valores.

Además se muestra cómo se genera el antecedente, la acción que se va a realizar para contrarrestar el antecedente, aparecen los responsables de las actividades que se van a realizar a favor de la Comuna Palmar, las personas que son beneficiadas, el tiempo que se tomará en realizar cada acción y por último, el presupuesto que se necesita para implementar cada Plan de acción detallado.

Palabras claves

Diversificación, productos turísticos, ingresos económicos, situación turística, recursos turísticos, servicios y productos.

Abstract

This project is to develop a result Intervention Plan Tourism Product Diversification to generate income in Palmar Commune, located in the province of Santa Elena. It is due to make a diagnosis on the tourism situation and the current demand for services and products, to submit a

proposal to point the proper use of existing resources in order to develop a tourism product.

It is set for a better understanding of the Intervention Plan Tourism Product Diversification to generate income in Palmar Commune, is divided into five chapters. Then the content of each of the chapters in summary.

In the first chapter, which is the theoretical foundation, you can see the theories by which such research remains substantiated. In addition to the concepts, reference cases and all that corresponds to the legal part of the investigation.

The second chapter is the methodology, including the method used for research, the focus, the type, techniques that are considered essential for collecting detailed information. In addition to the respective sampling the population chosen as potential target market.

In the third chapter the diagnosis of the Commune was executed, where information of the community is appreciated, you can find information about the tourist facilities, infrastructure, superstructure and the host community. In addition, a SWOT analysis of the tourism and social problems of the Commune was held. After, It was made in a cross SWOT, in order to determinate the different plans to make.

Action plans for the diversification was established, the articulation of attractions and services, training for product improvement oyster pizza and management for the implementation of the program reacts Ecuador, the characterization of demand and relevant information on the demand of tourists to the Commune there was also performed.

In the fourth chapter, information is gathered through surveys to different people, for the analysis of market research.

In the fifth chapter the budgeted action plan was made, in which, there was a discussion with experts on each of the issues raised in the cross SWOT, to obtain accurate information about values.

Also it shows how the history is generated, those responsible for the activities to be performed for the commune appear, people who are benefited, the time taken to perform each action and finally, the budget needed to implement each detailed action plan.

Key words

Diversification, tourism products, income, tourism situation, tourism resources, services and products.

Introducción

La mayoría de los países alrededor del mundo se deben al turismo, cabe recalcar, que año a año éste se convierte en una de sus principales fortalezas, con la cual se puede sobrellevar la economía en la que se encuentran actualmente.

Es de conocimiento actual, que el turismo es una actividad económica que se desarrolla de manera diferente en cada país y a su vez trae consigo beneficios como; la mejora en la calidad de vida para la Comunidad, nueva fuente de ingresos, posicionar a un destino turístico, además, cabe recalcar que lo anterior se cumple sí es realizado de manera correcta y sustentable, cumpliendo con todos los estándares establecidos por la ley.

La intervención que se suscita actualmente por parte de la Municipalidad y la Prefectura de la provincia de Santa Elena, se considera primordial y más que nada definitivamente, indispensable para el mejoramiento de la fachada de Palmar.

Es por esta razón, que se ha seleccionado a la Comuna Palmar, la cual reabre sus puertas al turismo nacional, ya que con éste fin, se pretende realizar el respectivo plan de intervención que se propone, ya que se considera a la Comuna, en ventanas hacia el desarrollo, para posicionarse y recuperar la categoría como punto turístico en la provincia de Santa Elena.

El fin de este proyecto es realizar un Plan de Intervención para la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar. Para de esta manera, poder consolidarlo como un destino turístico primordial en la provincia de Santa Elena.

Antecedentes

Palmar es una comunidad costera ubicada a 31 Kilómetros desde la ciudad de Santa Elena. Se puede llegar en vehículo propio o tomar un bus

en la terminal de Buses de Santa Elena, la cooperativa Santa Rita viaja hasta Palmar el costo del pasaje es un dólar con cinco centavos (Empresa Municipal de turismo, 2015).

El Ecuador cuenta con doce líneas de productos turísticos, como lo son respectivamente; el turismo comunitario, sol y playa, turismo cultural, turismo de salud, congresos y convenciones, deportes y aventura, turismo de cruceros, parques temáticos, agroturismo, ecoturismo, circuitos y rutas, turismo científico y académico. Ecuador posee ocho Coordinaciones Zonales, entre las cuales está la coordinación zonal 5 que está conformada por las provincias de Los Ríos, Santa Elena, Bolívar y Guayas; tienen como órgano principal al Despacho Ministerial seguido de otras autoridades, las cuales son las encargadas de proceder y de seleccionar a los viables proveedores de la provincia de Santa Elena que son encargados de tener la calidad en la prestación de servicios y de productos turísticos en el turismo interno. Se busca razones que favorezcan al progreso de los destinos y productos turísticos que cada día reciben la llegada de turistas (Mintur, 2015).

Según La FAO, 2003:

La acuicultura es el cultivo de organismos acuáticos en zonas costeras que implica intervenciones en el proceso de cría para aumentar la producción. Es el sector de producción de alimentos de más rápido crecimiento y representa el 50% del pescado destinado a la alimentación a nivel global (p.1)

Según La FAO 2003, uno de los grandes cambios que está a la mira, es la implementación y desarrollo de nuevas actividades productivas beneficiosas, las cuales se rigen a través de las actividades tradicionales como es la acuicultura. Este medio que tiende a englobar a las actividades anteriormente definidas, se lo conoce como el agroturismo, el cual suele pasar un poco desapercibido por encontrarse localizado en el sector rural. El agroturismo desempeña una de las obligaciones exigidas, que es el

desarrollo del turismo sustentable, ésta se la destaca como una nueva opción para mejorar la economía.

Considerando el volumen del turismo interno del Ecuador, solo el 36% son excursionistas, personas que realizan su viaje en menos de 24 horas; sin embargo el 64% restantes de turistas son los que por lo menos pernoctan ya sea una noche fuera de su vivienda tradicional. De las preferencias de actividad de los turistas nacionales, se obtienen cuatro segmentos como: diversión, la visita de naturaleza o áreas protegidas, práctica de deportes y la gastronomía. Según una encuesta realizada sobre el turismo interno en el año 2002 al 2003, el 26,1% de la población prefiere visitar la zona rural, sentirse ligado a la naturaleza, paz y armonía, respirar aire puro, tener un forma de vida más natural y saludable (Plandetur 2020, 2007).

Situaciones como por ejemplo en el país de Colombia, el Gobierno se ha preocupado por las personas que habitan en las zonas rurales. Se realizan las debidas capacitaciones para forjar el proceso de la actividad, así como también la implementación de las correctas prácticas agrícolas y turísticas.

Fundaciones como Natura y Procasur actúan junto con los gobiernos locales para crear ideas innovadoras utilizando el talento rural y a las comunidades para además de generar fuente de empleo, potenciar la economía de la región. La pregunta general y recurrente se basa en ¿cómo hacer de sus propias tierras un lugar para generar un ingreso extra?... la forma más efectiva se realizó por medio de inducciones, planes turísticos y estrategias de agroturismo (Fundación Natura, 2012).

Mientras que en Puerto Rico, se considera a ésta línea de producto turístico como potencial para el desarrollo económico; cuentan con más 25 proyectos dirigidos por jóvenes puertorriqueños para el progreso del agroturismo. Una vez más dirigen dicha actividad hacia los jóvenes del país e infunden en ellos el valor del ingreso adicional. También se considera al agroturismo como la nueva alternativa, por medio de la cual las personas que habitan en el sector rural se puedan establecer en sus propios sectores sin tener la necesidad de migrar hacia la zona urbana (Compañía de Turismo Puerto Rico, 2014).

Planteamiento del problema

Es una tradición que la Comuna de Palmar sea reconocida por el Santuario Nuestra Señora de Fátima; siendo la actividad de la pesca, el medio actual de subsistencia de cada uno de los habitantes de la Comuna, estableciéndose así, ésta como la única fuente de ingreso. Cabe recalcar que dicha actividad no se consideran lo suficientemente estable para protagonizar un cambio en el estilo y la calidad de vida de la Comuna, por ende esto ha tenido una secuela directa, que se conoce como la migración; siendo la juventud de la comunidad, los protagonistas, los cuales buscan surgir a formar parte de los principales motores económicos del país, encontrar un empleo siendo éste la mayoría de las veces administrativo en una empresa citadina, como lo son respectivamente la ciudad de Guayaquil y de Quito.

Se ha manifestado que la manera tradicional de generar ingresos económicos dentro de la comuna de Palmar es una problemática, es decir si una panadería empieza su vida económica es probable que se encuentre estancada en el transcurso de su desarrollo puesto que el dueño al tener un hijo, este hijo no quiera continuar con la profesión de su padre por varios factores, entre ellos el hecho de pretender vivir fuera de la comuna o por querer lograr sus propias metas personales.

Otra de las problemáticas que se establecen es que estos sectores no generan más plazas de trabajo, al contrario del turismo, que es un campo aún inexplorado por los miembros de la comuna de Palmar.

El turismo es capaz de generar a partir de productos existentes mejoras para hacerlo más rentable, entretenido, interesante, dinámico y sobre todo comercial, una herramienta de desarrollo cultural, social y económico para la comuna Palmar. Por otro lado la acuicultura es uno de los medios en los que los habitantes que viven en dicha comuna se ganan la vida pero de forma tradicional; es decir suben a sus botes, navegan por el mangar, cosechan las ostras y luego las comercializan en el mercado.

Desde otra perspectiva la idea de aprovechar este recurso natural con el que cuenta la comuna, dándole un enfoque turístico podría ser una fuente alterna de ingresos, por medio de que los turistas se sientan

interesados en conocer el manglar y el plus adicional de vivir la experiencia del cultivo de la ostra y luego degustar de la misma en algún restaurante de la zona, generaría más empleos, ya no solo sería el pescador el beneficiado sino también la persona del restaurante y por ende de seguro algún proveedor de alojamiento. El turismo enlaza varias industrias y es la oportunidad de desarrollo que se observó en esta comunidad que cuenta con su propia playa de libre acceso.

Formulación del problema

Por todos los motivos señalados anteriormente, es relevante formular el siguiente problema:

- ❖ Variable 1: Forma tradicional de turismo
- ❖ Variable 2: Fuente de ingresos
- ❖ Variable 3: Comuna Palmar

¿De qué manera incide la forma tradicional de realizar turismo como fuente de ingresos en la Comuna Palmar?

Justificación

En momentos de crisis el turismo en general se ve cristalizado como una actividad fundamental para la colectividad de las personas y el sector turístico resiste de mejor manera que otros sectores los diversos cambios de la economía. Es una actividad que se ejecuta sin desertar de las labores habituales que se realizan a diario en la zona rural.

El Gobierno Provincial de Santa Elena realizó una inversión de un millón de dólares a favor de la Comuna de Palmar, por consecuente, gracias a esto se ha dado paso a tener un cambio en la imagen de ésta para llegar a reavivarse turísticamente, como la implementación del nuevo malecón alrededor de la playa, la reestructuración de la vía de acceso, postes de alumbrado, adoquinado, bordillo y asfaltado (Diario Expreso, 2015).

Además de lo anterior la Comuna cuenta con un estero, manglares, flora y fauna, variedad de especies marinas, un balneario, crías de ostras, kayak, el santuario de la Virgen nuestra señora de Fátima, servicios básicos, escuelas, centro médico, entre otras estructuras.

El Plan Nacional de Buen Vivir, en el objetivo 10; impulsar la transformación de la matriz productiva, señala entre una de sus políticas:

Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero (p. 80).

La transformación de la matriz productiva que promueve el Gobierno se basa en adicionar valor ecuatoriano con eficiencia dentro de los términos biofísicos de la naturaleza para obtener un progreso equitativo e integrado de las zonas. De manera que se convierte en un eje fundamental destinado para las comunas ubicadas en la zona costera, como es el caso de Palmar; que posee un proyecto de cosechas de ostras abalado por la Subsecretaría de Acuicultura (Diario El Telégrafo, 2014). A su vez existe un conjunto de jóvenes también trabajan en lo que respecta al kayak en el mar, además de un grupo de jóvenes emprendedores, los cuales forman parte de la Fundación Neo Juventud conformada por los descendientes de los pescadores artesanales, quienes mantienen una participación de manera activa aproximadamente desde el año 2013. La labor que es realizada por los jóvenes es la del cultivo acuícola con semillas de ostra del Pacífico, conocida por el denominado nombre científico como *Crassostrea gigas*. Se considera a la acuicultura como una actividad productiva que se mantiene con un excelente apoyo por parte del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca en los dos últimos años, de este modo se genera una nueva fuente de ingreso, además de ser también otra opción laboral destinada para la comuna (MAGAP, 2014).

La comuna Palmar también se caracteriza por la tradicional feria de la Natilla que se realiza para el feriado de Noviembre y por el primer festival del pescado, en el cual se reparten hasta 5000 pescados asados de manera gratuita a los turistas que van a deleitarse de la gastronomía ofrecida por Palmar (Diario Expreso, 2015).

A pesar de ser considerada con un buen potencial la Comuna Palmar se encuentra con la necesidad de un impulso turístico, en la mayoría de la franja costera se retiene la idea del turismo gastronómico, como es el caso de Palmar. La comuna se debe de trabajar ya que se encuentra en la necesidad de un proyecto de diversificación de actividades turísticas, la mentalidad de los comuneros debe de ser ampliamente cambiada ya que el turismo no solo se trata de la actividad gastronómica, sino que también además de esta actividad existen segmentos que pueden ejercer la elaboración de artesanías o dedicarse a la cultura, otros a los deportes y a la aventura, entre otras actividades, siempre y cuando éstas se manejen de manera sostenible y sustentable.

Además, se busca una o más razones para que los habitantes de la Comuna alcancen una mejora en su calidad y su estilo de vida. Cabe recalcar, que al planificar la debida propuesta de desarrollo de producto turístico en la Comuna Palmar, ubicada en la provincia de Santa Elena, éste obtendrá varios beneficios. Algunos de estos serán; la estabilidad económica para los trabajadores y cada una de sus familias, fomentar el interés sobre la valoración del medio ambiente; incentivar la asociación de todos los comuneros a colaborar de manera conjunta para llevar a cabo el objetivo en común. Generar el interés por parte de los Gobiernos locales en seguir invirtiendo en pos de mejoras en la infraestructura, en la oferta de servicios turísticos; tales como equipamientos e instalaciones, ya que los cuales cumplirían con la función de facilitar y extender la estadía de los turistas en dicha Comuna. Además se fortalecerá la cultura, folklore, gastronomía, técnicas ancestrales de siembra, cultivo endémico de la comuna para lograr el reconocimiento como producto turístico, a su vez volver a fijar a Palmar en el mapa turístico de la provincia de Santa Elena.

Objetivo general

Elaborar un plan de intervención de la diversificación de productos turísticos para generar ingresos económicos en la Comuna Palmar, ubicada en la provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico sobre la situación turística y la demanda actual de los servicios y productos de la Comuna Palmar
- ✓ Elaborar un estudio de mercado para que puedan ser aprovechados económicamente los servicios y productos.
- ✓ Presentar una propuesta que apunte el correcto uso de los recursos existentes para poder desarrollar un producto turístico.

Capítulo I fundamentación teórica

1.1 Marco teórico

El turismo considerado como un fenómeno, ya que conlleva ciertos impactos en la economía, así como también en el medio natural y en las áreas construidas, en la población oriunda de los sitios y en los visitantes que se dirigen hacia la zona turística. Por ende, debido a varios efectos, la extensa gama y diversidad de factores de elaboración que se requieren para crear los bienes y los servicios obtenidos por los visitantes, es fundamental tener un enfoque global del progreso, el trabajo y la atención hacia el turismo. En este enfoque es precisa la práctica de estrategias de turismo nacionales y locales, así como de convenios internacionales (OMT, 1993).

Se entiende que la Teoría General de Sistemas se basa en la relación e interacción que existen entre la agrupación de cada uno de sus

subsistemas, los cuales forman parte importante de la actividad turística, por ende influye directa e indirectamente en el sistema turístico para alcanzar un objetivo en común (Superestructura, Comunidad receptora, Demanda, Atractivos, Equipamiento e instalaciones, Infraestructura) (Vázquez, Osorio, Arellano y Torres, 2013).

La Superestructura es la gobernanza que son las organizaciones, leyes, políticas, proyectos y planes. La Comunidad Receptora son los habitantes de los destinos, que deben tener vocación en la comunidad como los guías nacionales y guías nativos, etc. La Demanda cuya función es hacer uso de los espacios atracciones y servicios turísticos que se ofrecen, da referencia a turistas que viajan para llegar al atractivo y personas que hacen recreación, es decir habitantes que viven en el lugar. El Atractivo es el origen del sistema turístico ya que alrededor de este nace territorialmente el sistema. El Equipamiento y las Instalaciones incluyen a los servicios cuya función es facilitar y extender la estadía de los visitantes, mientras que la Infraestructura son los servicios básicos de la población y las carreteras que existen como principales vías de acceso.

Según Vázquez et al, (2013):

La Teoría General de Sistemas permite identificar los tipos de interacciones que se presentan entre los elementos que conforman la estructura, así como destacar que el sistema turístico es un sistema abierto que mantiene relación constante con el entorno o el medio ambiente (p. 8).

En lo que respecta a la relación con el entorno, se determina mediante el marketing cuando el turista decide la opción de viaje preferida, después de tener información verídica y total sobre el destino o por haber visualizado una imagen, obtenido cierto prestigio sobre el lugar y el status.

Mientras que por otro lado existe dos maneras de observar el sistema turístico, desde la parte económica y geográficamente (Vázquez et al, 2013).

Según Vázquez et al, (2013), al poder observar de la manera económica al sistema turístico, éste se remite a una relación entre la oferta y la demanda. La oferta son los atractivos y servicios que conforman el producto a vender; mientras que la demanda son aquellos turistas nacionales y extranjeros, quienes son los encargados del consumo del producto turístico. El nivel adquisitivo del turista, las vacaciones, el número de personas consideradas a viajar, son unos de los puntos claves para optar de manera correcta por el producto turístico; de este modo el turismo es considerado como la actividad económica lucrativa.

Al tomarlo del modo geográfico al sistema turístico, éste transcende en la palabra desplazamiento, es decir la ruta de tránsito, ya que ésta se genera en el proceso de que el turista deja su lugar de residencia habitual y parte hacia el destino. Mediante la salida y retorno de turistas por este medio se puede generar un destino entre las dos estaciones, tomando como referencia gustos y preferencias del turista (Vázquez et al, 2013).

Se toma como segunda consideración la Teoría del Desarrollo Turístico

Según Aramberri, (2011):

Una atracción, es la relación entre un sitio y un espectador, entre una mirada y quien mira, habitualmente un turista (p.143).

Muestra como objetivo que se debe de establecer el posicionamiento ideal en un destino turístico, para poder generar una cadena de relaciones entre las personas que visitan un lugar turístico y las atracciones que existen en el mismo. Cuando un turista llega a un nuevo destino, descubre y experimenta actividades diferentes, las cuales no suele realizar usualmente, por ende las familiariza ya sea con anécdotas de amigos, por medio de fotos

antes vistas o por narrativas de personas e inmediatamente restaura un lazo familiar con el destino. La mayoría de las veces un destino puede no poseer un marcador, es decir un reconocimiento o “signos y símbolos” hacia la atracción turística, o simplemente el turista no suele poseer los datos que son lo suficientemente necesarios sobre el sitio (Aramberri, 2011).

Según Aramberri (2011), otras de las relaciones que se presenta en la teoría es cuando se obtiene por parte de la vida personal de alguien, es decir cuando se usa como decorado doméstico un póster del atractivo de un destino turístico, esto hace que exista una interacción simbólica con el sitio de forma positiva, sin embargo, no es necesario que el turista no haya visitado el lugar para establecer ese tipo de identificación personal. Es decir, que el marcador no solo cumple la función afirmar que existe una relación con la atracción, sino que también se encarga de crearla.

1.2 Marco conceptual

- ✓ **Acuicultura:** Considerada como la camada de organismos marítimos. La cría necesita de la mediación del ser humano para aumentar la producción, por ejemplo: reunir poblaciones de peces, nutrir o resguardar de otros tipos de especies (FAO, 2003).
- ✓ **Turismo comunitario:** Es la actividad económica fraterna que pertenece a las comunidades con los turistas desde un aspecto intercultural, con intervención consensuada de los oriundos de la zona, teniendo la administración correcta de los recursos y el patrimonio cultural (Centro de Comercialización y Revalorización de la Cultura del Ecosistema Manglar, 2009).
- ✓ **Desarrollo rural:** Se entiende como el conjunto de iniciativas propuestas a promover el progreso integral de la calidad de vida de la población y de las actividades económicas en el territorio comprendido lejos de las secciones urbanas, vigilando por el uso

sustentable de los recursos naturales. La peculiaridad del desarrollo rural es que considera tanto a las personas como a los territorios comprendidos y su vínculo con la actividad económica que éstos realizan (Programa de acción global, 1922).

- ✓ **Turismo sostenible:** El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de la generación del futuro para compensar sus convenientes necesidades (Programa de acción global, 1922).

- ✓ **Zonas rurales:** El significado se aplica a aquellos tipos de población situadas en zonas no urbanas que se cuyo principal medio de ingreso es la producción primaria. Las poblaciones rurales fueron los centros más significativos de unión poblacional, poder e importancia que fueron perdiendo peso a partir del crecimiento de las ciudades (UNESCO, 1946).

- ✓ **Producto turístico:** Es el atractivo que ha sido desarrollado para convertirse en un atractivo turístico (Ordóñez, 2011).

- ✓ **Talento rural:** Juega un rol indispensable en la formación de los agricultores para acoger el método de agricultura integrada y la agricultura ecológica. Habilidad o aptitud que posee una persona para ilustrar las cosas con desenvoltura o para desarrollar con la debida habilidad propia una actividad (Procasur, 1996).

- ✓ **Agroturismo:** Es una manera de realizar el turismo, donde los conocimientos rurales son aprovechados económicamente para ofrecer diversidad de distracciones, poder captar a los turistas con la naturaleza, y principalmente con los paisajes cultivados (T.P. Agro, 2013).

- ✓ **Ruta de tránsito:** El turista va a poseer la facilidad de ingreso a cualquier destino turístico trasladándose por diferentes medios de transportes: terrestre, aéreo o acuático (Chiriboga, 2009).

1.3 Marco referencial

En zonas rurales menos desarrolladas el turismo puede ser aplicado como forma de crear empleos y negocios. Ayuda a generar la igualdad de oportunidades económicas y proveer un incentivo para los lugareños residentes de las áreas rurales, con el fin de evitar que migren a las principales ciudades. El hecho de que los habitantes de la comuna migren implica que las familias se reduzcan y esto genera que la comunidad pierda aspectos culturales relevantes así como aspectos, económicos y sociales, de esta manera las costumbre de un pueblo se pierden, como sus vestimentas ancestrales, su folklore, su música en caso de tenerla, sus leyendas, etc.

Consolidar los negocios familiares asegura un desarrollo económico familiar valiéndose de la implementación de mejores prácticas y visión del negocio.

Desarrolla crecimiento intelectual, y busca la capacitación continua para lograr productos comercializables y de excelente calidad a largo o corto plazo. El objeto de este estudio es minimizar la tasa de migración y la ruptura familiar buscando generar plazas de empleo a través de la implementación de actividades turísticas que puedan ejercer los miembros de la comunidad de Palmar.

Es por esto que se tomará como ejemplo, que a partir de la acuicultura en la comuna Palmar como eje diferenciador de las comunas aledañas, el implementar ideas de desarrollo en torno a esta actividad que se viene realizando dentro de las familias como medio de subsistencia económica. Actividad que hasta ahora aporta divisas a la comuna en menores proporciones, pero proponiendo al turismo dentro de esta actividad que se ha venido ejerciendo hace muchos años, se estima generará un mayor flujo de circulante en Palmar y esto les permita administrarse y

reinvertir para mejorar sus productos constantemente y sean cada vez más atractivos para los turistas que visiten la Comuna Palmar.

El siguiente es un caso referencial que se dio en un país de Sudamérica:

En el norte de Chile se llevó a cabo una investigación acerca del cultivo de moluscos y cuál era su aporte nutricional, entre varias conclusiones, se destacó que aporta significativamente a la economía del país la comercialización del salmón, las ostras y el ostión, siendo este último objeto del estudio realizado (Valenzuela, Yáñez, Golusda, 2010).

La investigación señaló que:

El 95% de la producción se exporta y solo un 5% se destina al consumo interno. Los principales destinos de exportación son los países europeos, siendo Francia el mayor consumidor (87% del volumen exportado), seguido de Italia (6,5%) y España (3,3%) (p. 149).

Existe otro caso, en el vecino país de Perú el cual se ha desarrollado estos últimos años al implementar la comercialización de sus productos y atractivos turísticos a nivel mundial. Se realizó una investigación sobre “La tilapia en Perú: acuicultura, mercado y perspectivas” (Baltazar, 2007).

Según Castillo (2004), un dato importante es que:

Después del arroz, los peces son el recurso natural más importante y el mayor proveedor de proteína animal que consumen las personas, proveen el 25% de la proteína en países desarrollados y más del 75% en países en vías de desarrollo (p.270).

Los recursos naturales bien administrados representarían una oportunidad de desarrollo para los habitantes de la comuna Palmar, las ostras que se encuentran en su Manglar se comercializan en las ciudades, pero la intención sería invitar a los ciudadanos a conocer el proceso de cómo se cosecha la ostra que llega hasta su mesa.

De esta manera se vuelve la actividad de consumo turístico y se da a conocer a la comunidad Palmar en la Ruta del Spondylus.

Basado en el estudio de Goded (1998); acerca del impacto del turismo sobre el desarrollo económico el caso de argentina propone que:

Por otra parte, se estima que el turismo genera, aproximadamente, el 12% del PNB del mundo y que da ocupación a más de cien millones de personas, que emplea a uno de cada dieciséis trabajadores en todo el planeta (p.16)

Argentina es un país que ha atravesado cambios políticos y económicos, sin embargo en las últimas tres décadas se encuentra en vías de desarrollo, está apuntando al turismo de masas y extranjeros, como medio de inyección de divisas a los distintos puntos del país para generar circulante y reactivar su economía, promoviendo su cultura y promocionando su oferta turística.

La facilidad que ha tenido Argentina al posicionarse a nivel mundial dentro de la mente de los posibles turistas que la visitan, contribuye notablemente al desarrollo económico de las localidades, que viven del turismo entre ellas San Telmo un poblado que se dedica al turismo y la artesanía (Goded, 1998).

Es por esta razón que proponemos un mejor modelo en la práctica del turismo en la comuna Palmar, formando a los miembros de la comunidad en varios campos que abarca el turismo entre ellos, la gastronomía,

deportes de aventura, paquetes turísticos, y capacitación de cultura de servicio.

1.4 Marco legal

En la Ley de Turismo del Ecuador, en el capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen, indica:

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos (p. 3).

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador resalta que:

Establecimiento de alojamiento turístico: Es el establecimiento que sirve para el hospedaje no permanente de turistas, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, a través de la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, conforme a los requisitos de clasificación y categorización dispuestos en el presente Reglamento (p. 2).

Los establecimientos de alojamiento turístico gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

- a) Recibir el pago por los servicios entregados al huésped.
- b) Solicitar la salida del huésped del establecimiento de alojamiento cuando se contravenga la normativa vigente y el orden público.
- c) Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la operación ilegal de establecimientos de alojamiento turístico.
- d) Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente.
- e) Cobrar un valor extra por los servicios complementarios ofrecidos en el establecimiento.
- f) Obtener el registro de turismo y licencia anual de funcionamiento.
- g) Exhibir la licencia anual de funcionamiento y la placa en la cual conste la información del establecimiento, conforme a lo dispuesto por la Autoridad Nacional de Turismo.
- h) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento.
- i) Cumplir con los servicios ofrecidos al huésped.
- j) Otorgar información veraz del establecimiento al huésped.
- k) Llevar diariamente un registro físico y digital de los huéspedes que pernocten en el establecimiento.
- l) Notificar a la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, la transferencia de dominio del establecimiento dentro de los diez días de producida.

- m) Propiciar la capacitación continua del personal del establecimiento.
- n) Determinar la moneda extranjera que se acepta como forma de pago en el establecimiento.
- o) Asumir la responsabilidad en caso de incidentes o accidentes cuando exista negligencia de su parte.
- p) Cumplir con los requisitos de seguridad previstos en el presente Reglamento con el fin de proteger a los huéspedes y sus pertenencias.
- q) En caso de incidentes y accidentes el establecimiento deberá informar sobre el hecho a las autoridades competentes.
- r) Respetar la capacidad máxima del establecimiento.
- s) Entregar a la Autoridad Nacional de Turismo información con fines estadísticos.
- t) Respetar los límites máximos de ruido establecidos conforme a la autoridad competente.
- u) Exigir información al huésped, incluyendo la presentación de documentos de identidad de todas las personas que ingresen al establecimiento.
- v) Contar con personal proactivo y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente.
- w) Prestar las facilidades necesarias para que se realicen inspecciones por parte de la Autoridad Competente.
- x) Cumplir las especificaciones de accesibilidad para personas con discapacidad dispuestas por la Autoridad Competente.
- y) Mantener íntegra la edificación interna y externa, equipamiento e instalaciones, sin signos de deterioro.

Existen tres clases de modalidades turísticas de aventura como lo son: Tierra, agua y aire (Reglamento de Operación Turística de aventura, 2014).

De las cuales la modalidad turística de aventura de agua se divide en las siguientes:

1. Modalidades recreativas en embarcaciones motorizadas (boya, banana, parasailing y esquí)
2. Buceo
3. Kayak de mar/lacustre
4. Kayak de río
5. Kite Surf
6. Rafting
7. Snorkel
8. Surf
9. Tubing

En el Reglamento de Operación Turística de Aventura, en el capítulo quinto De las modalidades turísticas de aventura en agua, banana flotante, en la sección primera señala:

Banana Flotante

1. Equipo para el turista:
 - a. Chaleco salvavidas acorde a la modalidad
2. Equipamiento colectivo:
 - a. Banana flotante acorde a la modalidad
 - b. Chalecos salvavidas acordes a la modalidad
 - c. Botiquín de primeros auxilios enfocado en modalidades acuáticas
 - d. Silbatos con alcance en la zona
 - e. Sistema de comunicación
- f. 2 boyas salvavidas en buen estado
- g. Sistema o equipo para medir la velocidad
- h. Cuerda en buen estado con una resistencia de 700kg/f y una longitud mínima de 20 a 25 metros para remolcar la banana (p. 15).

En el Reglamento de Operación Turística de Aventura, en el capítulo quinto De las modalidades turísticas de aventura en agua, kayak de mar-lacustre, en la sección tercera señala:

Art. 57.- Definición.- Modalidad turística de aventura que abarca la navegación de mares o sistemas lacustres mediante el uso de kayak, sin otro medio de propulsión y control de la embarcación que el generado por los mismos navegantes con el empleo de remos (p. 21)

Art. 58.- Número de turistas.- El número máximo de turistas o excursionistas por guía depende de la dificultad técnica de la modalidad, sin embargo se recomienda un número no mayor a 8 turistas por 2 guías en kayaks dobles, triples o individuales. (p. 21)

Art. 60.- Equipamiento y accesorios.- Los requisitos mínimos de equipamiento a cumplir para la modalidad de kayak de mar/lacustre son los siguientes (p. 21):

1. Equipo para el turista:
 - a. Un kayak de mar (o lacustre)
 - b. Chaleco salvavidas adecuado para la modalidad
 - c. Remo de kayak d. Silbato
2. Equipo del guía:
 - a. Un kayak mar (o lacustre)
 - b. Chaleco salvavidas con todos los implementos de rescate
 - c. Remo de kayak
 - d. Silbato
 - e. Bengala de auxilio (si es una modalidad nocturna)
 - f. Cuerda o implemento para trepar al kayak (apoyo al turista)

- g. 2 mosquetones
- h. Botiquín de primeros auxilios equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas e hipotermia.
- i. Equipo de comunicación.

Según la Ley de Gestión Ambiental del Ecuador en el ámbito y principios de la gestión ambiental, señala:

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales (p. 1).

Por otro lado en el Capítulo IV, de la participación de las instituciones del estado, muestra:

Art. 13.- Los consejos provinciales y los municipios, dictarán políticas ambientales seccionales con sujeción a la Constitución Política de la República y a la presente Ley. Respetarán las regulaciones nacionales sobre el Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas para determinar los usos del suelo y consultarán a los representantes de los pueblos indígenas, afroecuatorianos y poblaciones locales para la delimitación, manejo y administración de áreas de conservación y reserva ecológica (p. 4).

Capítulo II metodología

2.1 Método de investigación

Como método de investigación se determinó el método de investigación de campo por el ser el más apto para poder llevar a cabo la

investigación. Según Marín (2008), este método de investigación se apoya en informaciones que proceden de entrevistas, cuestionarios y observaciones.

Se basa en una táctica de recogida directa de la realidad, mediante el estudio de hechos y situaciones; sin embargo también se recomienda realizar una consulta documental con investigaciones que ya han sido realizadas respecto al tema central para sacar conclusiones (Marín, 2008).

2.2 Enfoque de investigación

El enfoque de investigación que se determinó afín es el cualitativo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2003), el enfoque cuantitativo se lo amplía a un escenario que hay que manifestar "Utiliza la expresión natural y la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación". Se indica que busca máximamente "dispersión o expansión" de los datos o información. La investigación cualitativa se ocupa de las estimulaciones detrás del conducta humana.

De este modo se puede dar un paso más allá de la barrera que existe en la Comuna Palmar, dando paso a una nueva opción de producto turístico. Ya no solo basándose al tener en cuenta como fuente de empleo de los comuneros, a lo que se conoce como la pesca, el cual la gente se ha acostumbrado a ver en la Comuna.

2.3 Tipo de investigación

Debido a todos los tipos de investigación existentes, se determinó que el tipo de investigación a utilizarse en el proyecto de titulación sería: Descriptivo.

La investigación descriptiva describe una realidad, se basa en investigar y termina en generar una propuesta para el problema (Morales, 2013).

Se basa en alcanzar información acerca de un asunto, para detallar sus implicaciones. Fundamentalmente está dirigida a dar una visión de cómo opera y cuáles son sus características (Morales, 2013).

2.4 Técnicas de recolección de información

Existen 2 técnicas para la recolección de información como: La encuesta y la observación.

La técnica de la encuesta es predestinada a conseguir datos de un grupo de personas cuyas opiniones son impersonales y son de interés al investigador. Se realiza con un cuestionario que se otorgan a los sujetos, con el fin de que las contesten de manera escrita. Se caracteriza por ser más económica que las entrevistas (Puente, 2001).

Por otro lado la técnica de observación de campo es señalar los hechos como espontáneamente se muestran y realizarlos por escrito. Tiene territorio en ambientes auténticos de la vida real habitual. Se puede tomar la debida participación en el grupo que se está observando (Puente, 2001).

Se determinó que la información se la obtendrá por las fuentes de información primaria interactuando con los habitantes y las respectivas autoridades a cargo de la Comuna, también se procederá a hallar información específica y real en la Municipalidad de la provincia de Santa Elena sobre la Comuna a estudiar. Haciendo referencia a la anterior la técnica de recolección de información será la entrevista, la encuesta y por ende estará aplicada la observación.

2.5 Herramientas para la recolección de información

Se consideran como herramientas para la recolección de información a los datos primarios, los cuales son obtenidos a través de la información adquirida por el investigador directamente como testimonios, evidencias directas. Se realiza por medio de entrevistas, por la observación, lo cual permite tener datos precisos y al mismo tiempo actualizados (FAO, 2014).

Para lograr obtener vivencias reales del diario vivir de los Comuneros a estudiar, su forma de vida, determinar su mayor fuente de ingreso económico, experiencias de las personas.

Se trata de hallar decisiones personales que influyen directa o indirectamente sobre el problema, descubrir opiniones sobre algún tema en particular; para realizar todo este proceso se procederá a la utilización de cámaras de video, grabaciones de voz como herramientas para la recolección de información.

2.6 Universo o población

Según el INEC, en la “Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011” refleja datos estadísticos de interés para poder determinar el universo a estudiar.

Se toma en consideración variables como la vivienda, la educación, los bienes, la economía, la tecnología y los hábitos de consumo; estableciéndose así una escala con cinco letras (A, B, C+, C-, D) de las cuales el 11,2% de 3372 viviendas en la ciudad de Guayaquil, es decir 378 de éstas forman parte de la clase media, clasificado en la escala como el grupo socioeconómico B.

De manera que por cada familia existen 4 personas dando un total de universo de 1512 personas.

2.7 Tamaño de la muestra

La muestra podrá permitir conocer la cantidad de existencia de personas de clase media en la ciudad de Guayaquil, mediante ésta, se puede obtener el punto de partida para poder empezar a realizar las debidas encuestas al mercado.

Para proceder a calcular el tamaño de la muestra se lo realizó con la siguiente herramienta de cálculo mostrada a continuación en la parte inferior; donde se ha tomado en cuenta el 5,07% de error, con un nivel de confianza del 95%, se procede a utilizar el tamaño de población de 1512 personas en la clase media, de esta manera se obtiene una muestra de 300 personas a encuestar.

CALCULADORA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE UNA MUESTRA		
¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	5 %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión. este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener. mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90% 95% o 99%	95 %	El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número. por ejemplo 99%. y por tanto más alta será la muestra requerida.
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20 000	1512	¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20.000
¿Cual es la distribución de las respuestas ? La elección más conservadora es 50%	50 %	Este es un término estadístico un poco más sofisticado. si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta
La muestra recomendada es de	307	Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación

Escenarios alternativos para su muestra							
Con una muestra de	100	200	300	Con un nivel de confianza de	90	95	99
Su margen de error sería	9.47%	6.46%	5.07%	Su muestra debería ser de	230	307	462

Figura 1. Calculadora para obtener el tamaño de la muestra

Fuente: Biblioteca Facultad de Medicina, UNNE, Argentina, 1999

Capítulo III diagnóstico de la comunidad

3.1 Oferta de la comunidad

En lo que respecta a la oferta de la comunidad se puede encontrar información sobre la planta turística, las instalaciones, la infraestructura de los servicios, la superestructura y la comunidad receptora.

1. DATOS GENERALES

Ubicación de la comunidad

PROVINCIA	SANTA ELENA
CANTÓN	SANTA ELENA
PARROQUIA	COLONCHE
COMUNIDAD	PALMAR

Figura 2. Ubicación de la comunidad

Fuente: Información levantada en visita técnica, entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La comunidad Palmar se encuentra ubicada en la provincia de Santa Elena a 30 minutos del terminal terrestre de la misma provincia.

ALOJAMIENTO

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad, es imprescindible sumar el total de plazas.

		#	PLAZAS		#	PLAZAS	
1	HOTELES	-		6	MOTELES	-	
2	HOSTERÍAS	1		7	HOSPEDERÍAS	-	
3	HOSTALES	4		8	CAMPING	-	
4	PENSIONES	-		9	OTRO _____	-	
5	CASAS (COMUNITARIAS)	-				-	

Figura 3. Alojamiento

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La comunidad de Palmar cuenta con una hostería y cuatro hostales, lo que informa que la planta hotelera no está preparada completamente preparada para el turismo.

ALIMENTACIÓN

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad, es imprescindible sumar el total de plazas.

		#	PLAZAS			#	PLAZAS
1	RESTAURANTES	6		4	BARES	10	
2	CAFETERÍAS	-		5	CANTINAS	-	
3	FUENTES DE SODA	-		6	KIOSKOS DE COMIDA	3	
				7	OTROS	-	

Figura 4. Alimentación

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

En cuanto a alimentación la comunidad cuenta con seis restaurantes, tres kioscos de comida y 10 bares, los precios son módicos para consumo de los turistas y es una oportunidad el hecho de que la comunidad se encuentra cerca de un manglar del cual se extraen ostras.

ESPARCIMIENTO

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

		#			#
1	DISCOTECAS/SALSOTECA	1	3	INSTALACIONES DEPORTIVAS	1
2	CINES/ TEATROS	-	4	BINGOS	-
				OTROS	-

Figura 5. Esparcimiento

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La comunidad cuenta con una cancha de futbol de césped sintético muy bien equipada para uso público, además existe una salsoteca donde las personas pueden ir a tener un momento de esparcimiento y vida social.

OTROS SERVICIOS RELACIONADOS

#

1	AGENCIAS DE VIAJE	-	6	GUÍAS DE TURISMO	-
2	OPERADORAS	-	7	BANCOS	-
3	INFORMACIÓN AL TURISTA	1	8	CAJEROS AUTOMÁTICOS	-
4	SITIO DE VENTA DE ARTESANÍAS	-	9		-
5	ALQUILER EQUIPOS	-	9	OTROS	-

Figura 6. Otros servicios relacionados

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

En la comunidad existe un movimiento juvenil llamado Neo juventud, quienes se encargan de dar información turística y paseos en kayak en el manglar.

ANÁLISIS DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS EXISTENTES					
De agua y playa					
	#		#		#
1. Marinas	-	4. Carpas o tiendas	-	7. Reposeras	-
2. Espigones	-	5. Sombrillas	-	8. Observación submarina	-
3. Muelles	1	6. Palapas o ramadas	-		
De montaña					
	#		#		#
1. Miradores	1	3. Funiculares	-	5. Teleféricos	-
2. Senderos	-	4. Refugios	-	6. Ski lift	-
Generales					
	#		#		#
1. Piscinas	-	4. Tenis	-	7. Pasarelas, puentes	-
2. Vestuarios	-	5. Otro deportes	-	8. Baños públicos	-
3. Juegos infantiles	-	6. Golf	-		

Figura 7. Instalaciones turísticas existentes

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Palmar cuenta con su propio puerto pesquero, y además con un mirador en el que se encuentra la Iglesia Nuestra Señora de Fátima.

Principales vías de acceso a la comunidad:

1. Terrestre				
1. Pavimentada/ asfaltada	X	4. Lastrada		-
2. Adoquinada	X	5. De Tierra (carrosable)		-
3. Empedrada	-	6. Sendero		-
2. Fluvial	-	7. Otro		-
3. Aérea	-			

Figura 8. Principales vías de acceso a la comunidad

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Palmar posee actualmente vías de acceso asfaltadas, y un malecón nuevo adoquinado en buen estado.

Distancias

		1	2	3	4	5	6	7	8
		BUS	CAMION	LANCHA	CANOA	AVIÓN	AVIONET	ANIMAL	CAMINA
DISTANCIA A LA CABECERA PARROQUIAL (KM): <u>160</u>	TIEMPO (MINUTOS)	30	-	-	-	-	-	-	-
DISTANCIA A LA CABECERA CANTONAL (KM): <u>148</u>	TIEMPO (MINUTOS)	120	-	-	-	-	-	-	-

Figura 9. Distancias

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La distancia desde la ciudad de Guayaquil hasta la cabecera Cantonal que es Santa Elena es de 148 km en un tiempo estimado en bus de 120 minutos, y desde Guayaquil hasta Palmar son 160 km en total.

Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) Vial

1.	Sí	X
2.	No	-

b) Turística

1.	Sí	X
2.	No	-

Figura 10. Señalización

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Existen letreros y señalización turística dentro de la comunidad y en la entrada de la misma.

En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1.	Bus	X	5.	Canoa	X
2.	Camioneta	X	6.	Avión	-
3.	Taxis	X	7.	Avioneta	-
4.	Lancha	X	8.	Ninguno	-

Figura 11. Transporte público

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Se encontró como medios de transporte público buses, camionetas, taxis, lanchas y canoas.

Existe servicio telefónico en la comunidad:

1.	Sí	X
2.	No	-

Figura 12. Servicio telefónico

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La comunidad posee servicio telefónico.

Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1.	Sí	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	No	<input type="checkbox"/>

Figura 13. Servicio telefónico celular

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Palmar cuenta con servicio telefónico celular de Claro, Movistar.

Existe oficina de correos en la comunidad:

1.	Sí	<input type="checkbox"/>
2.	No	<input checked="" type="checkbox"/>

Figura 14. Oficinas de correo

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La comunidad no cuenta con oficina de correos.

Existe red de agua entubada:

1.	Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	¿Qué porcentaje de la población tiene agua entubada?	90%
2.	No	<input type="checkbox"/>		

Figura 15. Red de agua entubada

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Fuente **principal** de abasto / ¿Qué tipo de agua se consume?

1. Red pública	-	6. Pozo	-
2. Pila o llave pública	-	7. Río, vertiente, acequia	-
3. Otra fuente por tubería	X	8. Agua lluvia	-
4. Carro repartidor	-	9. Otro	-

Figura 16. Fuente principal de abasto

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

El 90% de la Comuna Palmar posee servicio de agua potable en tuberías y se la trata con cloro.

Existe sistema de alcantarillado en la comunidad:

1. Sí	X	¿Qué porcentaje de la población tiene alcantarillado?	90%
2. No	-		

Figura 17. Sistema de alcantarillado

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

El noventa por ciento de la comunidad cuenta con servicio de alcantarillado.

¿En dónde elimina las excretas la mayoría de la población?

1. Excusado y alcantarillado	-
2. Letrina	-
3. Aire libre, río, estero	-
4. Pozo séptico	X
5. Pozo ciego	-
6. Otro	-

Figura 18. Eliminación de excretas

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

A pesar del servicio de alcantarillado la mayoría de la comunidad sigue haciendo uso de pozos sépticos.

¿Cómo disponen o eliminan la basura la mayoría de la población?

1.	La queman	-
2.	Carro recolector	X
3.	Entierran	-
4.	Otro	-

Figura 19. Eliminación de basura

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Existe servicio de recolector de basura dentro de la comunidad.

Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1.	Sí	X
2.	No	-

Instancias y/o establecimientos de salud que existen:

	#		#
1. Parteras capacitadas	-	9. Hospital público	-
2. Parteras no capacitadas	-	10. Dispensario público	1
3. Promotores de salud	-	11. Unidad móvil	-
4. Curandero tradicional	-	12. Consultorio privado	-
5. Shaman	-	13. Clínicas	-
6. Botiquín comunitario	-	14. Hospital privado	1
7. Sub-centro de salud	-	15. Farmacia	1
8. Centro de salud	-	16. Otro	-

Figura 20. Establecimientos de salud

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La Comuna Palmar cuenta con un dispensario público, un hospital privado y una farmacia.

Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1.	Sí	X
2.	No	-

Figura 21. Servicio de energía eléctrica

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Existe servicio de energía eléctrica dentro de la comunidad.

Existen gasolineras en la comunidad

1.	Sí	X	¿Cuántas?	1
2.	No	-		

Figura 22. Gasolineras

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Existe una gasolinera dentro de la comunidad.

¿De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo?

INSTITUCIÓN	NOMBRE	ACTIVIDAD
1 Nacionales	PREFECTURA DE SANTA ELENA	MALECON Y VIAS DE ACCESO
	ALCALDIA DE SANTA ELENA	SERVICIOS BASICOS
2 Internacionales	-	

Figura 23. Apoyo de instituciones

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La comunidad ha recibido ayuda de la Prefectura de Santa Elena, este año se llevó a cabo a construcción del nuevo malecón de Palmar, el mejoramiento de las vías de acceso y la Alcaldía les provee los servicios básicos.

Existen planes de desarrollo en la comunidad

1.	Sí	X	PLAN	AÑO
			APADRINAMIENTO DE NIÑOS EN ESCUELAS	1990
2.	No	-		

Figura 24. Planes de desarrollo

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

En la comuna existe un plan de ayuda a niños de la comunidad quienes reciben ayuda monetaria extranjera para sus estudios académicos.

¿Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad? Marque con una X.

	Tipo de organización	
1.	Junta Parroquial	X
2.	Comité de Barrio	X
3.	Directiva Comunitaria	X
4.	Comité de Desarrollo	-
5.	Cooperativas	-
6.	Organización de Mujeres	X
8.	Organizaciones religiosas	X
10	Asociaciones de turismo	-
11	Otras	-

Figura 25. Organizaciones en la comunidad

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Entre las organizaciones que existen en la comunidad se encuentran la Junta Parroquial, Comité de Barrio, Directiva Comunitaria, Organización de mujeres, Organizaciones Religiosas.

¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

1.	PESCA
2.	TURISMO
3.	

Figura 26. Actividades productivas

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Entre las actividades productivas de la comunidad se encuentran la Pesca y le sigue el turismo, ya que la Municipalidad le está ayudando con el desarrollo vial y la implementación de parques y el nuevo y reestructurado malecón.

¿Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con?

		Sí	No
1.	Municipio	X	-
2.	Junta Parroquial	-	X

Figura 27. Planes estratégicos

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La comunidad ha trabajado en conjunto con el Municipio para planes de mingas, limpieza de playa, entre otras actividades.

Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

1.	Inglés	-
2.	Capacidad o experiencia en guianza	-
3.	Cocina	X
4.	Alojamiento/ hospedaje	-
5.	Elaboración / venta de artesanías / postales	-
6.	Alquiler de equipos para turismo	X
7.	Manejo de naves marinas	-
8.	Otras	-

Figura 28. Destrezas encontradas en la comunidad

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Entre las destrezas para el turismo se encuentran la cocina, y el alquiler de equipos para el turismo (kayak).

En lo que respecta a establecimientos de alojamiento la comunidad cuenta con cinco establecimientos que brindan alojamiento, entre ellos está Hostal Carmita la cual consta de 5 habitaciones y una capacidad de quince personas, Hostal Marina 1 cuenta con 13 habitaciones y una capacidad de treinta y dos personas, Hostal Marina 2 cuenta con diez habitaciones con una capacidad de veinte y cuatro personas estos tres cuentan con servicio de alimentación dentro del establecimiento, además está Hostal Maritza que cuenta con seis habitaciones y su capacidad es de veinte personas.

Mientras en establecimientos de alimentación Palmar cuenta con nueve establecimientos que ofrecen su gastronomía local y tradicional ecuatoriana, Comedor Carmita que es un restaurante con capacidad para catorce personas sentadas y ofrece su especialidad Pescado frito, Comedor Elenita Restaurante con capacidad para cuarenta personas sentadas y su especialidad es la Guatita, Kiosko Palmar Pizza con capacidad para 16 personas y su especialidad es la pizza de ostras, Cabaña Mercedes que es un restaurante ubicado en la playa con capacidad para dieciséis personas y su especialidad es Seco de Pollo, entre otros establecimientos que ofrecen variedad gastronómica y precios accesibles para el turista.

3.2 FODA

FODA de la oferta turística y la problemática social que está afectando al turismo en la comuna Palmar

Tabla 1. Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Es un lugar en vías de desarrollo turístico. 2. Posee playa extensa 3. Tiene vías de acceso asfaltadas. 4. Existe una cooperativa de buses que sale desde el terminal de Santa Elena hasta la comunidad. 5. Se encuentra dentro de la vía Ruta Spondylus. 6. Recursos naturales como manglares, playa rosada y 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posee atractivos naturales y se puede crear un producto turístico. 2. Poca explotación turística. 3. Nuevas plazas de empleo. 4. Capacitación a la comunidad para el turismo. 5. Oportunidad de desarrollo en actividades turísticas con Neo Juventud. 6. Cultivo de ostras 7. Paquetes turísticos ofertados por Neo Juventud

<p>playa de Palmar</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Turismo religioso Iglesia Nuestra Señora de Fátima. 8. Palmar es conocida como puerto pesquero 9. Malecón de Palmar (nuevo y en buen estado) 10. Grupo juvenil Neo Juventud 	<ol style="list-style-type: none"> 8. Establecimiento que oferta la peculiar "Pizza de ostras"
<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento del turista de la existencia del lugar. 2. Escasa y mala promoción. 3. Escaso desarrollo de productos turísticos para hacer de la comuna un lugar para visitar. 4. Carencia de planta hotelera adecuada. 5. Alcoholismo, drogadicción entre jóvenes de la comunidad. 6. Carencia de planes de desarrollo turístico. 7. Playa de Palmar cuenta con basura como botellas de alcohol alrededor de la arena 	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia por parte de otros puntos turísticos de preferencia. 2. Tendencia al alcoholismo que puede resultar en peleas o turbas por parte de los visitantes. 3. Presencia de delincuentes que no pertenecen a la Comuna.

Fuente: Elaboración propia de los autores

3.3 FODA cruzado

El FODA es una herramienta que es usada para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un producto, lugar o idea a comercializar pero, además de proporcionarnos información sobre algún objeto de estudio nos ayuda también a tomar decisiones acerca de cómo resolver los problemas que se presenten en el proceso del posicionamiento del mismo.

Para la resolución usaremos otra herramienta, ésta se la conoce como FODA cruzado la cual se basa en combinar lo antes mencionado, de manera que se solucione los posibles inconvenientes que se presenten en el producto para hacerlo más competitivo y fuerte en el mercado que se lo quiere introducir, es decir se detecta que una fortaleza combinada con una debilidad puede resultar en un plan estratégico para mejora del producto.

Es por esto que se ha analizado detenidamente la información proporcionada por el FODA de la Comuna Palmar para detectar los problemas que podrían afectar al momento de ejercer la actividad turística, combinando así varios puntos antes de tomar decisiones y minimizar en mayor grado el impacto de cada problemática.

3.3.1 Diversificación de oferta

Para proceder a realizar la diversificación de la oferta de la Comuna se ejecutó un diagnóstico de la situación actual de la misma. El cual se encuentra desmenuzado en el tercer capítulo del presente proyecto y cuenta con el diagnóstico de la oferta de productos y servicios de la Comuna Palmar; se puede observar como anexo 2 la ficha de diagnóstico de la Comunidad.

Antecedentes

Se juntan las debilidades 6 y 7 con las fortalezas 5, 3, 1, 9, 10.

La carencia de planes de desarrollo turístico en la Comuna Palmar genera que no establezca una competencia por parte de otros puntos

turísticos de preferencia. Sin embargo, cabe recalcar que Palmar se encuentra ubicada en la conocida Ruta del Spondylus, además de que gracias al apoyo de las autoridades correspondientes ésta ya cuenta con sus respectivas vías de acceso asfaltadas, lo cual no era posible antes. Para poder llegar al sitio solo se debe trasladar hasta el terminal de Santa Elena para tomar la Cooperativa Santa Rita, que es la que llega directamente a la Comuna en treinta minutos.

La Comuna de Palmar es considerada un sitio en vías de desarrollo turístico, existe la oportunidad de desarrollar a la comunidad por medio de diferentes actividades turísticas, además de contar con su propio malecón que es nuevo y en buen estado.

También posee un grupo juvenil conocido como Neo Juventud, conformado por la mayoría de los jóvenes oriundos de la Comuna, los cuales cuentan con toda la predisposición para actuar en pro del turismo en la Comuna. Por otro lado una de las debilidades de la Comuna es que la playa cuenta con botellas de alcohol alrededor de la arena, lo cual no se considera bueno para la visita del turista.

Acción

Después de haber redactado los antecedentes anteriores se toma como consideración proponer como primera acción un plan de desarrollo y diversificación turística. El cual deberá de ser participativo, a su vez generar empleo a la comunidad receptora, además de talleres participativos, por medio de socializaciones, levantamiento de información sobre la Comuna. Entre aquellos constan talleres para identificar la oferta actual y plan de mejora para la misma.

Mientras que como segunda acción se propone un plan de promoción de marketing y de comunicación. Para la utilización de la herramienta de publicidad, se empieza por la reestructuración de la capa de presentación de la página web de Neo Juventud, además de que todo el trabajo será realizado del lado del cliente mas no del servidor; también se utiliza el apoyo mediante las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter para poder

llegar al mercado objetivo, además de una capacitación de marketing digital para el uso de redes sociales como elemento de venta. Dichas actividades para la publicidad de la Comuna Palmar, se realizan con el fin de crear familiaridad y credibilidad sobre el producto a ofertar y se pretende por medio de lo mencionado anteriormente avivar la interacción con los futuros seguidores mediante las redes sociales.

Responsable de la actividad

Existen dos autoridades responsables como lo son:

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
- Gobierno Autónomo Descentralizado Rural Parroquial

Actores

Comuneros, grupo Neo Juventud, dueños de negocios turísticos.

Presupuesto

En lo que respecta a talleres para identificar la oferta actual tiene un presupuesto de 336 dólares, además que el valor del plan de mejora de la oferta actual es de 2240 dólares por 3 meses respectivamente. El valor de la reestructuración de la capa de presentación de la página web de Neo Juventud es de 400 dólares, el trabajo tiene una duración de 3 horas por día de lunes a viernes, es decir un total de 3 semanas de trabajo en la página, mientras que las actividades que se realizan online y en las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter son totalmente gratuitas; sin embargo se toma en consideración, una capacitación de marketing digital para el uso de redes sociales como elemento de venta, con un valor de 400 dólares por 1 mes.

Cabe recalcar que lo ideal es que el seguimiento en las redes sociales para que sea eficiente, debe de tener al menos una duración anual, ya que de este modo se obtendrán más seguidores y así se pueda tener mayor control en lo que respecta captar la atención de manera correcta del turista. Se establece en total un presupuesto de 3.376 dólares.

3.3.1.1 Articulación de atractivos y servicios

A continuación, se presentan los siguientes cuadros de programación de productos turísticos, en los que se muestra el precio de venta al público, el costo del paquete y el margen de ganancia que se debe de obtener por la venta de cada uno de estos. Adicional de presentar de manera detallada los precios por persona.

Paquete 1

Tabla 2. Programación - tour en kayak altamar

Programación de productos turísticos

Tour en kayak en altamar	PVP x Persona	Costo	Margen de Ganancia
2 horas			
Grupo de 5 personas			
Valor al público kayak personal	\$ 24,72	\$ 17,66	\$ 7,06
Valor al público kayak doble	\$ 21,92	\$ 15,66	\$ 6,26

Detalle de servicios	Tarifa	Costo por pax	Total por pax
Transporte:			
Alojamiento:			
Comidas:		\$ 2,50	\$ 2,50
Guías:	\$ 20,00	\$ 4,00	\$ 4,00
2 horas	\$10 por hora		
Excursiones:			
kayak personal	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
kayak doble	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Vario o extras:			
Costo de mantenimiento y reposición kayak	\$ 1,80		\$ 1,80
Gastos de liberado			
(alojamiento, transporte, gastos diarios - comida,			

bebida, varios)			
Fondo común e imprevisto			
Seguro de viaje (EUA-Europ Assistance)	\$ 3,36		\$ 3,36
Total kayak personal			\$ 17,66
Total kayak doble			\$ 15,66
Beneficio deseado:			40%

Fuente: Elaboración propia de los autores

Paquete 2

Tabla 3. Programación – tour kayak manglar

Programación de productos turísticos

Tour en kayak en el manglar

1 hora

Grupo de 5 personas

Valor al público kayak personal

Valor al público kayak doble

PVP x Persona

Costo

Margen de Ganancia

\$ 21,92

\$ 15,66

\$ 6,26

\$ 19,12

\$ 13,66

\$ 5,46

Detalle de servicios	Tarifa	Costo por pax	Total por pax
Transporte:			
Alojamiento:			
Comidas:		\$ 2,50	\$ 2,50
Guías:	\$ 10,00	\$ 2,00	\$ 2,00
1 hora			
Excursiones:			
kayak personal	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
kayak doble	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Vario o extras:			
Costo de mantenimiento y reposición	\$ 1,80		\$ 1,80

Gastos de liberado (alojamiento, transporte, gastos diarios - comida, bebida, varios)			
Fondo común e imprevisto			
Seguro de viaje (EUA- Europ Assistance)	\$ 3,36		\$ 3,36
Total kayak personal			\$ 15,66
Total kayak doble			\$ 13,66
Beneficio deseado:			40%

Fuente: Elaboración propia de los autores

Paquete 3

Tabla 4. Programación – Guayaquil, Palmar, Guayaquil
Programación de Productos
Turísticos

Tour Guayaquil - Palmar – Guayaquil

2 días, 1 noche

Grupo de 10 personas

Valor al público personal

Valor al público doble

PVP x
Persona

Costo

Margen de
Ganancia

\$ 65,32

\$ 62,52

\$ 46,66

\$ 44,66

\$ 18,66

\$ 17,86

Detalle de servicios	Tarifa	Costo por pax	Total por pax
Transporte:			
Hyundai h1	\$ 60,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Origen y retorno	\$ 120,00		
Alojamiento:	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Comidas:			
Desayuno americano	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Degustación de plato de ostras	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Guías:			
Por día	\$ 80,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Excursiones:			
Tour altamar/manglar personal	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00

Tour altamar/ manglar doble	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Vario o extras:			
Costo de mantenimiento y reposición	\$ 1,80		\$ 1,80
Gastos de liberado (alojamiento, transporte, gastos diarios - comida, bebida, varios)			
Fondo común e imprevisto			
Seguro de viaje (EUA-Europ Assistance)	\$ 3,36		\$ 3,36
Total kayak personal			\$ 46,66
Total kayak doble			\$ 44,66
Beneficio deseado:			40%

Fuente: Elaboración propia de los autores

Después de realizar los respectivos costos de cada uno de los paquetes especificados anteriormente, se procede a realizar el itinerario con sus diferentes actividades turísticas, las cuales incluyen paseos en kayak, tanto en altamar como también en el Manglar de Palmar, la visita al Santuario Nuestra Señora de Fátima, vista al cultivo de ostras, entre otros.

Además de contar, también con el transporte, el alojamiento, la alimentación y el seguro de viaje; con el fin de obtener tres paquetes turísticos establecidos para la promoción del turismo en la Comuna de Palmar, dirigidos especialmente para familias y jóvenes.

Se cuenta con 3 canales de distribución para poder ofertar los paquetes realizados.

El primero, es por medio de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, sin embargo, para poder realizar ésto, se debe de tomar en cuenta primordialmente la propuesta mencionada anteriormente en el plan de acción, sobre la capacitación de marketing digital para el uso de redes sociales como elemento de venta.

El segundo canal de distribución es por medio de la Operadora de Turismo Sumpa Aventura Travel, dicha operadora se encuentra ubicada en el Cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena.

Como tercer canal de distribución se tiene al Centro de Información al turista, conformado por Neo Juventud, ubicado en el Barrio Santa Rita de la Comuna Palmar.

Paquete 1

Tour en Kayak Altamar

PROGRAMA INCLUYE:

- TRANSPORTE MARÍTIMO (KAYAK)
- EQUIPO DE EXCURSIÓN (SALVAVIDAS, REMOS)
- VISITA COLONIA DE PIQUEROS PATAS AZULES
- VISITA CULTIVO DE OSTRAS
- GUÍA
- REFRIGERIO (OSTRAS)
- SEGURO DE VIAJE



RECOMENDACIONES:

Llevar traje de baño, repelente de mosquitos, bloqueador de sol.
Cambio de tipo de comida con 1 día de anticipación.

IMPORTANTE:

Programa sujeto a la marea del océano.
Se debe cancelar la totalidad del tour antes de realizarlo, pagos solo en efectivo. Kayak personal \$24,72; kayak doble \$21,92. Los precios son por persona. Niños (hasta los 12 años) en compañía de un adulto, 50% de descuento en el tour.



Paquete 2

Tour en Kayak Manglar

PROGRAMA INCLUYE:

- TRANSPORTE MARÍTIMO (KAYAK)
- EQUIPO DE EXCURSIÓN (SALVAVIDAS, REMOS)
- AVISTAMIENTO DE AVES (FRAGATAS, GARZAS)
- BOSQUE SECO (RÉPTILES)
- GUÍA
- REFRIGERIO (OSTRAS)
- SEGURO DE VIAJE

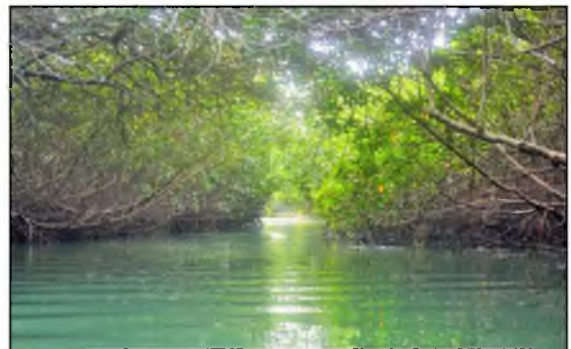


RECOMENDACIONES:

Llevar traje de baño, repelente de Mosquitos y bloqueador de sol.
Cambio de tipo de comida con 1 día de anticipación.

IMPORTANTE:

Entrada al manglar sujeta a la marea del océano. Se debe cancelar la totalidad del tour antes de realizarlo, pagos solo en efectivo. Kayak personal \$21,92; kayak doble \$19,12. Los precios son por persona. Niños (hasta los 12 años) en compañía de un adulto, 50% de descuento en el tour.



Paquete 3

Gye-Palmar-Gye

2 DÍAS 1 NOCHE

PROGRAMA INCLUYE:

- 1 NOCHE DE ALOJAMIENTO EN HOSTAL MARINA
- TRANSPORTE PRIVADO (HYUANDI- H1) CON A/C
- 1 DESAYUNO POR PERSONA
- 1 ALMUERZO (OSTRAS) POR PERSONA
- GUÍA
- SEGURO DE VIAJE
- TODAS LAS ACTIVIDADES DESCRITAS EN EL ITINERARIO



NO INCLUYE: Desayuno en el día 2.
Cambio de tipo de comida con 1 día de anticipación.

IMPORTANTE:

Se debe cancelar la totalidad del tour antes de realizarlo, pagos solo en efectivo. Niños en compañía de un adulto para realizar kayak en el tour.



Precios por persona	
ADULTOS kayak personal	\$ 65,32
ADULTOS kayak doble	\$ 62,52
NIÑOS hasta los 12 años	\$ 31,26

ITINERARIO

DÍA 1

06:00 Punto de encuentro gasolinera Terpel Av. De las Américas.

08:30 Llegada a la Comuna Palmar, bienvenida.

08:40 Check in en el Hostal Marina (baño privado, amenities, ventilador), acomodación basada en habitaciones dobles y triples. Suplemento de \$5,00 por habitación individual. Hostal de cuarta categoría.

09:00 Desayuno Americano en el Hostal.

10:00 Visita al Santuario Nuestra Señora de Fátima.

10:30 Vista panorámica Cerro María Guale, donde se puede apreciar desde lo alto toda la Comuna Palmar con una vista espectacular.

10:45 Relatos de la comuna.

11:30 Instrucciones para realizar el kayak. Entrega de kayak, remos y salvavidas. (Entrada al manglar sujeta a la marea del océano).

12:00 Visita y entrada al Manglar, avistamiento de aves (fragatas, garzas), bosque seco (réptiles) en caso de no poder, se realiza kayak en altamar, visita de colonia de piqueros patas azules, visita al cultivo de ostras.

14:00 Almuerzo (ostras) en el Hostal

Tiempo libre

DÍA 2

10:00 Visita a Playa Rosada.

12:00 Regreso a la ciudad de Guayaquil. Hora aproximada de llegada al mismo punto de encuentro 14:30. Fin de los servicios.

RECOMENDACIONES: Llevar traje de baño, repelente de mosquitos, bloqueador de sol.

3.3.2 Capacitación para mejora del producto pizza de ostra

Antecedentes

Se procede a juntar las fortalezas 8, 2, 10, con las oportunidades 5, 1, 8, 10 y la debilidad 4.

Se conoce a la Comuna Palmar como puerto pesquero, lo cual establece que el nombre no pase desapercibido, como una oportunidad para el desarrollo de la comunidad, se establece la creación de proyectos artesanales, la capacitación al personal, crear actividades que ayuden al provenir de los jóvenes comuneros, también cabe recalcar, que posee varios manglares, que se los puede utilizar para la formación de un producto turístico. Además existe un establecimiento de comidas donde venden la peculiar pizza de ostras por la cual se caracterizan, además del cultivo del mismo marisco. También posee una playa extensa, una debilidad es que no cuenta con la planta hotelera adecuada para los turistas.

Acción

Al realizar los antecedentes se propone como acción mejorar la planta y servicios existentes en la Comunidad. El cual deberá de consistir en mejorar el producto de “Pizza de Ostras”, también contendrá elaborar artesanías a base de material reciclado.

Responsable de la actividad

Existen las autoridades responsables como lo son:

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
- Gobierno Autónomo Descentralizado Rural Parroquial
- Ministerio de Producción

Actores

Artisanos, grupo Neo Juventud.

Presupuesto

Se toma en consideración la necesidad de la capacitación de un chef especializado en el tema del producto “Pizza de ostra”. Para lo cual se estima el precio 60 dólares por hora, tomando en consideración que la capacitación debe de durar 10 horas. Se estima un presupuesto de 600 dólares solo por la capacitación que brindará el chef, más 200 dólares que abarca tanto los materiales como los ingredientes de la elaboración del plato estrella, que junto los dos valores hacen un total de 896 dólares incluido el IVA. Se tiene como referencia el valor de 1500 dólares, para que el nuevo diseño de la pizzería sea realizado por un arquitecto en dos meses más IVA.

Además para realizar la implementación de la capacitación para los artesanos de la comuna se estima un presupuesto de 800 dólares por los 6 meses de duración, valor que cubre el municipio de Santa Elena, cabe recalcar que el presupuesto disminuye si este se gestiona con el Gobierno. Se establece en total un presupuesto estimado de 3.376 dólares.

3.3.3 Gestión para la Implementación del Programa Reacciona Ecuador

Antecedentes

Se juntan debilidad 5, la amenaza 2, con la oportunidad 5.

Una de las grandes debilidades de la comuna es el alcoholismo entre los jóvenes. Como es de conocimiento general, las drogas y el alcohol afectan gravemente a la sociedad ya que causa rupturas familiares, agresiones y en el peor de los casos la muerte del adicto o de las personas que rodean a la persona, es un tema delicado de sobrellevar para las

familias de los involucrados y por esto existen organizaciones dedicadas a salvaguardar y contrarrestar los efectos nocivos del consumo excesivo de estupefacientes en la sociedad tales como Narcóticos y Alcohólicos Anónimos que está presente dentro de la comuna Palmar ya que este problema también ha alcanzado a la zona más vulnerable de su comunidad, los jóvenes.

Existen también grupos sociales que ayudan a los jóvenes invitándolos a involucrarse en actividades como deportes, talleres de pintura, música, entre otras actividades que ayudan a mantener al joven en constante actividad social, para tratar de evitar se sienta excluido y por ende le sea más fácil optar por las drogas o el alcohol.

Esto debe ser competencia y responsabilidad de la Municipalidad y los Ministerios de Salud y Deporte, para combatir este mal que cada día hace víctima a más y más personas, existen programas como “Reacciona Ecuador” y “Ejercítate Ecuador”, el cual ayuda a muchas personas a mantenerse ocupadas en actividades de esparcimiento y vida social, pues bien dice el dicho mente sana cuerpo sano, y es importante la actividad física dentro del desarrollo de mental de una persona y ayuda mucho a su autoestima.

Acción

Mediante lo redactado anteriormente, como acción a tomar será solicitar al Ministerio de Salud Pública la implementación del programa “Reacciona Ecuador” para disminuir el índice de consumo excesivo de alcohol. Cuyo objetivo será mejorar la calidad de vida de los comuneros.

Responsable de la actividad

Existen cuatro autoridades responsables como lo son:

- Ministerio de Salud Pública
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
- Gobierno Autónomo Descentralizado Rural Parroquial
- Ministerio del Deporte

Actores

Jóvenes Comuneros

Presupuesto

Para dicha acción no existe gasto, debido a que el programa es estatal, sin embargo lo que realmente se necesita, es la gestión del cabildo para que las personas que se encuentran debidamente capacitadas emprendan su labor en la Comuna Palmar. Para la implementación del programa Reacciona Ecuador se estima un presupuesto de 800 dólares por los dos años, los cuales incluyen el tema de la movilización del personal hacia la comunidad que en este caso será Palmar, además de cubrir la alimentación de los mismos.

3.4 Demanda actual

En este punto se podrá encontrar la caracterización de la demanda e información relevante sobre la demanda de turistas que existen hacia la comuna Palmar.

- 1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).
DE 1000 PERSONAS PROMEDIO

100	VISITANTES DE LUNES A VIERNES
300	VISITANTES LOS DIAS SABADOS
300	VISITANTES LOS DIAS DOMINGOS
1000	VISITANTES LOS FERIADOS

Figura 29. Demanda diaria

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Se observó que la comunidad de Palmar tiene demanda turística en crecimiento siendo el promedio de visitantes de lunes a viernes de cien

personas por día, los fines de semana doscientas personas y en los feriados la cifra asciende a mil personas por día.

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

PERMANENTE (TODO EL AÑO)	-
ESTACIONAL	X
ESPORADICA	-
INEXISTENTE	-

Figura 30. Frecuencia de la demanda

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Se determinó que la frecuencia de la demanda era estacional, es decir por temporadas. La mayoría de turistas que visitan la Comuna, muchas veces lo realizan en la temporada playera.

1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

INDEPENDIENTE	X
ORGANIZADO	-

Figura 31. Forma de viaje

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

La mayoría de las turistas que llegan a la Comuna son de viaje independiente mas no viajes organizados por operadoras de turismo aledañas al sector.

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

INTERNACIONAL	-
NACIONAL	X
REGIONAL	-

B) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADIA

TURISTAS	-
EXCURSIONISTAS	X

Figura 32. Tipo de demanda

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Con respecto a la demanda que recibe la comunidad de Palmar es de turistas nacionales de la zona costera del país, sin embargo, en su gran mayoría son excursionistas, ya que pasan el día completo en la Comuna, pero no utilizan los alojamientos para pasar la noche en el destino.

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

TURISTAS	\$20,00
EXCURSIONISTAS	\$10,00

Figura 33. Gasto promedio de visitantes

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Un visitante de la comunidad gasta en promedio en calidad de excursionista diez dólares y como turista hasta veinte dólares.

Lo que indica que si se alojarán en un establecimiento hotelero en el destino, demandaría excelentes ingresos para los propietarios hoteleros de Palmar.

Se visita con regularidad la Iglesia Nuestra Señora de Fátima, la misma que se encuentra en un mirador de la comunidad, seguido por la idea de visitar el manglar que existe dentro de Palmar y por realizar los paseos en kayak que realiza el Grupo de Neo Juventud.

- 1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

ALOJAMIENTO	X
RESTAURANTES	X
KIOSKOS DE COMIDA	X
BARES	X
SERVICIO DE GUIANZA LOCAL	-
OTRO	-

Figura 34. Servicios turísticos

Fuente: Información levantada en visita técnica en entrevista a Tomás Villao, 11 noviembre 2015

Los visitantes de la comunidad de Palmar en calidad de turistas utilizan los servicios de Alojamiento, mientras que los que se consideran como excursionistas se caracterizan por hacer más uso de los Restaurantes, los Kioskos de Comida, los Bares, para de esta manera poder disfrutar así de su estancia y de la actividad turística existente en la Comuna.

Capítulo IV estudio de mercado

4.1 Análisis de resultados

Se procede al análisis de las 300 encuestas, las cuales fueron realizadas en el Centro Comercial Mall del Sol ubicado en la ciudad de Guayaquil, para poder rectificar al mercado objetivo como las personas de

clase media, conocer el perfil del potencial turista, así como actividades a realizar y cantidad de dinero dispuesto a pagar. Teniendo como referencia los siguientes resultados, se obtuvo la información de los datos detallada a continuación.

Tabla 5. Edades de encuestados

	EDAD	PORCENTAJE
1	18-24	41%
2	25-31	46%
3	32-38	6%
4	39-45	5%
5	46-52	1%
6	53-60	1%
Total general		100%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

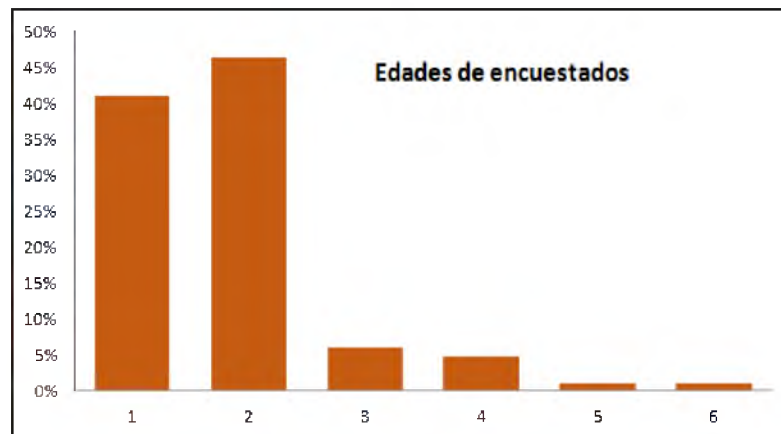


Figura 35. Edades de encuestados

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

El rango de edad se lo estableció en 6 partes de los 18 a los 24, de 25 a 31, de 32 a 38, de 39 a 45, de 46 a 52 y por último de 53 a 60 años de edad respectivamente.

Se pudo determinar que el rango específico se encontraba entre las personas desde los 25 hasta los 31 años con un 46% las cuales se los consideraba económicamente activas, mientras que el 41% se estableció entre los 18 hasta los 24 años de edad, de manera que las edades restantes se encuentran desde los 32 a los 60 años con porcentajes del 5% al 1%.

Tabla 6. Sexo de encuestados

SEXO	PORCENTAJE
F	58%
M	42%
Total general	100%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

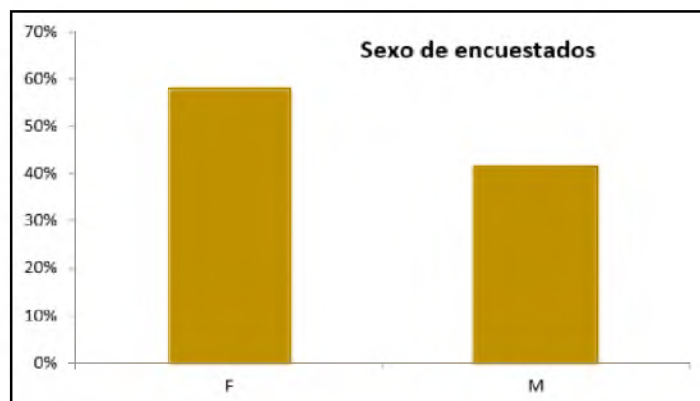


Figura 36. Sexo de encuestados

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

Un 58% de los encuestados era sexo femenino y el 42% restante era sexo masculino.

Tabla 7. Estado civil de encuestados

ESTADO CIVIL	PORCENTAJE
SOLTERO	67%
CASADO	32%
DIVORCIADO	0%
Total general	100%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

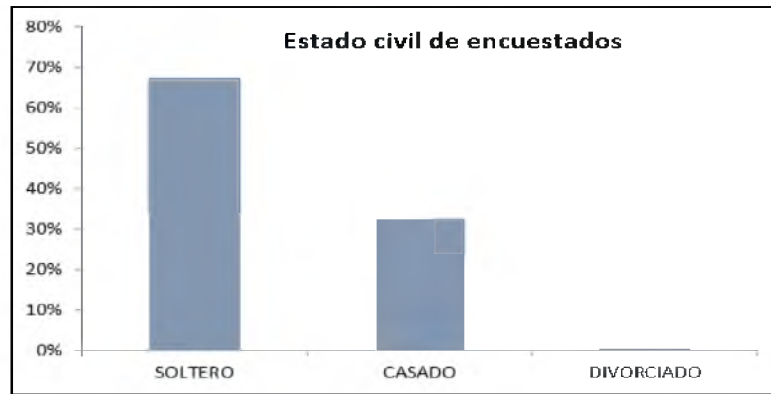


Figura 37. Estado civil de encuestados
Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

Para considerar el estado civil de la muestra escogida el 67% de la población se encontraba actualmente soltero, mientras que solo el 32% de ésta eran personas que se encontraban casadas y alrededor de tan solo el 1% se consideraban divorciadas.

Tabla 8. Frecuencia de visitas

PREGUNTA 1	PORCENTAJE
SI	77%
NO	23%
Total general	100%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

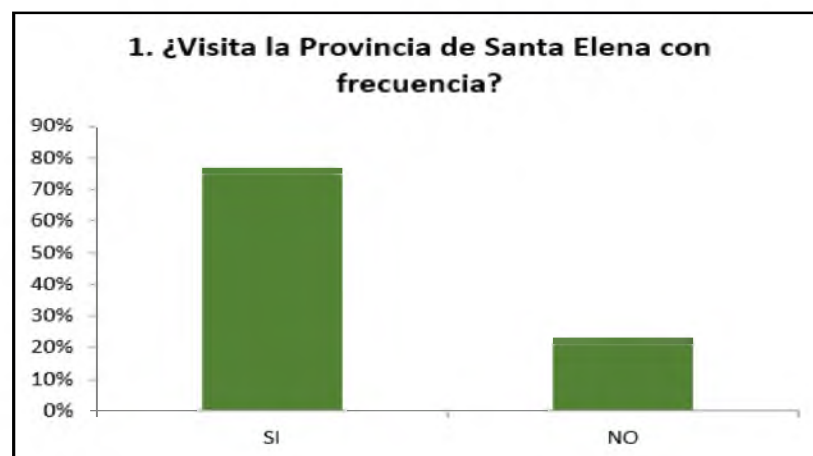


Figura 38. Frecuencia de visitas
Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

En la primera pregunta se determinó que el 77% respondió que sí visita la provincia de Santa Elena con frecuencia, por otro lado el 23% restante indicó que no visita la provincia con frecuencia. Lo que da a entender que existe una preferencia por parte de la mayoría hacia visitar destinos en la Ruta del Spondylus.

Tabla 9. Cantidad de Visitas al año en la provincia de Santa Elena

PREGUNTA 2	PORCENTAJE
1-6	74%
7-12	20%
13-18	1%
19-24	1%
25-30	1%
N/A	1%
Total general	100%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.



Figura 39. Cantidad de visitas al año en la provincia de Santa Elena
Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

Para la segunda pregunta el 74% de la muestra señaló que visita la provincia de Santa Elena entre 1 y 6 veces al año, sin embargo el 20% de 7 a 12 veces al año, mientras que la minoría restante visitaba la provincia de 13 a 30 veces.

Tabla 10. Conocimiento sobre la comuna Palmar

PREGUNTA 3	PORCENTAJE
NO	62%
SI	38%
Total general	100%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015

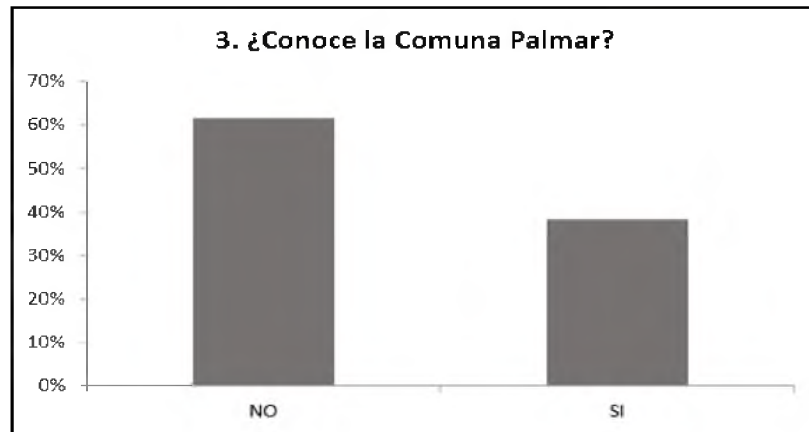


Figura 40. Conocimiento sobre la comuna Palmar

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

En la tercera pregunta el 62% de la muestra no conoce la Comuna Palmar, sin embargo el 38% de la población si conoce la Comuna con la que se pretende trabajar. Lo que significa que a pesar encontrarse ubicada en la Ruta Spondylus aún no es tan conocida por los turistas.

Tabla 11. Consumo de mariscos

PREGUNTA 4	PORCENTAJE
NO	6%
SI	94%
Total general	100%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

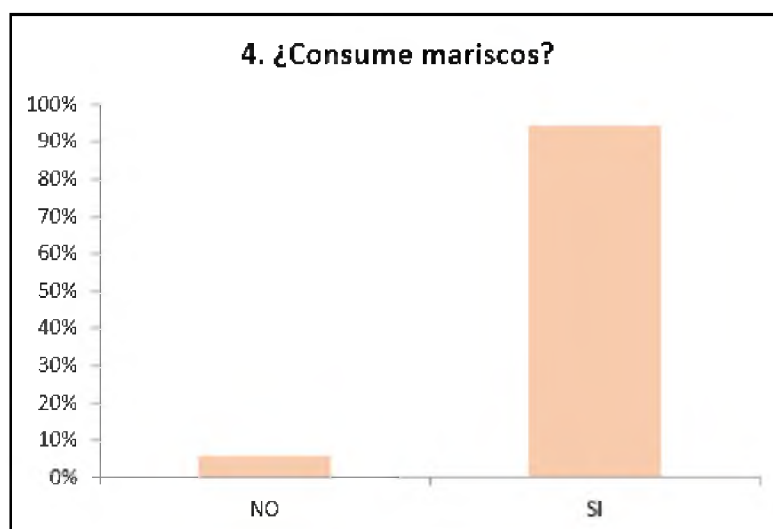


Figura 41. Consumo de mariscos
Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

En la cuarta pregunta 94% de las personas les gusta y consumen mariscos, de modo que solo el 6% no la hacen debido alergias o por no placerles. Se aprecia que la gran mayoría gusta de los mariscos, lo cual es una ventaja ya que la Comuna Palmar se caracteriza por el cultivo de ostras.

Tabla 12. Disposición de participar en actividades turísticas gastronómicas

PREGUNTA 5	PORCENTAJE
SI	82%
NO	18%
Total general	100%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

En la quinta pregunta el 82% de las personas admitieron que les gustaría participar de actividades turísticas gastronómicas porque la idea de conocer un destino turístico nuevo con gastronomía incluida les llama la atención, mientras que el 18% de la muestra no se sentía atraído por probar algo nuevo o no suelen visitar la Ruta Spondylus.

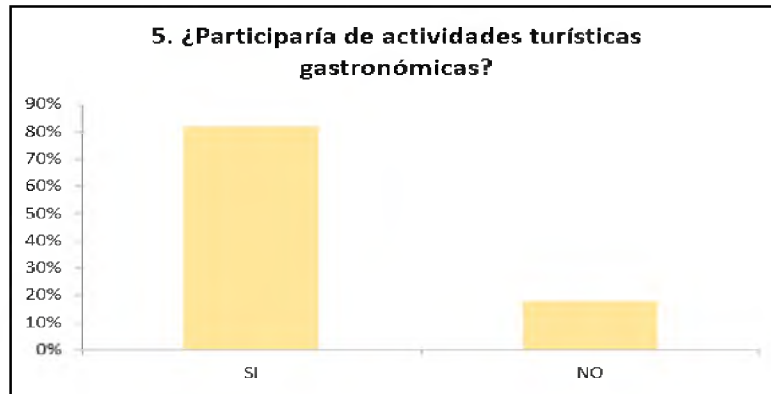


Figura 42. Disposición de participar en actividades turísticas gastronómicas

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

Tabla 13. Cantidad a pagar por un paseo en lancha con acuicultura y alimentación

PREGUNTA 6	PORCENTAJE
\$ 5-38	74,00%
\$ 39-72	22,00%
\$ 73-106	2,33%
\$ 311-354	0,33%
0	1,00%
N/A	0,33%
Total general	100,00%

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

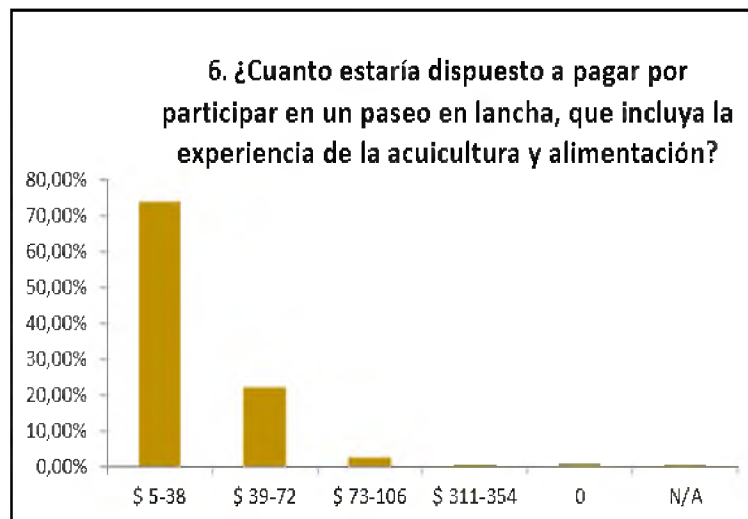


Figura 43. Cantidad a pagar por un paseo en lancha con acuicultura y alimentación

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

En la sexta pregunta se estableció rangos de precios a pagar por participar en un paseo en lancha, que incluya la experiencia de la acuicultura y alimentación, éstos eran de 5 a 38 dólares, de 39 a 72 dólares, de 73 a 106 dólares, de 311 a 354 dólares.

El 74% de la población estableció que estaría dispuesto a pagar entre 5 a 38 dólares, el 22% entre 39 a 72 dólares, mientras que los demás rangos se encontraban desde el 2% en descenso.

Tabla 14. Gasto promedio diario en la playa

PREGUNTA 7	PORCENTAJE
\$ 10-29	41%
\$ 30-49	59%
\$ 50-69	47%
\$ 70-89	37%
\$ 90-109	62%
\$ 110-129	7%
\$ 130-149	6%
\$ 150-169	22%
\$ 170-189	4%
\$ 190-209	15%
Total general	300

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

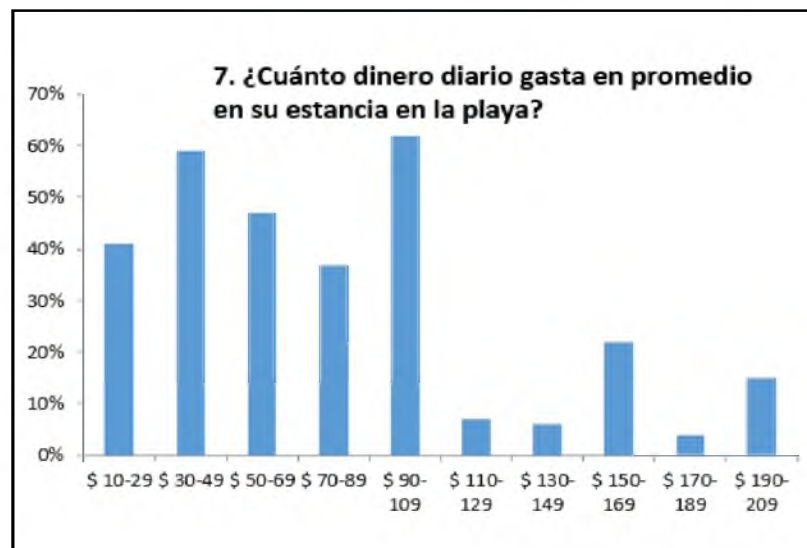


Figura 44. Gasto promedio diario en la playa

Fuente: Encuestas realizadas en Guayaquil, Diciembre 2015.

En la séptima pregunta sobre la cantidad de dinero promedio que gasta la persona en una estancia en la playa se estableció en varios rangos como: de 10 a 29 dólares, de 30 a 49 dólares, de 50 a 69 dólares, de 70 a 89 dólares, de 90 a 109 dólares, de 110 a 129 dólares, de 130 a 149 dólares, de 150 a 169 dólares, de 170 a 189 dólares, de 190 a 209 dólares. El 62% de la población gasta entre 90 a 109 dólares en una estadía en la playa, mientras que el 59% de 30 a 49 dólares, por otro lado el 47% de 50 a 69 dólares, el 41% de 10 a 29 dólares, el 37% de 70 a 89 dólares, el 22% de 150 a 169 dólares, el 15% de 190 a 209 dólares, el restante se encontraba del 7% en descenso en los tres últimos rangos restantes.

4.2 Conclusiones

De acuerdo a la información levantada durante el proceso de encuestas, se obtuvo datos importantes sobre el comportamiento del mercado objetivo para el producto turístico ofertado, entre ellos el hecho de que al menos el 62% ignoran la existencia de la Comuna, dato que invita a proponer una mejor promoción del sitio a nivel regional y provincial, a través de un plan de promoción turística por medio de redes sociales, apoyos visuales como afiches en los terminales tanto de Guayaquil como Santa Elena con fotografías que resalten la oferta turística de la comuna Palmar.

Además se encontró datos como la gama de turistas que estarían dispuestos a visitar la Comuna Palmar y hacer uso de al menos un producto turístico dentro de la diversificación de oferta turística a proponer, como mercado objetivo se descubrió que se debería enfocar a personas con vida económicamente activa y mayores de edad, gente que se encuentra dentro de la clase media, además que el estudio reveló que las personas que visitan la playa gastan entre \$90 a \$100 promedio en un día incluido alojamiento, lo que sería de mucho beneficio para el desarrollo social y económico de los habitantes de la Comuna ya que se le inyectarían divisas por ejercer la actividad turística y esto impulsaría la cultura y capacitación turística continua.

También se preguntó a los encuestados si estarían dispuestos a participar en actividades turísticas gastronómicas, a lo cual el ochenta por ciento respondió positivamente alegando que lo harían por experimentar sabores, y nuevas experiencias; además, en cuanto sí estarían dispuestos a pagar por participar en una actividad de este tipo que les incluya paseo, guía, experiencia, seguro y alimentación al menos el 70% respondió que pagarían un valor por encima de los treinta y cinco dólares por hacer uso del servicio.

La información fue levantada en el Centro Comercial Mall del sol en las afueras del patio de comidas del mismo establecimiento, se decidió este lugar ya que dentro de éste se encuentran de venta comidas en promedio de entre cinco a cincuenta dólares, y el estudio debía ser dirigido para personas económicamente activas, y el sector está rodeado de edificios empresariales.

4.2.1 Recomendaciones

Como recomendación implementar una mejor promoción del sitio por medio de publicidad dentro de las terminales de buses de Guayaquil y Santa Elena para así posicionarlo en la mente de los turistas.

También mejorar la oferta turística de la comunidad implementando productos turísticos de interés como la conocida Banana entre otros productos que la gente busca en sus momentos de ocio en el tiempo que permanecen en la playa.

Aprovechar el hecho de que el malecón es nuevo y está listo para recibir a los turistas que visiten la playa de Palmar, haciendo uso de él para espacios culturales y de esparcimiento como bares cocteleros al pie de la playa entre otros negocios que se vayan implementando según lo necesite la demanda.

Se recomienda la implementación de deportes de playa como el voleibol playero, una cabaña de alquiler de kayak para uso dentro del manglar y en el mar, con sus respectivos promotores y guías (Neo Juventud) también una estación de primeros auxilios en caso de alguna eventualidad, además la implementación de sillas de playa y parasoles de alquiler para que los turistas puedan hacer uso de ellos, y esto genere plazas de empleo.

Se recomienda también solicitar un puesto de resguardo policial para evitar actos delictivos que perturbarían la estancia de los turistas en su visita a la playa de la comuna Palmar.

Se recomienda mejorar la oferta gastronómica de la comuna, a través de un programa de mejora gastronómica dictado por un chef profesional a los jóvenes que se dedican a la elaboración y expendio de la pizza de ostra, para hacer más atractivo el consumo de este plato gastronómico, además de promocionar este plato por medio del sitio web de la común y redes sociales con promociones, e imágenes que despierten interés en hacer consumo de este producto turístico. Además de también mejorar la gastronomía en general de Palmar.

Mejorar el sitio web, haciendo uso de fotografías que hagan experimentar visualmente la visita a la comuna, de manera que motive al turista a visitar y querer conocer los diferentes productos turísticos que la comuna busca ofrecer para su desarrollo económico, describir el paseo en kayak dentro del manglar haciendo uso de fotografías profesionales que destaquen el por qué será una buena experiencia realizar el recorrido.

Capítulo V plan de acciones presupuestado

Para poder realizar el respectivo presupuesto de los planes de acción, se dialogó con los expertos sobre cada uno de los temas expuestos

en el FODA cruzado, ubicado en el capítulo tres anteriormente, para de este modo obtener información verídica sobre los valores.

A continuación se muestran las siguientes tablas en las cuales se puede apreciar diferente información sobre los planes de acción de forma resumida. Entre las cuales se encuentran; cómo se genera el antecedente, la acción que se va a realizar para contrarrestar el antecedente, quienes son los responsables de las actividades que se van a realizar a favor a la Comuna Palmar, las personas que son las beneficiadas, el tiempo que se tomará en realizar cada acción, el presupuesto que se necesita para implementar el plan de acción.

5.1 Resumen de Planes de Acción

Tabla 15. Resumen de Planes de Acción

Antecedentes	Acción	Responsable	Actores	Tiempo	Presupuesto
Carencia de planes de desarrollo turístico	Diversificación de la oferta	GADM, GADRP	Dueños de negocios turísticos	3 meses	Talleres para identificar la oferta actual \$ 336
			Dueños de negocios turísticos	3 meses	Plan de mejora de la oferta actual \$ 2.240

<p>Consumo excesivo de alcohol entre los jóvenes de la comunidad</p> <p>Gestión para la Implementación del Programa "Reacciona Ecuador"</p> <p>MSP, GADM, GADRP, Minda</p> <p>Jóvenes de la Comuna</p> <p>2 años</p> <p>Movilización y alimentación</p> <p>\$ 800</p>
<p>Subtotal</p> <p>\$ 7.648</p>
<p>Imprevistos</p> <p>5%</p> <p>\$ 382,40</p>

Establecimiento: Pizza de Ostras,
oportunidad en proyectos
artesanales

Capacitación para mejora del
producto "Pizza de Ostra"

GADM,
GADRP,
Minpro

Grupo Neo
Juventud

10 horas

Chef y
materiales

\$ 896

2 meses

Arquitecto

\$ 1.680

Artesano

3 meses

Capacitación

\$ 800

Carencia de planes de
desarrollo turístico

3
semanas

Página web

\$ 448

Grupo
Neo
Juventud

1 mes

Capacitación
de marketing
digital

\$ 448

Total	\$ 8.030,4
-------	---------------

Fuente: Elaboración propia de los autores

Conclusiones

El estudio realizado ha sido enfocado a mejorar la oferta y la promoción turística de la comuna Palmar; para diagnosticar la situación en la que se encontraba, este punto turístico en vías de desarrollo se utilizaron varias herramientas de levantamiento de información tales como, encuestas, tablas estadísticas, fichas técnicas.

Se detectaron varios problemas sociales que podrían afectar la actividad turística como el alcoholismo, la drogadicción, la migración, la carencia de capacitación en el turismo.

Además la planta hotelera no cuenta con las adecuaciones necesarias para que un turista de clase media, pernocte con las comodidades que este tipo de clientes demanda, lo cual es negativo para el desarrollo económico de Palmar puesto que, implicaría que al dormir el turista en un poblado cercano gaste dinero en el lugar que se hospeda, que podría gastar dentro de los negocios de la comunidad.

En el estudio de mercado se encontró información que indica cuánto dinero un turista de clase media, está dispuesto a gastar en una visita a la playa, esto representa una oportunidad para los pequeños negocios de los habitantes de este punto turístico, de este modo se diseñó un plan estratégico para mejorar los productos existentes que se ofrecen al turista que visita Palmar.

Se visitó personalmente la comunidad y se conversó con los habitantes y grupos que se dedican a ejercer la actividad turística, se contactó al grupo Neo Juventud quienes facilitaron la información para la elaboración de este plan, entre las mejoras que propone el presente trabajo

de titulación, es la implementación de la gastronomía dentro de los paquetes de expedición al manglar buscando que la experiencia sea a un nivel más vivencial para mejorar el efecto multiplicador del turismo en la Comuna Palmar.

También se visitó el Manglar y el Bosque seco para poder transmitir la experiencia en las promociones de los productos turísticos kayak en manglar, kayak en altamar, el cultivo de ostras, los cuales son exclusivos de Palmar, en referencia a otros destinos de la Ruta Spondylus.

Se presentó la propuesta de plan de mejora de la gastronomía en general de los negocios del poblado, en sus platos típicos para que sean un fuerte atractivo que ofrecer a los turistas, entre los platos que se enfocó la mejora se encuentran la pizza de ostras, y demás platos elaborados con este molusco. Se elaboró además un presupuesto para este plan de mejora contemplando sueldos para los capacitadores, materiales en beneficio del desarrollo de Palmar.

Recomendaciones

El plan fue elaborado con la finalidad de mejorar la condición turística de Palmar de manera, que esto genere un impacto positivo en su economía, en su desarrollo social y cultural, para evitar la migración por la escasez de fuentes de trabajo, se propone implementar este Plan de diversificación de productos turísticos que se ha estado trabajando de la mano de los habitantes de la comunidad.

La capacitación es necesaria para mejorar los productos que se ofrecen al mercado turístico y hacer acompañamiento a la comunidad. Las temáticas de las capacitaciones son las siguientes: Capacitación de marketing digital para el uso de redes sociales como elemento de venta, capacitación para mejora del producto pizza de ostras, capacitación para los artesanos; mismas que permitirán mejorar la experiencia turística en la Comuna Palmar.

Se recomienda mejorar la promoción de los productos que existen en Palmar, antes mencionados, ya que cuenta con varias actividades turísticas en su mayoría familiares y esto es una oportunidad que debe aprovecharse, pero debe implementarse cada mejora, para que el producto ofrecido sea percibido como un producto de calidad y que a su vez pueda ser recomendado; hacer uso de redes sociales como medio de difusión cultural y promoción turística podría elevar notablemente la afluencia de los turistas.

Para los problemas sociales se recomienda implementar los programas de Reacciona Ecuador y Ejercítate Ecuador así los jóvenes tendrán actividades que los mantengan ocupados y se minimice el consumo de sustancias nocivas, además de también incluir a la comunidad en general, para que se mantengan distraídos y esto los motive de manera positiva a buscar siempre el desarrollo intelectual del poblado.

Se recomienda que se debe de llegar a un mercado objetivo que tenga mayor gasto promedio, a su vez se debe de mejorar los servicios de la planta hotelera de Palmar.

Otras de las recomendaciones es hacer campañas promocionales de Palmar, donde se destaque las actividades identificadas en este estudio.

Implementar los servicios adicionales en los paquetes que ofrece la comunidad, con el fin de que el Ministerio de Turismo los deje ejercer la actividad turística sin censurarlos porque ya estarían cumpliendo con los requisitos que éste les pide; como el seguro obligatorio de viajero para evitar inconvenientes que ya se han presentado en otros casos alrededor del país. Legalizar la oferta del producto ofrecido con el Ministerio de Turismo.

Una vez implementado el Plan se recomienda, que la Comunidad obtenga el registro de turismo en el Ministerio de Turismo para legalizar sus negocios y que accedan a todos los beneficios que se obtiene al ser empresarios de turismo.

Listado de referencias

- Aramberri, J. (2011). *Turismo de Masas y Modernidad*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?id=Nn5liKFtgXUC&pg=PA142&dq=teoria+de+desarrollo+economico+enfoque+turistico&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiLqsz168XKAhUEVyYKHfvSCq0Q6AEIHjAA#v=onepage&q&f=false>
- Baltazar, P. (2007). *La Tilapia en el Perú: acuicultura, mercado, y perspectivas*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-99332007000100022&lang=pt
- Biblioteca Facultad de Medicina, UNNE, Argentina. (1999). *Calculadora para obtener el tamaño de una muestra*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>
- Castillo, L. (2004). *Tilapia Roja, una evolución de 23 años, de la incertidumbre al éxito*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://ag.arizona.edu/azaqua/ista/Colombia/Castillo2004.doc> acceso 19/11/2015.
- Centro de Comercialización y Revalorización de la Cultura del Ecosistema Manglar. (2009). *El Turismo Comunitario*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ccondem.org.ec/martinpescador.php?c=663>
- Chiriboga, R. (2009, Septiembre 29). *Sistema Turístico*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://roxyrous1987.blogspot.com/>

Compañía de Turismo Puerto Rico. (2014, Agosto 26). *Primera certificación del programa de agroturismo de la compañía de turismo de Puerto Rico*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www2.pr.gov/agencias/Agricultura/Prensa%20Agricola/Comunicados/CP%20Certificaci%C3%B3n%20de%201ra%20Hacienda%20Agrotur%C3%ADstica%20de%20CTPR%202014.pdf>

Diario El Telégrafo. (2014, Noviembre 30). *Jóvenes de Palmar impulsan cultivo de ostras*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/jovenes-de-palmar-impulsan-cultivo-de-ostras.html>

Diario Expreso. (2015, Octubre 19). *Palmar resurge como balneario*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.pressreader.com/ecuador/diario-expreso/20151019/281925951859110/TextView>

Diario Expreso. (2015, Octubre 24). *Más de 5000 pescados se distribuyeron gratis en la comuna Palmar*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota_print.aspx?idArt=8592467&tipo=2

Emuturismo. (2015). *Empresa Municipal de Turismo*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://turismosantaelena.com/Palmar.html>

Food and agriculture organization of the United Nations FAO (2014). *La obtención de datos para la selección de los lugares*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/003/t0446s/T0446S03.htm>

Fundación Natura Colombia (2012). *Plan estratégico 2012-2017*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.natura.org.co/informacion-institucional/plan-estrategico-2007-2011.html>

- Goded M. (1998). *Impacto del Turismo sobre el Desarrollo Económico Caso. El caso de Argentina*. [Tesis Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Recuperado de: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/2/S2025501.pdf>
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México, D.F. McGraw-Hill Interamericana. (p 10-12). [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/15/biblio/SAMPIERI-HERNANDEZ-R-Cap-1-El-proceso-de-investigacion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011, Diciembre). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <file:///C:/Users/Katherine/Downloads/111220+NSEPrensa.pdf>
- Ley de Gestión Ambiental. (2004). *Capítulo IV, de la participación de las instituciones del estado*. P1,4. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Ley de Turismo. (2008). *Capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen*. P-3. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Marín, A. (2008, Marzo 7). *Metodología de la investigación*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <https://metinvestigacion.wordpress.com/>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2014, Noviembre 10). *MAGAP, cosecha de ostras del pacífico en la Comuna Palmar*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.viceministerioap.gob.ec/subpesca2266-magap-cosecha-ostras-del-pacifico-en-la-comuna-palmar.html>

Ministerio de Turismo (2015, Julio 13). *Mintur impulsa estandarización de la calidad turística en Santa Elena*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/mintur-impulsa-estandarizacion-de-la-calidad-turistica-en-santa-elena/>

Morales, E (2013). *El agroturismo y su porte al desarrollo turístico del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua*. [Tesis Pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Recuperado de: http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5192/1/Tth_2013_129.pdf

Ordóñez, P. (2011). *Diseño de un producto turístico para el cantón San Felipe de Oña*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <file:///C:/Users/Katherine/Downloads/23T0283%20ORDO%C3%91EZ%20PATRICIA.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO. (2003). *Acuicultura: principales conceptos y definiciones* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.fao.org/spanish/newsroom/focus/2003/aquaculture-defs.htm>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO. (2003). *Acuicultura*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.fao.org/aquaculture/es/>

PlandeTour 2020. (2007, Junio 12). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.undp.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

Plan Nacional de Buen Vivir. (2013). Objetivo 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva. [Lectura en línea]. Recuperado de: <https://www.biess.fin.ec/files/ley-transparencia/plan-nacional-del-buen-vivir/Resumen%20PNBV%202013-2017.pdf>

Procasur. (1996). *Procasur completa estudio sobre talentos rurales*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.procasur.org/es/noticias2/661-procasur-completa-estudio-sobre-talentos-rurales>

Programa de Acción Global OIE. (1922, Enero). *Desarrollo Rural*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=022>

Programa de Acción Global OIE. (1922, Enero). *Turismo Sostenible*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=09>

Puente, W. (2001). *Técnicas de la Investigación*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

Reglamento de Alojamiento Turístico. (2015). *Establecimiento de alojamiento turístico*. P2 y 6. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/10/Proyecto-de-Reglamento-Alojamiento.pdf>

Reglamento de operación turística de aventura. (2014, Febrero 11). *Sección Tercera Kayak de Mar/Lacustre*. P-21. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>

T.P.AGRO S.A.S. (2013, Abril 12). *Agro Eco Eficiencia*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.tpagro.com/espanol/agroturismo/agroturismo.htm>

UNESCO. (1946, Noviembre 4). *Educación. Poblaciones Rurales*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/strengthening-education-systems/inclusive-education/rural-people/>

Valenzuela, A. Yáñez, C. Golusda, C. (2010, Agosto 21). *El Ostión del norte chileno (Argopecten purpuratus)*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.mundoacuicola.cl/?/revista/254/el-ostion-del-norte-chileno-argopecten-purpuratus/9>

Vázquez, Osorio, Arellano y Torres. (2013). *Investigaciones Turísticas*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones_Turísticas_05_01.pdf

Apéndices

Anexo 1. Formato de encuesta

Fuente: Elaboración propia de los autores

Público objetivo de la encuesta: Se consideró para nuestro estudio de mercado el encuestar a personas de clase media desde los 18 a 50 años que sean económicamente activos y que tengan la posibilidad de trasladarse a consumir productos del mar a un precio de acuerdo al mercado.

Objetivo de la encuesta: La finalidad de la encuesta es evaluar el mercado y las tendencias de consumo y el gasto promedio de una persona en un día en la playa, de acuerdo a esto podríamos proponer la implementación de actividades turísticas.

Lugar de realización: Se decidió que el lugar para realizar la encuesta sería en las afueras del patio de comidas del Centro Comercial Mall del Sol, lugar muy concurrido por personas económicamente activas ya que se encuentra en un área empresarial.

Fecha: Diciembre de 2015

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Edad: _____

Sexo: M__ F__

Estado Civil: Soltero__ Casado__ Divorciado__

País: _____ Ciudad: _____

1. ¿Visita la Provincia de Santa Elena con frecuencia?

Sí__ No__

2. ¿Cuántas veces al año?

____ Veces

3. ¿Conoce la comuna Palmar?

Sí__ No__

4. ¿Consume mariscos?

Sí__ No__

5. ¿Participaría de actividades turísticas-gastronómicas?

Sí__ No__

¿Por qué? _____

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por participar en un paseo en lancha que incluya la experiencia de la acuicultura y alimentación?

7. ¿Qué actividades de playa gusta realizar?

8. ¿Cuánto dinero gasta en promedio diario en su estancia en la playa?

Anexo 2. Fichas de diagnóstico de la comunidad

Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local, Ricaurte C. 2009

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE PALMAR

1. DATOS GENERALES

Ubicación de la comunidad

PROVINCIA	SANTA ELENA
CANTÓN	SANTA ELENA
PARROQUIA	COLONCHE
COMUNIDAD	PALMAR

Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano

_____10.000_____.

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLO, 11 NOVIEMBRE 2015

2. PLANTA TURÍSTICA

EQUIPAMIENTO

ALOJAMIENTO

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad, es imprescindible sumar el total de plazas.

		#	PLAZAS			#
PLAZAS						
1	HOTELES	-		6	MOTELES	-
2	HOSTERÍAS	1		7	HOSPEDERÍAS	-
3	HOSTALES	4		8	CAMPING	-
4	PENSIONES	-		9	OTRO _____	-
5	CASAS (COMUNITARIAS)	-			_____	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLOA, 11 NOVIEMBRE 2015

ALIMENTACIÓN

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad, es imprescindible sumar el total de plazas.

PLAZAS	#	PLAZAS	#
1 RESTAURANTES	6	4 BARES	10
2 CAFETERÍAS	-	5 CANTINAS	-
3 FUENTES DE SODA	-	6 KIOSKOS DE COMIDA	3
		7 OTROS	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLOA, 11 NOVIEMBRE 2015

ESPARCIMIENTO

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

#	#	#
1 DISCOTECAS/SALSOTECA	1	3 INSTALACIONES DEPORTIVAS
2 CINES/ TEATROS	-	4 BINGOS
		OTROS

OTROS SERVICIOS RELACIONADOS

#		#		#	
1	AGENCIAS DE VIAJE	-	6	GUÍAS DE TURISMO	-
2	OPERADORAS	-	7	BANCOS	-
3	INFORMACIÓN AL TURISTA	1	8	CAJEROS AUTOMÁTICOS	-
4	SITIO DE VENTA DE ARTESANÍAS	-	9		-
5	ALQUILER EQUIPOS	-	9	OTROS	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

INSTALACIONES

Si existe servicio de alquiler de equipos, indicar número de unidades:

N/A

ANÁLISIS DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS EXISTENTES

De agua y playa					
	#		#		#
1. Marinas	-	4. Carpas o tiendas	-	7. Reposeras	-
2. Espigones	-	5. Sombrillas	-	8. Observación submarina	-
3. Muelles	1	6. Palapas o ramadas	-		
De montaña					
	#		#		#
1. Miradores	1	3. Funiculares	-	5. Teleféricos	-
2. Senderos	-	4. Refugios	-	6. Ski lift	-
Generales					
	#		#		#
1. Piscinas	-	4. Tenis	-	7. Pasarelas, puentes	-
2. Vestuarios	-	5. Otro deportes	-	8. Baños públicos	-
3. Juegos infantiles	-	6. Golf	-		

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLOA, 11 NOVIEMBRE 2015

INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

Principales vías de acceso a la comunidad:

1. Terrestre

1. Pavimentada/ asfaltada	X	4. Lastrada	-
2. Adoquinada	X	5. De Tierra (carrosable)	-
3. Empedrada	-	6. Sendero	-
2. Fluvial	-	7. Otro _____	-
3. Aérea	-		

Distancias

		1	2	3	4	5	6	7	8
		BUS	CAMIONET	LANCHA	CANOA	AVIÓN	AVIONETA	ANIMAL	CAMINAND
DISTANCIA A LA CABECERA PARROQUIAL (KM): <u>160</u>	TIEMPO (MINUTO S)	30	-	-	-	-	-	-	-
DISTANCIA A LA CABECERA CANTONAL (KM): <u>148</u>	TIEMPO (MINUTO S)	120	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLO, 11 NOVIEMBRE 2015

Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) Vial

- | | |
|-------|---|
| 1. Sí | X |
| 2. No | - |

b) Turística

- | | |
|-------|---|
| 1. Sí | X |
| 2. No | - |

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

Tipos de señalética econtrada (anotar si hay o no y el estado de las mismas):

- | | | | |
|-----------------|---|-----------|---|
| 1. Aproximación | X | 5. Vallas | - |
| 2. Ejecutiva | - | 6. Totem | - |
| 3. Sitio | - | 7. Otra | - |

En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|---|-------------|---|
| 1. Bus | X | 5. Canoa | X |
| 2. Camioneta | X | 6. Avión | - |
| 3. Taxis | X | 7. Avioneta | - |
| 4. Lancha | X | 8. Ninguno | - |

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que abordan cualquier tipo de transporte motorizado.

___N/A___ Km

COMUNICACIONES

Existe servicio telefónico en la comunidad:

- | | |
|-------|---|
| 1. Sí | X |
| 2. No | - |

En la comunidad existen 1 cabinas de servicio telefónico para uso público, de las cuales N/A son de Movistar, N/A son de Claro, N/A de Alegro y N/A son teléfonos monederos.

La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a N/A Kms.

Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

- | | |
|-------|---|
| 1. Sí | X |
| 2. No | - |

¿Cuántos cibercafés o establecimientos de uso público de Internet existen en la comunidad? N/A .

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

Existe oficina de correos en la comunidad:

- | | |
|-------|---|
| 1. Sí | - |
| 2. No | X |

SANIDAD

Existe red de agua entubada:

- | | | | |
|-------|---|---------------------------------|----------------|
| 1. Sí | X | ¿Qué porcentaje de la población | <u> 90% </u> |
|-------|---|---------------------------------|----------------|

2. No

-

 tiene agua entubada? _____

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

Tratan con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí

X

2. No

-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

Fuente principal de abasto / ¿Qué tipo de agua se consume?:

1. Red pública	-	6. Pozo	-
2. Pila o llave pública	-	7. Río, vertiente, acequia	-
3. Otra fuente por tubería	X	8. Agua lluvia	-
4. Carro repartidor	-	9. Otro _____	-
5. Triciclo	-	—	

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

Existe sistema de alcantarillado en la comunidad:

1. Sí

X

 ¿Qué porcentaje de la población tiene alcantarillado? 90%
2. No

-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

¿En dónde elimina las excretas la mayoría de la población?

1. Excusado y alcantarillado	-
2. Letrina	-
3. Aire libre, río, estero	-
4. Pozo séptico	X
5. Pozo ciego	-
6. Otro _____	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

¿Cómo disponen o eliminan la basura la mayoría de la población?

1. La queman	-
2. Carro recolector	X
3. Entierran	-
4. Otro _____	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí	X
2. No	-

Instancias y/o establecimientos de salud que existen:

	#		#
1. Parteras capacitadas	-	9. Hospital público	-
2. Parteras no capacitadas	-	10. Dispensario público	1
3. Promotores de salud	-	11. Unidad móvil	-
4. Curandero tradicional	-	12. Consultorio privado	-
5. Shaman	-	13. Clínicas	-
6. Botiquín comunitario	-	14. Hospital privado	1
7. Sub-centro de salud	-	15. Farmacia	1
8. Centro de salud	-	16. Otro	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLO, 11 NOVIEMBRE 2015

Si no hay establecimientos de salud en la comunidad

1. ¿A cuál establecimiento asisten para atender su salud?	N/A
2. Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece el establecimiento de salud	N/A
3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km.).	N/A

ENERGÍA

Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí	X
2. No	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

¿Qué tipo de servicio?

- | | |
|--------------|----------|
| 1. Público | - |
| 2. Municipal | X |
| 3. Privado | - |

¿Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica?
_____100%_____

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: ___N/A___ Km

Existen gasolineras en la comunidad

- | | | |
|-------|----------|-------------------------------|
| 1. Sí | X | ¿Cuántas? <u> 1 </u> |
| 2. No | - | |

Distancia a la gasolinera más cercana: ___N/A___ Km

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLAO, 11 NOVIEMBRE 2015

SUPERESTRUCTURA

¿De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo?

INSTITUCIÓN	NOMBRE	ACTIVIDAD
1 Nacionales	PREFECTURA DE SANTA ELENA	MALECON Y VIAS DE ACCESO
	ALCALDIA DE SANTA ELENA	SERVICIOS BASICOS
2 Internacionales	-	

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLO, 11 NOVIEMBRE 2015

Existen planes de desarrollo en la comunidad

1. Sí	<input checked="" type="checkbox"/>		
		PLAN	AÑO
		APADRINAMIENTO DE NIÑOS EN ESCUELAS	1990
2. No	<input type="checkbox"/>		

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLO, 11 NOVIEMBRE 2015

¿Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad? Marque con una X.

	Tipo de organización	
1.	Junta Parroquial	X
2.	Comité de Barrio	X
3.	Directiva Comunitaria	X
4.	Comité de Desarrollo	-
5.	Cooperativas	-
6.	Organización de Mujeres	X
8.	Organizaciones religiosas	X
10	Asociaciones de turismo	-
11	Otras _____	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLO, 11 NOVIEMBRE 2015

3. COMUNIDAD RECEPTORA

¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

1. PESCA

2. TURISMO

3.

Tipo de actividad en la que participa la comunidad:

1. Trabajo en grupo	-
2. Minga	-
3. Asamblea comunitaria	-
4. Otras	X

Comentarios:

BINGO SOLIDARIO, EXISTE LA FUNDACION DE JOVENES DE NEO JUVENTUD DIVIDIDA POR EDADES SE DEDICAN A LA ACTIVIDAD DEL KAYAK, ATENCIÓN EN PIZZERIA, PINTURA, MUSICA ENTRE OTRAS.

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLOA, 11 NOVIEMBRE 2015

¿Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con?

	Si	No
1. Municipio	X	-
2. Junta Parroquial	-	X

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A TOMÁS VILLOA, 11 NOVIEMBRE 2015

Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

1. Inglés	-
2. Capacidad o experiencia en guianza	-
3. Cocina	X
4. Alojamiento/ hospedaje	-
5. Elaboración / venta de artesanías / postales	-
6. Alquiler de equipos para turismo	X
7. Manejo de naves marinas	-
8. Otras	-

Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad, se deben identificar también necesidades de capacitación o comentarios:

DOS PROBLEMAS SOCIALES QUE AFRONTA LA COMUNA PALMAR ES DROGA EN LOS JOVENES DE LAS ESCUELAS, Y EL ACHOLISMO EN LA POBLACION. ENTRE LAS NECESIDADES SE ENCUENTRAN LA CARENCIA DE UN SEGUNDO IDIOMA A PARTE DE LA LENGUA MATERNA, EXPERIENCIA EN LO QUE RESPECTA A LA CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA Y LA CORRECTA ADMINISTRACION DE UN ESTABLECIMIENTO HOTELERO.

Fecha: 11/11/2015	Encuestador: GUTIÉRREZ ALCIVAR WILSON ALBERTO RODRÍGUEZ JARAMILLO KATHERINE NOEMÍ
-------------------	---

Apéndice 1

Establecimientos de alojamiento

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Tipo	Servicios				# Hab	# Plazas
			Alim	a/a	Tv	Bar		
1 15	HOSTAL CARMITA	HOSTAL	X				5	
2 32	HOSTAL MARINA 1	HOSTAL	X				13	
3 24	HOSTAL MARINA 2	HOSTAL	X				10	
4 20	HOSTAL MARITZA	HOSTAL	X				6	
5 20	HOSTERIA PALMAR	HOSTERIA	X				5	
		TOTALES					5	

Apéndice 2

Establecimientos de alimentación

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Tipo	Capacidad	Especialidad	Tipo de Servicio
1	COMEDOR CARMITA	RESTAURANTE	14	PESCADO FRITO	EMPLATADO
2	COMEDOR ELENITA	RESTAURANTE	40	GUATITA	EMPLATADO
3	PALMAR PIZZA	KIOSKO	16	PIZZA DE OSTRAS	EMPLATADO
4	CABANA MERCEDES	RESTAURANTE	40	PESCADO APANADO	EMPLATADO
5	COMEDOR LOLITA	KIOSKO	16	SECO DE POLLO	EMPLATADO
6	CABANA COSTENITA RESTAURANTE		60	PESCADO FRITO	EMPLATADO
7	BRISAS DEL MAR PATIO DE COMIDA RESTAURANTE		60	PESCADO APANADO	EMPLATADO
8	PUNTA DEL ESTERO LOS OLIVOS	KIOSKO	10	POLLO ASADO	EMPLATADO
9	RESTAURANTE MECHITA	RESTAURANTE	10	SECO DE POLLO	EMPLATADO
10					
		TOTALES	9		

FICHA 2

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

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

SI	X
NO	-

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).
DE 1000 PERSONAS PROMEDIO

100	VISITANTES DE LUNES A VIERNES
300	VISITANTES LOS DÍAS SÁBADOS
300	VISITANTES LOS DÍAS DOMINGOS
1000	VISITANTES LOS FERIADOS

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A JACINTA ROSALES, 11 NOVIEMBRE 2015

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

PERMANENTE (TODO EL AÑO)	-
ESTACIONAL	X
ESPORÁDICA	-
INEXISTENTE	-

- 1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

INDEPENDIENTE	X
ORGANIZADO	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A JACINTA ROSALES, 11 NOVIEMBRE 2015

- 1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

INTERNACIONAL	-
NACIONAL	X
REGIONAL	-

B) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADIA

TURISTAS	-
EXCURSIONISTAS	X

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A JACINTA ROSALES, 11 NOVIEMBRE 2015

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

TURISTAS	\$20,00
EXCURSIONISTAS	\$10,00

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A JACINTA ROSALES, 11 NOVIEMBRE 2015

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

- 1) Santuario Nuestra Señora de Fátima
- 2) Manglares
- 3) Playa- deporte de kayak

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

ALOJAMIENTO	X
RESTAURANTES	X
KIOSKOS DE COMIDA	X
BARES	X
SERVICIO DE GUIANZA LOCAL	-
OTRO	-

Fuente: INFORMACION LEVANTADA POR VISITA TECNICA EN ENTREVISTA A JACINTA ROSALES, 11 NOVIEMBRE 2015

Anexo 3. Programación de productos turísticos

Fuente: Sandra Chicaiza, 2009

Programación de productos
turísticos

Detalle de servicios	Tarifa	Costo por pax	Total por pax
Transporte:			
Alojamiento:			
Comidas:			
Guías:			
Excursiones:			
Vario o extras:			
Gastos de liberado (alojamiento, transporte, gastos diarios - comida, bebida, varios)			
Fondo común e imprevisto			
Beneficio deseado			



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Rodriguez Jaramillo Katherine Noemi, con C.C: # 0924713936 autora del trabajo de titulación: Plan de Intervención para la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar, Provincia de Santa Elena previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** 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 titulación 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 titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 11 días de marzo del 2016

f. _____

Rodriguez Jaramillo Katherine Noemi
C.C: 0924713936



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Gutiérrez Alcívar Wilson Alberto, con C.C: # 0927277376 autora del trabajo de titulación: Plan de Intervención para la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar, Provincia de Santa Elena previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** 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 titulación 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 titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 11 días de marzo del 2016

f. _____
Gutiérrez Alcívar Wilson Alberto
C.C: 0927277376

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Plan de Intervención para la Diversificación de Productos Turísticos en la Comuna Palmar, Provincia de Santa Elena		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Gutiérrez Alcívar, Wilson Alberto y Rodríguez Jaramillo, Katherine Noemi		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ramírez Iñiguez, Karla Lucía		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	91
ÁREAS TEMÁTICAS:	Proyecto para la inclusión económica, social e interculturalidad, turismo comunitario		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Diversificación, productos turísticos, ingresos económicos, situación turística, recursos turísticos, servicios y productos.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El trabajo de titulación tiene como resultado elaborar un Plan de Intervención de la Diversificación de Productos Turísticos para generar ingresos económicos en la Comuna Palmar, ubicada en la provincia de Santa Elena. Para esto se debe de realizar un diagnóstico, sobre la situación turística y la demanda actual de los servicios y productos, realizar un estudio de mercado y presentar una propuesta que apunte el correcto uso de los recursos existentes para poder desarrollar un producto turístico.</p> <p>En el primer capítulo, que es la Fundamentación Teórica, se puede observar las teorías por medio de las cuales se mantiene fundamentada dicha investigación. En el segundo capítulo se encuentra la metodología, donde se detalla el método que se utiliza para la investigación. En el tercer capítulo se ejecutó el diagnóstico de la Comuna. Además se realizó un análisis FODA sobre la oferta turística y la problemática social que está afectando al turismo en la Comuna Palmar, a partir de éste se efectuó un FODA cruzado. En el capítulo cuatro, se encuentra información que se recolectó por medio de encuestas a diferentes personas. En el quinto capítulo se realizó el plan de acciones presupuestado, en el cual, se dialogó con los expertos sobre cada uno de los temas expuestos en el FODA cruzado.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2675537 / 0967764142, +593-4-2821528 / 0996705314	E-mail: wilsongutierrez@hotmail.com / noemi_rodriguezjara@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Guzmán Barquet Eduardo Andrés		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912		
	E-mail: eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec		



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	