



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROYECTO DE TITULACIÓN
PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:
PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO
PARA LA COMUNA COSTERA PALMAR – PROVINCIA DE
SANTA ELENA

AUTOR
FRANCO MUÑOZ XIMENA LISSET

TUTOR DE PROYECTO DE TITULACIÓN:
ING. HENRY LAVAYEN, MAE.

GUAYAQUIL, FEBRERO 2018



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Plan estratégico de desarrollo turístico para la Comuna costera Palmar – Provincia de Santa Elena		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Franco Muñoz Ximena Lisset		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Henry Lavayen, mae. Ing. Walter Villamar.		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Ciencias Administrativas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Gestión Empresarial		
GRADO OBTENIDO:			
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	131
ÁREAS TEMÁTICAS:	Economía y emprendimiento social		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Desarrollo, plan estratégico, estabilidad, turismo, emprendimiento.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El presente trabajo de titulación está dirigido a la comunidad de Palmar ubicado en la Provincia de Santa Elena con la finalidad de crear un plan estratégico que ayude al desarrollo social y sustentable, logrando incrementar la productividad empresarial de este sector en este caso como es el turismo y aprovechar sus recursos naturales de una manera responsable creando estrategias y eliminando aquellos factores que no permiten que la comuna tenga una estabilidad económica, a la vez incentivar a los habitantes que deseen formar parte de este desarrollo capacitándolos para que se encuentren preparados y puedan aportar ideas innovadoras que benefician a la comunidad, con la creación del plan estratégico se podrá obtener un sistema innovador que permitirá a los dirigentes de la comuna Palmar dirigir de una manera responsable y actualizada y puedan cumplir paso a paso con las necesidades y requerimientos que tiene la comuna, logrando ser potencial turístico favoreciendo a la Provincia de Santa Elena y al país.			
ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail:	
Franco Muñoz Ximena Lisset	0988276283 / 0993865431	xime_f18@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaria de la Facultad		
	Teléfono: 04-2596830		
	E-mail: fca.infocomputo@ug.edu.ec		

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado el **ING. HENRY LAVAYEN, MAE**, tutor del trabajo de titulación como requisito para optar por título de Ingeniero en Gestión Empresarial, presentado por:

FRANCO MUÑOZ XIMENA LISSET

C.I. # 2400087843

Con el Tema:

**“PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA
COMUNA COSTERA PALMAR – PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

Certifico: que he revisado y aprobado en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Guayaquil, 23 Febrero del 2018

ING. HENRY LAVAYEN, MAE.
C.I. 0911443232
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACION

CERTIFICADO URKUND

D35418830 - francovill...

x

Secure

https://secure.orkund.com/view/34852507-210366-469608#DcgnDgjdAXRi6QeoTjxbOuujQCdAWbLM4u6km3mf8jnl9WbCAktsVjNmdHqIB44blmx4gOfCFvKqGHOHC0llGgQ...

URKUND

Document

[francovillena_71eb18f1.docx](#) (D35418830)

Submitted by

2018-02-07 17:41 (-0500)

Submitted by

mauricio.villacrecesc@ug.edu.ec

Receiver

mauricio.villacrecesc.ug@analysis.orkund.com

Message

[TUTOR LAVAYEN Show full message](#)

6%

of this approx. 38 pages long document consists of text present in 12 sources.

Sources

Highlights

	Rank	Path/Filename
		http://apostolito.uspe.edu.ec/bitstream/46000/17121/1/TOMALA%20FELGADO%20MARIA%20...
		http://apostolito.uspe.edu.ec/bitstream/46000/1499/1/TOMALA%20JHAI%20ROSALES%20ING...
		http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2013/02/PLANUETUR_2020.pdf
		http://apostolito.uspe.edu.ec/bitstream/46000/7590/1/UPSE-TOT-2015-0033.pdf
		Implementación de un hotel para el desarrollo turístico en la aldea de la Comuna de Montañita...
		RODRIGO POZO DAVID.pdf
		T.T. YANIRA ESCOBAR.docx

guayaquil,

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado ING. HENRY LAVAYEN, MAE, tutor del trabajo de titulación
certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por Ximena Lisset
Franco Muñoz con C.I. No. 2400087843, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la
obtención del título de Ingeniería en Gestión Empresarial, en la Carrera/ Facultad, ha sido
REVISADO Y APROBADO en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ING.
HENRY LAVAYEN, MAE, C.I. No.
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES
NO ACADÉMICOS
Yo, Ximena Lisset Franco Muñoz con C.I. No. [2400087843](#), certifico que los contenidos desarrollados en este
trabajo de titulación, cuyo título es "Plan estratégico de desarrollo turístico para la Comuna Costera Palmera -
Provincia de Santa Elena" son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO
ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN", autorizo el uso
de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no
académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

Ximena Lisset Franco Muñoz C.I. No. 2400087843
*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro
Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de
educación superior y centros educativos. En el caso de las obras creadas en centros educativos,
universidades, escuelas técnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los
conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o

CERTIFICADO SISTEMA ANTIPLAGIO

Habiendo sido nombrado LAVAYEN YAVAR HENRY FRED, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente proyecto ha sido elaborado por FRANCO MUÑOZ XIMENA LISSET, C.C. 240008784-3, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

Se informa que el proyecto: **PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO PARA LA COMUNA COSTERA PALMAR – PROVINCIA DE SANTA ELENA**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el 6% de coincidencias.

Document francoximena.7feb18HL.docx (D35418830)

Submitted 2018-02-07 17:41 (-05:00)

Submitted by mauricio.villacrescencio@ug.edu.ec

Receiver mauricio.villacrescencio@ug.edu.ec

Message TUTOR LAVAYEN [Show full message](#)

6% of this approx. 38 pages long document consists of text present in 12 sources.

Sources	Highlights
Rank	Path/Filename
1	http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1712/1/TOMALA%20DEL%20GADQ%20MARIA%20...
2	http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1499/1/TOMALA%20ROSALBA%20ING...
3	http://www.turismo.gub.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR_2020.pdf
4	http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2590/1/UPSE.TIOT_2015-0033.pdf
5	Implementación de un hotel para el desarrollo turístico en la playa de la Comuna de Montañ...
6	BORROR POZO DAVID.pdf
7	T.T. VANIRA ESCOBAR.docx

guayaquil, _____

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado ING. HENRY LAVAYEN, MAE, tutor del trabajo de titulación _____, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por Ximena Lisset Franco Muñoz con C.I. No. 240008784-3, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Gestión Empresarial, en la Carrera/Facultad, ha sido

REVISADO Y APROBADO en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

_____ ING.

HENRY LAVAYEN, MAE. C.I. No _____

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Yo, Ximena Lisset Franco Muñoz con C.I. No. 240008784-3, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es "Plan estratégico de desarrollo turístico para la Comuna Costera Palmar – Provincia de Santa Elena" son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL ART. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

_____ Ximena Lisset Franco Muñoz C.I. No. 240008784-3

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o

<https://secure.arkund.com/view/34852507-210366->

[469608#DcgxDgIxDAXRu6QeoTjxtxOugijQCtAWbLMl4u6km3nf8jnL9WbCAktsYJNmdHqlB44bLnxl4gOfCFVqkKGOHC0JlGgQRCUa4YSItUksnqSRjXRSZJBjvjl3N/H/tq3x7E9y7VeqqL1OULZ5qgz5u8P](https://secure.arkund.com/view/34852507-210366-469608#DcgxDgIxDAXRu6QeoTjxtxOugijQCtAWbLMl4u6km3nf8jnL9WbCAktsYJNmdHqlB44bLnxl4gOfCFVqkKGOHC0JlGgQRCUa4YSItUksnqSRjXRSZJBjvjl3N/H/tq3x7E9y7VeqqL1OULZ5qgz5u8P)

Ing. Henry Lavayen. MBA.
Tutor de Proyecto

RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR

Por medio de la presente certifico que el presente Trabajo de Investigación es de absoluta propiedad y responsabilidad de: **Franco Muñoz Ximena Lisset** con C.I # **2400087843** cuyo tema es: **“PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA COSTERA PALMAR – PROVINCIA DE SANTA ELENA”** derechos que renuncio a favor de la Universidad de Guayaquil para que haga uso como a bien convenga.

Guayaquil, Febrero 2018

XIMENA FRANCO MUÑOZ
C.I. 2400087843

Dedicatoria

A mi familia y amigos que siempre me han apoyado en cada decisión, en cada paso donde me han guiado con sus consejos y aliento en los momentos complicados, donde me han enseñado a no rendirme y ser fuerte en cada momento, cada esfuerzo y cada logro es gracias a ellos, para mi madre que jamás me ha dejado sola y es la mejor amiga de toda mi vida un abrazo inmenso a cada uno de ellos.

A la Universidad de Guayaquil que me ha formado profesionalmente enseñándome normas, ética y responsabilidad, a cada uno de los docentes que fueron parte de mis enseñanzas estoy eternamente agradecida por sus consejos y enseñanza.

XIMENA FRANCO MUÑOZ

Agradecimiento

Para todas las personas que han contribuido con la realización de este proyecto, a los dirigentes, tutores que me han guiado con sus excelentes conocimientos y sabiduría, el presente proyecto va dirigido a la comunidad de palmar como aportación de mis conocimientos y mis deseos de brindar lo mejor a la comunidad contribuyendo a las necesidades que presenta y a la estabilidad del balneario que me ha visto crecer, a la Universidad de Guayaquil que me ha inculcado y formado con sus enseñanzas con ética y responsabilidad para aportar y ser una excelente profesional.

XIMENA FRANCO MUÑOZ

“PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COMUNA COSTERA PALMAR – PROVINCIA DE SANTA ELENA”

Autor: Ximena Franco Muñoz

Tutor: Ing. Henry Lavayen, Mae

RESUMEN

El presente trabajo de titulación está dirigido a la comunidad de Palmar ubicado en la Provincia de Santa Elena con la finalidad de crear un plan estratégico que ayude al desarrollo social y sustentable, logrando incrementar la productividad empresarial de este sector en este caso como es el turismo y aprovechar sus recursos naturales de una manera responsable creando estrategias y eliminando aquellos factores que no permiten que la comuna tenga una estabilidad económica, a la vez incentivar a los habitantes que deseen formar parte de este desarrollo capacitándolos para que se encuentren preparados y puedan aportar ideas innovadores que beneficien a la comunidad, con la creación del plan estratégico se podrá obtener un sistema innovador que permitirá a los dirigentes de la comuna Palmar dirigir de una manera responsable y actualizada y puedan cumplir paso a paso con las necesidades y requerimientos que tiene la comuna, logrando ser potencial turístico favoreciendo a la Provincia de Santa Elena y al país.

Palabras Claves: Desarrollo, plan estratégico, estabilidad, turismo, emprendimiento.

**“STRATEGIC PLAN FOR TOURISM DEVELOPMENT FOR THE
COMMUNE COASTAL PALMAR – PROVINCE OF SANTA ELENA”**

Author: Ximena Franco Muñoz

Advisor: Ing. Henry Lavayen, Mae

Abstract

The present titling work is directed to the community of Palmar located in the Province of Santa Elena with the purpose of creating a strategic plan that helps social and sustainable development, achieving to increase the business productivity of this sector in this case as is tourism and take advantage of their natural resources in a responsible way creating strategies and eliminating those factors that do not allow the commune to have an economic stability, at the same time encouraging the inhabitants who wish to be part of this development by training them to be prepared and able to contribute ideas innovators that benefit the community, with the creation of the strategic plan you can obtain an innovative system that will allow the leaders of the community to lead Palmar in a responsible and up-to-date manner and can meet step by step with the needs and requirements of the commune , managing to be a tourist potential favoring the Province of Santa Elena and the country.

Keywords: Development, strategic plan, stability, tourism, entrepreneurship.

Tabla de Contenidos

Introducción	1
Capítulo 1.....	3
1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.2. Formulación del Problema	4
1.3. Sistematización del Problema	4
1.4. Árbol de problema.....	5
1.5. Árbol de objetivos	5
1.6. Objetivo General	6
1.7. Objetivo Especifico.....	6
1.8. Justificación.....	6
1.9. Delimitación.....	7
1.10. Hipótesis.....	7
1.10.1. Variable dependiente.....	7
1.10.2. Variable Independiente.	7
Capítulo 2.....	8
2.1. Antecedentes de la investigación	8
2.1.1. Datos de los proyectos de investigación.	8
2.2. Marco teórico	11
2.2.1. Plan.....	11
2.2.2. Características del plan.	11
2.2.3. Importancia del plan.....	12

2.2.4. Elementos del plan.	12
2.2.5. Planificación.....	13
2.2.6. Estrategia.....	14
2.2.7. Plan estratégico.	14
2.2.8. El proceso de planeación estratégica formal.	16
2.2.9. Objetivo estratégico.	18
2.2.10. Desarrollo.....	19
2.2.11. Administración.....	19
2.2.12. Proceso Administrativo.....	20
2.2.13. Administración estratégica.....	20
2.2.14. Emprendedor	20
2.2.15. Turismo.	22
2.2.16. Planificación como herramienta de desarrollo turístico.....	24
2.3. Marco legal.....	25
2.3.1. Ley del turismo en Ecuador.	25
2.3.2. Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización (COOTAD)	25
2.3.3. Plan nacional del buen vivir.....	26
Capítulo 3.....	28
3.1. Diseño de la investigación	28
3.2. Tipo de investigación	28
3.2.1. Investigación documental.....	29

3.2.2. Investigación descriptiva.....	29
3.2.3. Investigación explicativa.....	30
3.3. Técnicas e instrumentos de investigación.....	30
3.4. Población y muestra	31
3.4.1. Población.....	31
3.4.2. Muestra.....	31
3.5. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados.....	33
3.5.1. Análisis de la encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Palmar...33	
3.5.2. Análisis de la encuesta realizada a los turistas que visitan la Provincia de Santa Elena.....	51
Capítulo 4.....	67
4.1. Propuesta del Proyecto	67
4.2. Matriz de marco lógico	68
4.3. Planificación: Diagnóstico de la situación actual y futuro deseado	69
4.2.1. Actividad del componente uno	70
4.4. Elaboración de Estrategias	71
4.3.1. Actividades estratégicas del componente número dos.....	71
4.3.2. Actividades estratégicas del componente número tres.....	76
4.3.3. Actividad estratégica del componente número cuatro	84
Conclusión	86
Recomendación	87
Referencia	88

Anexos	1
6.1.....	1
Anexo A	1
Anexo B	1
Anexo C	1
Anexo D	1
Anexo E.....	1
Anexo F	1
Anexo G	1
Anexo H	1

Índice de Tablas

Tabla 1. Datos de los proyectos de investigación	8
Tabla 2. Género de población	33
Tabla 3. Edad de población.....	34
Tabla 4. Nivel de instrucción de población.....	34
Tabla 5 Actividad laboral de población	35
Tabla 6. Turismo alternativa de desarrollo para la comuna	37
Tabla 7. Actividad turística de la comuna.....	38
Tabla 8. Factores que impiden el desarrollo turístico	39
Tabla 9. Servicios turísticos que ofrece la comuna.....	40
Tabla 10. Capacitación a la población para el desarrollo.....	41
Tabla 11. Estrategias que ayuden al emprendimiento.....	42
Tabla 12. Creación de proyectos que regulen la actividad turística.....	43
Tabla 13. Diversificación, innovación y promoción de la comuna.....	43
Tabla 14. Mejoramiento de la comunidad.....	44
Tabla 15. Tipos de atractivos turísticos en la comuna	46
Tabla 16. Importancia del desarrollo turístico en la comuna	47
Tabla 17. Oportunidad de trabajo en la comunidad	48
Tabla 18. Iniciativa de emprender.....	48
Tabla 19. Factores que impiden emprender	49
Tabla 20. Género de turistas.....	51
Tabla 21. Edad de turistas	52
Tabla 22. Lugar de procedencia turística	53
Tabla 23. Visitas en la Provincia de Santa Elena.....	54
Tabla 24. Visitantes turísticos	55

Tabla 25. Cantidad de turistas	56
Tabla 26. Motivo de visita a la Provincia	57
Tabla 27 Lugares que visitan frecuentemente.....	58
Tabla 28. Conocimiento de la comuna por parte de los turistas	59
Tabla 29. Frecuencia de las visitas.....	60
Tabla 30. Medios de promoción de la comuna	61
Tabla 31. Atractivos turísticos de la comuna	62
Tabla 32. Calificación de la estancia.....	63
Tabla 33. Calificación de los servicios de la comunidad	64
Tabla 34. Calidad de los servicios de la comunidad	65
Tabla 35. Opinión de los turistas	65
Tabla 36. Diversificación e innovación de la comuna	66

Índice de Figura

Figura 1. Árbol de problema	5
Figura 2. Árbol de objetivos	5
<i>Figura 3. Característica del plan</i>	11
Figura 4. Planificación	13
Figura 5. Fases de elaboración de un plan estratégico	15
Figura 6. El proceso de planeación estratégica formal	16
Figura 7. Secuencia de desarrollo de un producto turístico	23
Figura 8. Género de población	33
Figura 9. Edad de población	34
Figura 10. Nivel de instrucción de población	35
Figura 11. Actividad laboral de población	36
Figura 12. Turismo alternativa de desarrollo para la comuna.....	37
Figura 13. Actividad turística de la comuna	38
Figura 14. Factores que impiden el desarrollo turístico	39
Figura 15. Servicios turísticos que ofrece la comuna	40
Figura 16. Capacitación a la población para el desarrollo	41
Figura 17. Estrategias que ayuden al emprendimiento	42
Figura 18. Creación de proyectos que regulen la actividad turística	43
Figura 19. Diversificación, innovación y promoción de la comuna	44
Figura 20. Mejoramiento de la comunidad	45
Figura 21. Tipos de atractivos turísticos en la comuna.....	46
Figura 22. Importancia del desarrollo turístico en la comuna.....	47
Figura 23. Oportunidad de trabajo en la comunidad.....	48

Figura 24. Iniciativa de emprender	49
Figura 25. Factores que impiden emprender.....	50
Figura 26. Género de turistas	51
Figura 27. Edad de turistas.....	52
Figura 28. Lugar de procedencia turística.....	53
Figura 29. Visitas en la Provincia de Santa Elena	54
Figura 30. Visitantes turísticos.....	55
Figura 31. Cantidad de turistas.....	56
Figura 32. Motivo de visita a la Provincia	57
Figura 33. Lugares que visitan frecuentemente	58
Figura 34. Conocimiento de la comuna por parte de los turistas	59
Figura 35. Frecuencia de las visitas	60
Figura 36. Medios de promoción de la comuna.....	61
Figura 37. Atractivos turísticos de la comuna.....	62
Figura 38. Calificación de la estancia	63
Figura 39. Calificación de los servicios de la comunidad.....	64
Figura 40. Calidad de los servicios de la comunidad.....	65
Figura 41. Opinión de los turistas	66
Figura 42. Diversificación e innovación de la comuna.....	67
Figura 43. Diagnóstico de la situación actual y futuro deseado.....	70
Figura 44. Misión, visión y valores para la Comuna Palmar.	70
Figura 45. Análisis interno y análisis externo	71
Figura 46. Cronograma de Capacitación.....	73
Figura 47. Monto de la Capacitación	73
Figura 48. Casa comunal de Palmar.....	74

Figura 49. Costo de Equipo de Oficina	74
Figura 50. Diseño del centro de información	75
Figura 51. Diseño del centro de información	75
Figura 52. Diseño del centro de información	75
Figura 53. Diseño del centro de información	76
Figura 54. Detalle del estado del Malecón de Palmar	77
Figura 55. Estado actual del malecón de Palmar.	77
Figura 56. Vista central de la parte sur del malecón.	78
Figura 57. Vista frontal hacia el retén de la marina.	78
Figura 58. Creación de centros recreativos en espacios libres.....	79
Figura 59. Vista aérea del malecón.	79
Figura 60. Estado de la playa de Palmar.	80
Figura 61. Rompe olas ubicado en el sector sur.....	80
Figura 62. Vista frontal y vista interna del rompe olas.	80
Figura 63. Vista aérea del rompe olas	81

Introducción

En diferentes regiones el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes debido a que en el transcurso de este tiempo ha existido un crecimiento y una diversificación en este sector. Por tal motivo el turismo es uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo e incluso en algunos países iguala o supera las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. Organización Mundial del Turismo OMT (2016).

Se entiende como turismo todas aquellas actividades donde las personas puedan disfrutar o conocer de diferentes regiones o espacios ya sea turismo cultural, de aventura, de entretenimiento o de relajación. (Importancia, 2016) Ecuador cuenta con una diversificación cultural para ofrecer a todos los turistas nacionales y extranjeros por tal motivo el turismo se convirtió en una prioridad nacional para el desarrollo social y económico del país. Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica (2015).

Y debido al crecimiento que se está presentando en el sector turístico a nivel global, Ecuador cuenta con el plan de campaña promocional llamado All You Need Is Ecuador donde promociona diferentes regiones del país. Dando así una oportunidad a las 24 provincias del Ecuador que puedan mejorar su economía e incrementar las actividades turísticas en cada sector. Con el siguiente proyecto de investigación conoceremos unos de los sectores costeros del Ecuador, donde podremos estudiar cómo se encuentra económicamente y que tan factible es la actividad turística en este sitio. Evelyn Tapia (2015).

La comuna Palmar llamada antiguamente “Estero de Balza” fue fundada hace 79 años, el 22 de Febrero de 1938 mediante un acuerdo ministerial, con una población de 6.225 habitantes aproximadamente. Desde hace varios años Palmar es el puerto de la Parroquia Colonche que está ubicada en la zona norte de la Provincia de Santa Elena más conocido como la Ruta del Spondylus. Su gente está dedicada el 80% a la pesca artesanal y el restante

a varias actividades entre ellas el turismo. (Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Colonche, 2015).

El presente trabajo de investigación se basa en las diferentes necesidades que presenta este sector costero de la provincia de Santa Elena debido a que no cuentan con una asesoría o capacitación adecuada que ayuden al crecimiento turístico de este sector. De acuerdo a las entrevistas realizada a la respectiva directiva de la comuna y encuestas realizadas a los viajeros potenciales se busca realizar el respectivo estudio de las causas y efectos que provocan la falta de capacitación, emprendimiento y la necesidad fundamental de implementar un correcto plan estratégico para el desarrollo turístico. El turismo es uno de los principales ingresos económicos en diferentes sectores del país, llegando a posicionarse en la tercera fuente de ingresos no petroleros según los datos correspondientes del Ministerio de Turismo del Ecuador en el año 2016. (Invest Ecuador Tourism, 2016).

En la actualidad también se conoce que diferentes organizaciones o instituciones que han diseñado un adecuado plan estratégico en el sector turístico, están utilizando nuevas herramientas y una de ellas es el marketing de esta manera se puede captar la atención de los turistas. Por tal motivo es importante que se dé a conocer y dar soluciones estratégicas para que los habitantes de este sector puedan impulsar, aprovechar e incrementar su producción con innovación y creatividad. Con la siguiente investigación se darán soluciones a este caso en particular para así ofrecer a esta comuna todas las herramientas de marketing disponibles con el fin de incrementar el turismo generando mayor empleo y un desarrollo económico.

Capítulo 1

1.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad el sector turístico se ha convertido en una pieza fundamental e importante para el crecimiento económico en la sociedad, pero lamentablemente aún existen factores que impiden el desarrollo turístico en algunos lugares del país, la comuna Palmar es uno de los balnearios de la provincia de Santa Elena que se encuentra en el sector norte conocido también como la Ruta del Spondylus, está rodeada por otros balnearios aledaños como es la comuna Jambeli y la comuna Ayangue. El balneario se encuentra dividido en 11 barrios llamados: Santa Rita, Santa Verónica, Santa María, Las Mercedes, Los Esteros, Las Conchas, Cristo del Consuelo, Pablo María, 16 de Julio, Cruce de Palmar y Pueblo Nuevo.

Palmar cuenta con diferentes atractivos para ofrecer a sus visitantes como es la playa que en un extremo posee un manglar y en el otro un rompe olas con una estructura parecida a una piscina, este balneario está rodeado por dos cerros en el sector norte se encuentra el cerro Hangahuel y en el sector sur el cerro llamado María Guale, donde se encuentra el Santuario Nuestra Señora de Fátima, que cuenta con una vista de todo el balneario y de sus alrededores que lastimosamente siendo este un lugar con diferentes atracciones no es muy conocido y visitado como los otros balnearios que quedan cerca a este sector, que sí tienen un nivel alto de visitas en el cual ayuda al desarrollo de aquellos balnearios.

El balneario posee una variedad de actividades entre ellas está la pesca y la artesanía pero porque no se han obtenido buenos resultados de estos factores, la mala explotación de sus recursos impide que cada organización como el sector pesquero o turístico no perciban un resultado positivo provocando que exista un porcentaje de trabajadores informales en la comunidad. Las causas que podrían estar provocando estos problemas para el balneario serían:

- Escasez de gestión administrativa por parte de los dirigentes

- La falta de grupos u organizaciones para mejorar el sector.
- La falta de capacitación a los habitantes del sector.
- La poca promoción del balneario

Estos puntos hacen que la comuna obtenga efectos negativos para sus habitantes ya que sin un plan estratégico bien establecido y elaborado no tendrá claro hacia qué dirección ir o qué decisión tomar en estos casos que impulsen al emprendimiento.

1.2. Formulación del Problema

¿De qué manera incide la falta de un plan estratégico para el desarrollo turístico de la comuna costera Palmar en la Provincia de Santa Elena?

1.3. Sistematización del Problema

¿Las técnicas que se utilizan en el caso resuelven las necesidades del proyecto de investigación?

¿Cuáles son las condiciones de la comuna Palmar para el desarrollo del turismo comunitario?

¿El Plan de desarrollo Turístico establecerá estrategias que ayuden al desarrollo económico, cultural y social de ésta comunidad?

¿De qué forma ayudará este trabajo al desarrollo o crecimiento económico de la comuna?

¿Cómo beneficiaría elaborar el plan estratégico de desarrollo turístico?

1.4. Árbol de problema

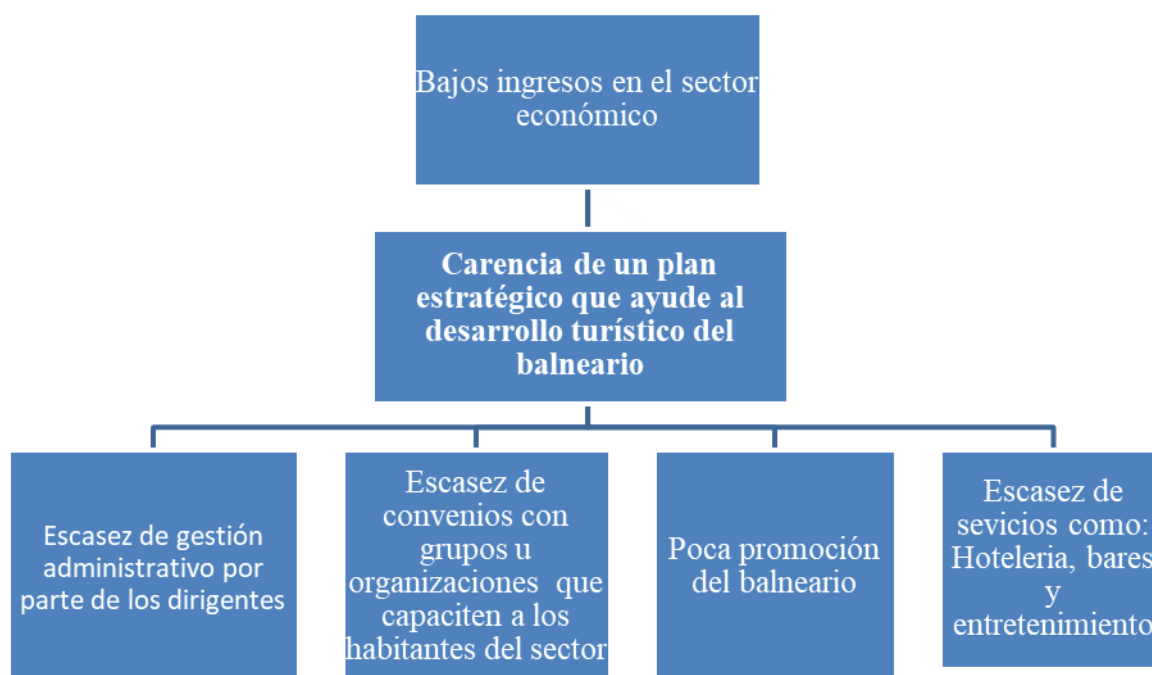


Figura 1. Árbol de problema
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

1.5. Árbol de objetivos

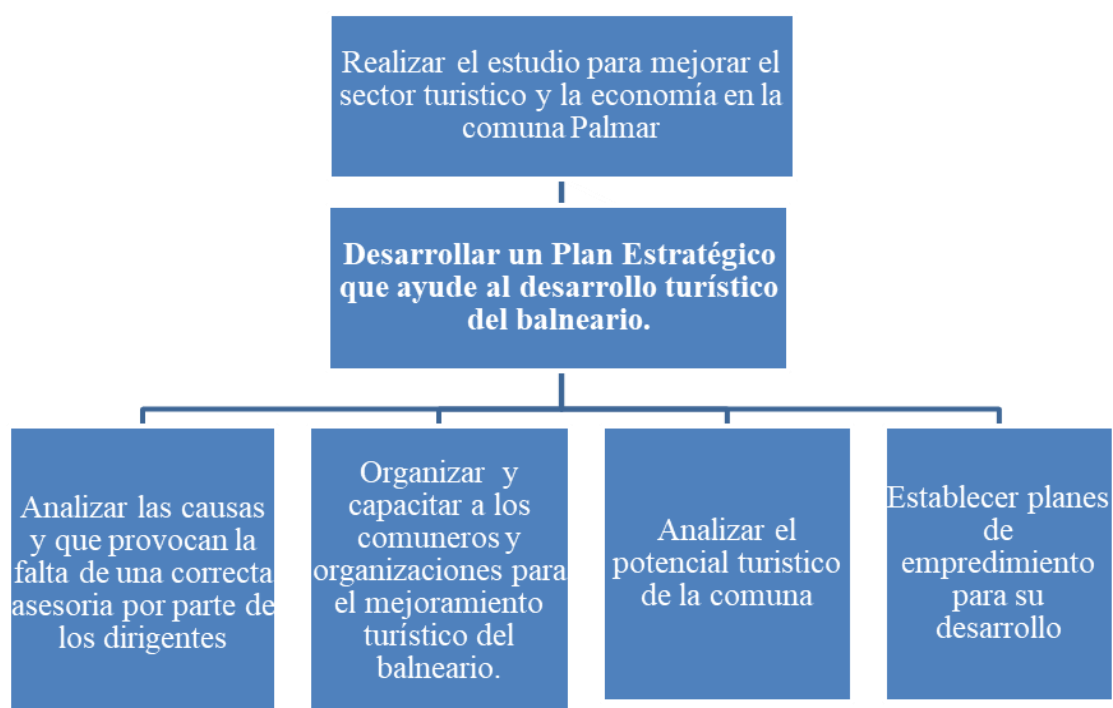


Figura 2. Árbol de objetivos
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

1.6. Objetivo General

Desarrollar un Plan Estratégico para el desarrollo Turístico en la comuna Palmar con la finalidad de aumentar el emprendimiento.

1.7. Objetivo Especifico

- Analizar el nivel en participación de comuneros y organizaciones para el mejoramiento turístico del balneario.
- Analizar las causas que provocan la falta de una correcta asesoría por parte de los dirigentes y organizaciones
- Establecer planes de emprendimiento para el desarrollo económico.
- Disminuir los escasos de empleo y trabajo informal.

1.8. Justificación

En los últimos años Ecuador se ha enfocado a incrementar el turismo en diferentes sectores que cuenta con diversas actividades culturales que atrae a una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros. De acuerdo a los datos del Ministerio de Turismo el sector turístico es uno de los principales ingresos que ayudan a tener un incremento y desarrollo económico al país, sin embargo se conoce que existen diferentes sectores del Ecuador que no cuentan con un plan estratégico que permitan el desarrollo turístico, por lo tanto estos factores impiden que exista más emprendimiento e innovación causando la falta de empleo en la población.

Por esta razón el plan nacional del buen vivir busca fortalecer todas aquellas actividades rurales, como la artesanía, la pequeña industria y el turismo ya que es un componente esencial para fortalecer la economía campesina. La estrategia territorial nacional establecerá criterios, directrices que serán de guías para las actividades económicas junto con la protección y la conservación del patrimonio natural y cultural ofreciendo de esta manera un servicio al público de calidad. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017)

El balneario Palmar ubicado en la zona norte de la ruta del spondylus cuenta con diferentes encantos para ofrecer a los turistas pero debido a la falta de asesoría no se ha podido establecer un plan con estrategias claves que permitan que este sector impulse al emprendimiento y puedan aprovechar estos recursos de una manera correcta y adecuada. Por tal motivo el presente proyecto de investigación busca obtener un sistema estratégico e innovador para la Comuna Palmar que ayude al desarrollo y emprendimiento mejorando la calidad de vida de los habitantes del balneario logrando así incrementar el sector turístico, económico y social.

1.9. Delimitación

El presente trabajo de investigación está enfocado únicamente en el sector turístico de la comuna Palmar Provincia de Santa Elena en el año 2017 donde se analizará las respectivas causas y consecuencias de la falta de un plan estratégico de marketing turístico que afecta al desarrollo económico y social, en la cual tiene como alcance buscar soluciones y estrategias para que así los habitantes de este sector puedan adquirir los conocimientos necesarios con la finalidad de que puedan emprender y tener un incremento económico en esta localidad.

1.10. Hipótesis

Con la elaboración de un Plan Estratégico de desarrollo turístico para la comuna Palmar - Provincia de Santa Elena se tendrá un incremento económico en el sector turístico en la cual ayudará a que los habitantes de este balneario puedan emprender.

1.10.1. Variable dependiente.

Incremento económico en el sector turístico

1.10.2. Variable Independiente.

Plan Estratégico de desarrollo turístico para la comuna Palmar - Provincia de Santa Elena.

Capítulo 2

2.1. Antecedentes de la investigación

De acuerdo con las investigaciones realizadas se ha encontrado algunos proyectos referentes al tema turístico o económico-social, que servirán de base para conocer aquellos puntos que se han tratado con el fin de mejorar el servicio turístico en el balneario Palmar, con estos temas desarrollados se podrá tener una mayor información acerca de los estudios realizados en este sector por parte de los autores, datos que son esenciales para el desarrollo de este proyecto.

2.1.1. Datos de los proyectos de investigación.

Tabla 1. Datos de los proyectos de investigación

Universidad	Tema	Autor/a	Año	Objetivo
Universidad Estatal Península de Santa Elena (Suarez, 2014)	Plan de marketing turístico para la comuna Palmar, Cantón y Provincia de Santa Elena	Cristhian Arturo del Pezo Suárez	2014	Evaluar la incidencia de la promoción y publicidad en la difusión de los atractivos turísticos mediante un estudio a los Comuneros y Turistas para la elaboración de un Plan de marketing Turístico de la Comuna Palmar.
Universidad Estatal Península de Santa Elena (Rosales, 2014)	Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la Comunidad de Palmar, Provincia de Santa Elena	Ingerboth Marilyn Tomalá Rosales	2014	Determinar la influencia de la planificación en la competitividad de la comuna como destino turístico, mediante un estudio que involucre a todos sus actores, para el diseño de un plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna Palmar.
Universidad Estatal Península de Santa Elena (Hermenejildo, 2015)	Diseño de un producto turístico vivencial basado en la pesca artesanal, para la Comuna Palmar, como alternativa de desarrollo turístico local a partir del 2016	Faustino Adalberto Tomalá Hermenejildo	2015	Fomentar el emprendimiento turístico a partir del aprovechamiento de recursos marinos en la definición y diseño de un producto de turismo vivencial basado en la pesca artesanal logrando argumentar una alternativa aplicable que pueda aportar al fortalecimiento turístico de la comunidad de Palmar.

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

De acuerdo con el estudio de cada proyecto se ha podido observar aquellas causas que de una u otra manera han impedido que el sector turístico tenga un mejor desarrollo en este sector, durante los últimos años se ha tratado de mejorar el servicio turístico aprovechando cada recurso de manera responsable, en la actualidad con las investigación realizadas se ha podido observar que si ha existido pequeños cambios favorables para el balneario, debido a que ha mejorado un poco la infraestructura del lugar como es el malecón o las carreteras aspecto que es favorable para los habitantes, pero está claro que aún existen falencias por resolver.

Cada proyecto dedicado al mejoramiento del balneario Palmar ha tenido como objetivo fomentar el emprendimiento a base del turismo ya que en años anteriores ha existido un porcentaje muy bajo de emprendimiento, también ha buscado mejorar la promoción o publicidad de este sector para que sea más conocido nacional e internacionalmente aprovechando que Ecuador ha estado trabajando en los últimos años en un proyecto llamado “Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador” propuesta que está a cargo por el Ministerio de Turismo y siendo ejecutada por la empresa Tourism & Leisure Advisory Services en donde nos indica que Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega biodiversidad, factor que es muy importante para el desarrollo económico del País. Tourism & Leisure - Europraxis (2007-2020)

En la cual busca consolidar el turismo como herramienta eficaz para el desarrollo y rentabilidad social del país generando más oportunidades de empleo en las comunidades, la creación del Plan es para que sirva como una guía detallada de las actividades de marketing ya que todo plan es sujeto de mejora continua a los cambios que se dan en el entorno, por esta razón es preciso concienciar acerca de la importancia de monitorear el desempeño de todo plan y renovarlo periódicamente. Tourism & Leisure – Europraxis (2013)

En los documentos revisados en la investigación se ha encontrado un artículo muy interesante que habla sobre la importancia que tiene el emprendimiento para el desarrollo económico como beneficio en la sociedad, donde indica que a mayor sea la dedicación de las organizaciones junto al estado en incentivar al conocimiento productivo de los sectores naturales y culturales en este caso como es el turismo, mayor será el incremento de proyectos que ayuden al fortalecimiento económico donde juntos con los sectores públicos y privados busquen estrategias para las creaciones de nuevas empresas en el mercado. Harold Oyarvide Ramírez (2016)

También indica que el turismo se ha convertido en un factor fundamental para la economía mundial ya que ha tenido un proceso de innovación alrededor del mundo cambiando la matriz productiva del país y de esa manera posicionándose en unos de los sectores con mayores ingresos, el estado ecuatoriano apoya a aquellos ciudadanos que elaboran proyectos para beneficio del país ya que de esa manera se busca mejorar poco a poco aquellos sectores que necesiten de un nuevo plan de trabajo con el proceso de adquirir nuevos inversionistas nacionales y extranjeros con el objetivo de disminuir el porcentaje de desigualdad socioeconómica en algunos sectores del país. Harold Oyarvide Ramírez (2016a)

Son muchos los beneficios de promover el desarrollo integral como nos indican el turismo rural promueve el desarrollo integral para las comunidades y mitiga la pobreza, las desigualdades, evita la migración de los pobladores, fomenta la distribución justa de los ingresos y contribuye a la conservación del medio ambiente. Estos puntos son claves para incentivar a los ciudadanos u organizaciones en poner en marcha aquellas ideas de emprendimiento que aporten a la sociedad fortaleciendo al sector turístico y la economía del país. Harold Oyarvide Ramírez (2016b)

2.2. Marco teórico

2.2.1. Plan.

Se refiere a establecer previamente objetivos o puntos que se quiere llevar a cabo en un tiempo determinado, en la cual se elabora determinadamente aquellos puntos importantes antes de realizar una acción, un plan en una empresa u organización necesita tener claro lo que quiere conseguir es por esa razón que se realiza un estudio para encontrar la forma de conseguir sus objetivos por medio de acciones su finalidad o función es servir de guía donde las organizaciones podrán seguir un orden con las actividades del proyecto. Rivas García

2.2.2. Características del plan.

Las características del plan describen como tiene que ser elaborado de una manera original con planes específicos para que de esta manera pueda ser ejecutada por los directivos de la dirección radicando eficiencia por parte de los directivos con una buena elaboración del plan se podrá reducir los riesgos gracias al estudio previo que permiten tener tácticas en las actividades internas y externa de la organización. Cristhian Arturo del Pezo (2014)



Figura 3. Característica del plan

Fuente: Alfredo Ossorio

Elaborado: Ximena Franco Muñoz

2.2.3. Importancia del plan.

Todas aquellas organizaciones que utilicen de una manera eficaz la planeación tendrán resultados positivos con el esfuerzo dado en cada fase que permitirá alcanzar el éxito debido a que es muy importante para poder tener un mejor control de las acciones y la ejecución de cada idea permitiendo así tener un modelo de trabajo adecuado para la organización. Cristhian Arturo del Pezo (2014a)

2.2.4. Elementos del plan.

Cuando se elabora un proyecto es muy importante diseñar un buen plan para evitar cualquier imprevisto o si da el caso estar preparado para los posibles inconvenientes que incumplen con los objetivos en el transcurso del proyecto estos son algunos elementos para tener un buen plan elaborado. Emily Bonnie (2015)

- Esquema de justificación comercial necesidades de las partes interesadas: conocer cómo se adaptarán los directivos al proyecto y que es lo que esperan de ello.
- Lista de requisitos y objetivos del proyecto: Se analiza todas las necesidades por parte de los interesados para luego satisfacerla, por ejemplo los objetivos y características para poder tener éxito con el proyecto.
- Declaración de objetivos y condiciones del proyecto: Se establecer y se da a conocer todos los detalles del proyecto al equipo para de esta manera reducir o prevenir algún malentendido en la organización.
- Lista de productos finales y fechas de entregas aproximadas: Hay que tener claro la clase de servicio o producto que se necesita ofrecer y para cuando.
- Calendario de proyecto detallado: Es recomendable diseñar un diagrama con todas las tareas para programar las asignaciones dentro de la organización para brindar un mejor servicio.
- Evaluación de riesgos y plan de gestión: Es muy importante identificar aquellas oportunidades o amenazas que se presenten en el plan y realizar un plan de acción y de esa manera estar preparado.

- Funciones y responsabilidades definidas: No es recomendable recargar de responsabilidades a los miembros del proyecto, es esencial que el equipo tenga responsabilidades definidas para no exceder en sus labores.
- Asignación de recursos: Los directivos del proyecto tienen que tener listo cada material, presupuesto tiempo que se llevara en el proyecto.
- Plan de control de calidad: Los directivos se encargaran de evaluar periódicamente la calidad de servicio o producto que se ofrece para garantizar la satisfacción del usuario.
- Plan de comunicación: Los directivos deberán definir un tiempo y frecuencia para poder comunicarse con los interesados del proyecto y con todo el equipo para poder dar informes y tomar decisiones adecuadas y tener la respectiva aprobación. Emily Bonnie (2015)

2.2.5. Planificación.

La planificación es fundamental para tomar decisiones de un modo seguro de manera que se establece las directrices y estrategias adecuadas que sirve para disminuir las dudas o las incertidumbres mediante un análisis tanto interno y externo brindando seguridad dentro de la organización, este proceso es muy importante para tomar decisiones correctas para poder llegar a los objetivos deseados para el beneficio de la organización. Guía de la Calidad (2017)

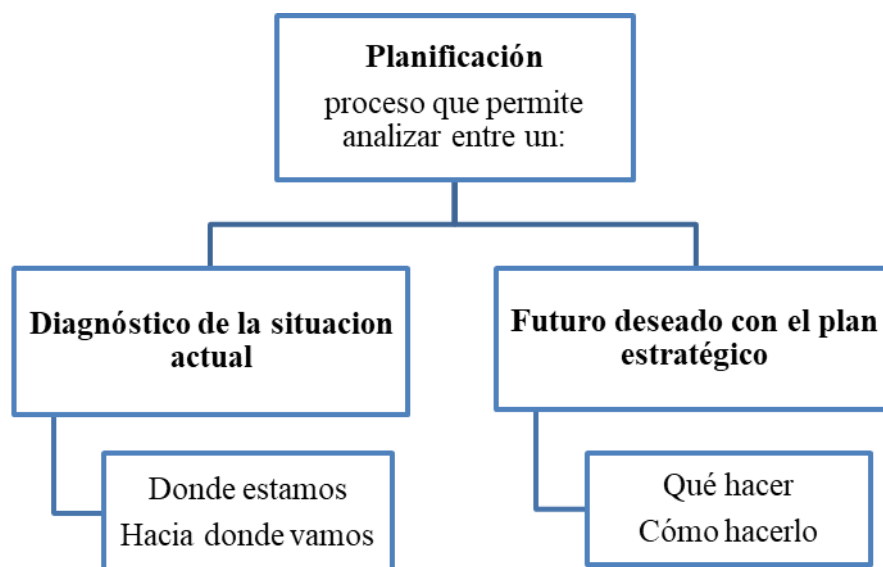


Figura 4. Planificación

Fuente: Universidad Salesiana de Bolivia

Elaborado: Ximena Franco Muñoz

2.2.6. Estrategia.

Se considera como el don de poder identificar tácticas que serán puntos claves y favorables para que las organizaciones puedan alcanzar los objetivos propuestos en un tiempo determinado, cumpliendo con todas las etapas diseñadas de esa manera tener un mejor control de las decisiones que se toman para las organizaciones; es muy importante poder formular estrategias adecuadas donde sirven para la recolección de diferentes ideas con el propósito de tener un camino correcto logrando una ventaja competitiva para la empresa tratando de no cometer errores ya que el desarrollo de la misma es un factor indispensable para el éxito.

Adolfo Rodríguez Santoyo (2014)

2.2.7. Plan estratégico.

Plan estratégico es una herramienta que demuestra el posicionamiento actual y futuro de la organización donde se desarrolla y mantiene un ajuste de manera estratégica entre los objetivos de la organización, analizando el ambiente competitivo externo e interno de esta manera se podrá identificar aquellas oportunidades y amenazas seleccionando todas las estrategias que fortalezcan a la organización de esa manera lograr cumplir con su misión y alcanzar su propia visión e imagen futura, entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, aunque éste futuro sea imprevisible. Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones (2012)

2.2.7.1. Característica de la planificación estratégica.

Cuando se demuestra que la planificación es muy útil para la empresa ya que permite tener ventajas competitivas y sostenibles que lleven al éxito se podrá retomar las siguientes características de la planificación estratégica definidas por Johnson y Scholes (Citado por Altair, 2012)

- Promocionar medios estructurados para análisis y reflexión acerca de problemas estratégicos complejos de esta manera se obliga a los directivos a preguntar y cuestionar lo que consideren de gran importancia para la empresa.
- Establecer metas que sean a corto o mediano plazo.
- Se puede utilizar como una herramienta de control para tener un control y poder revisar periódicamente los progresos comparando que se vaya cumpliendo con los objetivos planteados.
- Identifica todas las posibles oportunidades de una manera clara y concisa.
- Es muy importante para tener una visión a largo plazo, mucho mejor de la que se tendría si no existiera la planificación.

2.2.7.2. Fases de elaboración de un plan estratégico.

Para la elaboración del plan se podrá distinguir tres etapas que son fundamentales

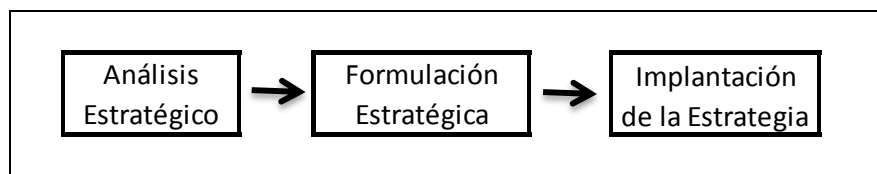


Figura 5. Fases de elaboración de un plan estratégico

Fuente: (Altair, 2012)

Elaborado por: Ximena Franco M.

2.2.7.3. Análisis estratégico.

Es considerado como el punto inicial del trabajo previo con el fin de formular implantar eficazmente las estrategias para ello se considera realizar un análisis interno y externo del proceso, objetivo, visión, misión de la empresa. Altair (2012).

2.2.7.4. La formulación estratégica.

Se desarrolla por varios niveles en las cuales son las estrategias corporativas que se dedica a los asuntos de la cartera de negocios de la empresa, la estrategia competitiva donde las empresas se esfuerzan por desarrollar bases para lograr ventajas que ayuden al liderazgo y

la estrategia operativa donde una empresa con diferentes funciones se encarga de analizar cada una de sus funciones y actividades que den un aporte de una ventaja competitiva depende de la capacidad de la empresa para poder desarrollar. Altair (2012).

2.2.7.5. La implantación estratégica.

Es donde se asegura que la empresa tenga controles adecuados, estratégicos estableciendo medios eficaces para coordinar las actividades como sus proveedores, clientes y socios. Crea diseños eficaces para triunfar ya que deben tener una correcta estructura que vayan ligadas con la estrategia, creando una organización inteligente con ética fomentando el aprendizaje corporativo junto con la creación de nuevas estrategias Altair (2012).

2.2.8. El proceso de planeación estratégica formal.

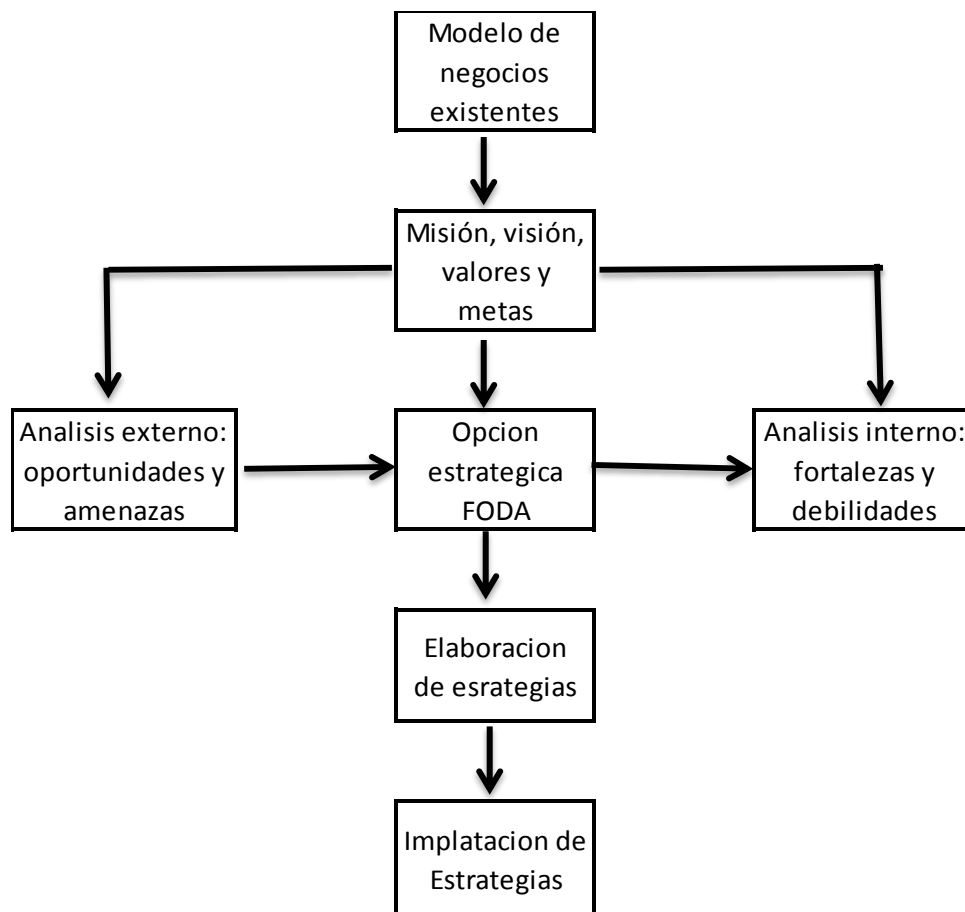


Figura 6. El proceso de planeación estratégica formal

Fuente: (Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones, 2012)

Elaborado por: Ximena Franco M.

2.2.8.1. Declaración de misión y visión.

La declaración de la visión trata en lo que se quiere convertir en un futuro la organización es por esa razón que es importante tener claro la visión como primer paso para elaborar la planeación estratégica ya que junto con la misión identificarán el alcance el propósito que tiene la empresa, conocerá lo que quiere conseguir en su entorno y sabrá cómo mantenerse para lograr sus objetivos. Fred R David (2012)

2.2.8.2. Característica de la visión.

- Es un objetivo general de la empresa ampliamente inspirador en la cual es a largo plazo.
- Proporciona una declaración que es fundamental de los valores y metas de la organización.
- Un líder debe desarrollar e implementar una visión adecuada para la empresa.

2.2.8.3. Característica de la misión.

- Es el propósito de la empresa donde comunica porque la organización es diferente o especial.
- La misión debe cambiar a medida que la competencia vayan cambiando drásticamente o cuando tienen nuevas amenazas y oportunidades

2.2.8.4. Características de las metas.

Las metas son muy importantes e indispensables para poder definir el rumbo que desea la empresa, evaluando periódicamente para corregir cualquier falencia que se pueda presentar en el camino. Guía de la Calidad (2017).

- Debe ser realistas y concretas
- Establecer un tiempo adecuado para poder cumplirlas
- Debe ser medible para contemplar fines medio.

2.2.8.5. Análisis del entorno externo.

El segundo componente del proceso de administración estratégica es el análisis del ambiente operativo externo de la organización, son aspectos relativos que forman la viabilidad del negocio. El propósito fundamental de este análisis es identificar las oportunidades y amenazas estratégicas que existen en el ambiente operativo de la organización que pueden influir en la forma en que se intente alcanzar la misión. Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones (2012)

2.2.8.6. Análisis del entorno interno.

El análisis interno, tercer componente del proceso de planeación estratégica, se concentra en revisar los recursos, la capacidad y las aptitudes de una empresa, puede percibir aquellas oportunidades atractivas que se encuentra en el entorno que son favorables para la empresa, algunos especialistas en el sector turístico creen que para trabajar de una manera eficaz y tener resultados positivos es importante y esencial trabajar bien en equipo. El propósito es detectar las fortalezas y las debilidades de la organización. Por ejemplo, como se describe en estrategia en acción. Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones (2012).

2.2.8.7. Implantación estratégica.

Una vez elegido el conjunto de estrategias congruentes para lograr una ventaja competitiva y aumentar el desempeño, los administradores deben ponerlas en práctica. La implantación estratégica incluye actuar en los niveles de función de negocios y corporativo a fin de implantar un plan estratégico general en toda la organización. Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones (2012)

2.2.9. Objetivo estratégico.

Los objetivos estratégicos son muy importantes debido a que se utilizan para proporcionar aquellas direcciones para que puedan cumplir y llegar hacia sus objetivos más

altos para la empresa, para establecer los objetivos se requiere medir el cumplimiento del objetivo que ayuden llegar hacia la misión y visión de la empresa.

2.2.10. Desarrollo.

Desarrollo es conocido como la evolución que tiene ya sea una situación, individuo u objeto debido al cambio y crecimiento que existe eventualmente a través de un proceso mediante fases que buscan perfeccionar dichos elementos en determinados periodos; por lo tanto de acuerdo al proyecto de investigación se mencionaran tres tipos de desarrollo que son fundamentales para la sociedad como es el desarrollo humano, desarrollo económico y desarrollo sustentable. Rigoberto Solano Salinas (2012)

- *Desarrollo humano:* Se trata del progreso o manera que mejora la calidad de vida de las personas ya sea en el ámbito social, económico o políticos que cubran primeramente las necesidades básicas, para luego complementarla en un ambiente de respeto adquiriendo un nivel de vida decente.
- *Desarrollo económico:* Es considerado como la capacidad que tiene un estado o nación para generar e incrementar la riqueza, con el único fin de dar bienestar a los habitantes de esta manera se pueda contrarrestar la desigualdad promoviendo prosperidad a la comunidad.
- *Desarrollo sustentable:* Permite el uso de los recursos naturales que se encuentra alrededor en el tiempo presente pero con la condición de no causar un daño no reversible y poner en peligro aquellos recursos para las vidas futuras, de esta manera se podrá satisfacer todas las necesidades que se presenten. Rigoberto Solano Salinas (2012)

2.2.11. Administración.

Klisberg (citado por Aguilar, 2013) indica que la administración está encargada de todas las organizaciones de forma exclusiva en la cual estudia el comportamiento de esta, para que rinda de forma eficiente y ordenada. La administración es el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás con base en un profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana.

2.2.12. Proceso Administrativo.

Se conoce como proceso administrativo al conjunto de etapas o fases que lleva a cabo todas las actividades para lograr un objetivo determinado:

Urwick (Citado por Areli Elizama Guzmán, 2013) afirma: “El proceso administrativo comprende las funciones del administrador, estos 7 elementos son: investigación, planeación, coordinación, control, previsión, organización, y comando” en las organizaciones la administración es la principal actividad para marcar una diferencia con una buena planificación, organización, dirección y control.

2.2.13. Administración estratégica.

La administración estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que le permitan a una organización lograr sus objetivos como la misma definición implica, la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, las actividades de investigación y desarrollo, así como los sistemas computarizados de información, para lograr el éxito de la organización la finalidad de la administración estratégica es aprovechar las oportunidades existentes y crear otras nuevas y diferentes para el futuro; en contraste, la planeación a largo plazo busca optimizar para el mañana las tendencias de hoy. Fred R David (2012).

2.2.14. Emprendedor

Es un término para reconocer aquellas personas que buscan o llevan a cabo una idea ya sea creando, innovando e implementando estrategias claves para la creación de un negocio, identificando aquellas oportunidades de mercado tomando riesgos en el trayecto pero si cuenta con una buena organización y utilización de los recursos tendrá un buen funcionamiento, logrando que cada día esa idea transformada en un negocio pueda prosperar innovando día a día. (República, 2014).

Características que pueden acompañar a un emprendedor

- ✓ Es una persona que posee las ganas de aventurarse a realizar algo nuevo dispuesto a tomar decisiones que requieran de esfuerzo y dedicación aprovechando todas las oportunidades que se le presenten.
- ✓ Posee la capacidad de analizar las diferentes situaciones que se presentan en el mercado evitando que de esa manera tengan resultados negativos en el futuro.
- ✓ Es paciente, dedicado, comunicador con todo el equipo de trabajo, ayuda a despejar las dudas o inconvenientes que se puedan presentar en la organización.
- ✓ Es responsable de todas las decisiones que se lleven a cabo, tomando riesgos que pueden causar problemas en el negocio. (Matilde Rataric, Emiliano Caviglia, María Cristina Villa Reyes).

Estos puntos son algunas de las características que identifican a un emprendedor pero que no específicamente están establecidos para todas las personas que deseen emprender por lo tanto se considera emprendedor a todas aquellas personas que deseen y estén dispuestos a enfrentar nuevos riesgos que tengan confianza, creatividad y entusiasmo para la creación de un negocio. También se conoce el termino de emprendedores sociales donde el o los individuos de una organización busca desarrollar o implementar proyectos diseñados para el beneficio social ya sea en una comunidad o ente que busque mejorar la situación económica etc. (República, 2014).

En la actualidad el emprendimiento es una de las primeras opciones que cuentan las personas que buscan tener otro método de sostenibilidad económica y no solo se fijan o se quedan en un lugar determinado al contrario día a día están dispuestos a enfrentarse a nuevos sectores que ayuden a aportar algo nuevo a la sociedad generando diversas funciones en diferentes áreas del mercado. Es por eso que uno de los entes principales y fundamentales que está ayudando y brindando los recursos para llevar a cabo proyectos de emprendimiento ya

sea individual o social es el gobierno debido a que se quiere activar y equilibrar la economía.

En el caso del emprendimiento social se busca innovar o crear nuevas opciones para el bienestar de una sociedad, generando todo tipo de beneficios que ayudan al crecimiento económico. (Matilde Rataric, Emiliano Caviglia, María Cristina Villa Reyes). (Matilde Rataric, Emiliano Caviglia, María Cristina Villa Reyes)

2.2.15. Turismo.

El turismo es el ámbito social, cultural y económico que se relaciona con el desplazamiento de las personas hacia diferentes lugares lejos de su residencia ya sea por placer o por motivos personales aquellas actividades benefician las regiones visitadas por motivo de que genera gasto turístico en la cual existe un incremento económico favorable para aquellos lugares que ofrecen un servicio de calidad a los visitantes ya que entre mayor sea la satisfacción de las personas mayor será el desarrollo económico. En la actualidad el sector turístico para muchos países se ha posicionado en primer lugar como actividad económica generando grandes fuentes de ingreso para la economía popular e incluso grandes industrias están invirtiendo en el sector turístico generando más empleo. (O.M.T).

2.2.15.1. Importancia del turismo.

El turismo es muy importante para la actividad económica y social debido a cada vez el desarrollo en este sector va en aumento por lo que conlleva a generar más construcciones en la infraestructura dando una mejor vista para los futuros visitantes dando más bienestar para la comunidad y también permite que se aprecie el espacio cultural así como las tradiciones, artesanías y todo lo que pueda ofrecer cada región donde pueda compartir e intercambiar experiencias por partes de los visitantes. Importancia (2016).

2.2.15.2. Producto turístico.

Producto turístico es todo aquel conjunto tangible e intangible donde existan atractivos turísticos como recreaciones, centro de relajamiento, parques recreacionales,

infraestructura todo que pueda ofrecer a experiencia turística. Programa de Cooperación al Desarrollo Económico (2014).

2.2.15.3. Secuencia de desarrollo de un producto turístico

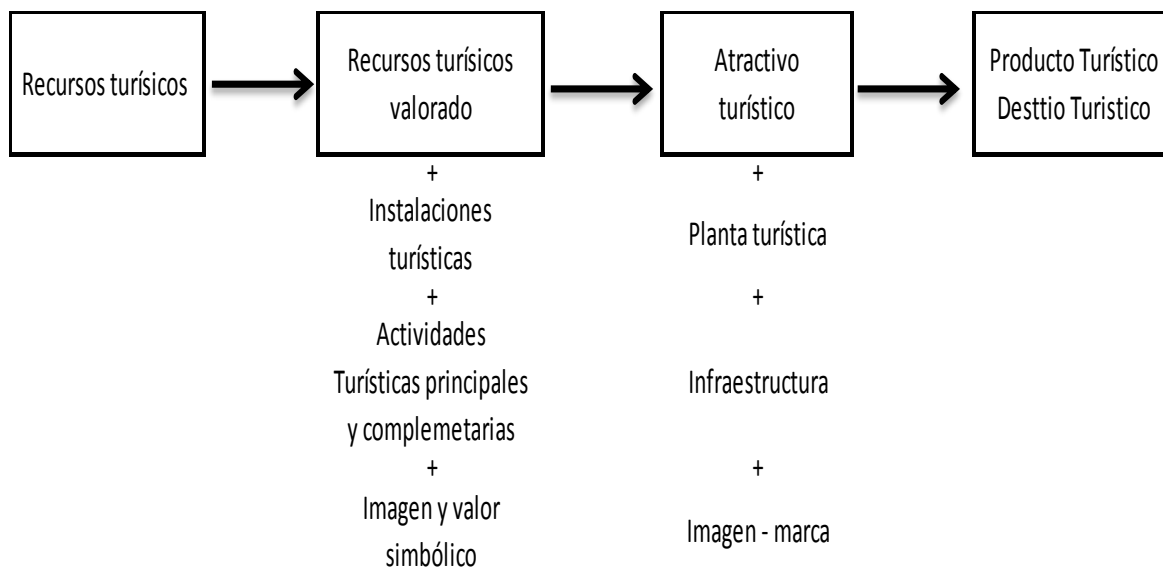


Figura 7. Secuencia de desarrollo de un producto turístico

Fuente: (Programa de Cooperación al Desarrollo Económico, 2014)

Elaborado por: Ximena Franco M.

“De recursos a atractivos”: Un lugar que posee atractivos turísticos no está garantizado que pueda cumplir dicha función siempre y cuando se evalúe debidamente el área para poder incorporar e instalar los equipos necesarios para brindar un buen servicio.

“De atractivo a producto”: Cuando el lugar turístico está muy bien estructurada y equipada físicamente se podrá convertir en un producto turístico bien equipado.

El producto turístico consta de tres componentes principales:

“Experiencial”: Cuando el destino turístico hace participe con aquellas festividades que son tradicionales en la comunidad brindando seguridad y tranquilidad.

“Emocional”: La manera en que los habitantes o los anfitriones de la localidad brinda hospitalidad con calidez y respeto.

“Material”: Son aquellos atractivos turísticos que se encuentra en la localidad así como la infraestructura y plata turística.

2.2.15.4. Tipos de turismo.

Existen algunos tipos de turismo que son:

“Turismo convencional”: es llamado también modelo del sol y playa debido a que cuenta con un producto propio de la población que son de gran escala en el sector.

“Turismo científico”: Se refiere cuando el turista o visitante decide movilizarse a estos sectores con el fin de ampliar sus conocimientos mediante investigaciones que haga el viajero.

“Ecoturismo”: Son aquellos viajeros estudiantes o profesionales que tiene como objetivo cuidar el bienestar social de la comunidad con el fin de conservarla.

“Turismo de aventura”: Es una de las opciones más deseadas por los viajeros debido a que tienen una mayor expectativa del viaje con todos los tabúes que se presente es muy emocionante para el turista.

“Turismo Cultural”: Los turistas realizan el viaje interesados en la cultura de cada región ya que es muy entretenido conocer y aprender las costumbres de los lugares y así llevar su experiencia a otros sitios. Dom Raf (2014)

2.2.15.5. Beneficios del desarrollo turístico.

El beneficio principal del turismo es el empleo directo que se desarrolla a base de los emprendimientos internos que se crean en la zona turística en la cual es el efecto multiplicador debido a que los gastos que hace el turista hacia la comunidad es una inversión para la economía local en la cual genera riquezas. Dom Raf (2014)

2.2.16. Planificación como herramienta de desarrollo turístico

Es una herramienta muy importante debido que es mu aplicada al turismo ya que con u bue plan establecido se tendrá un desarrollo social y económico que beneficia a los

habitantes, es un método para poder optimizar al máximo los recursos internos y externos con el objetivo que el turismo sea una oportunidad para el desarrollo local. Claudia Toselli (2015).

2.3. Marco legal

2.3.1. Ley del turismo en Ecuador.

Los siguientes artículos según la ley 97 del registro oficial de suplemento número 733 respaldan todos aquellos proyectos relacionados con el turismo en el Ecuador por lo tanto se ha considerado aquellos artículos que van relacionados con la elaboración del proyecto. Como nos indica el artículo tres que son principios de la actividad turística aquellas iniciativas de participación ya sean públicas o privadas que deseen fomentar y mejorar aquellos sectores turísticos para la contribución de generar más inversiones y empleos conservando los recursos naturales y culturales de un sector; pero para que estas indicaciones se puedan llevar a cabo hay que cumplir con algunas políticas estatales del sector turístico reconociendo, promoviendo y fomentado el turismo interno dando las debidas capacitaciones a las organizaciones que se encuentren en los sectores turísticos según el artículo cuatro.

El artículo quince indica que los organismos estatales deben elaborar políticas que ayuden a la promoción de los diferentes sectores del país para incrementar las actividades turísticas, planificando estrategias apoyando todas las actividades, proyectos o programas que buscan mejorar el desarrollo de un sector. Ley del Turismo

2.3.2. Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización (COOTAD)

Es el reglamento constitucional aprobado por la Asamblea Nacional con el objetivo que exista igualdad en el desarrollo territorial con una estructura que ayude a la sostenibilidad y participación ciudadana ya sea en las provincias, cantones y parroquias rurales del país a

continuación se revisara algunos estatutos que hacen referencia para la elaboración de este proyecto teniendo como soporte los estatus establecidos en los siguientes artículos de la ley.

En el artículo cuarenta y uno dice las respectivas funciones que deben cumplir los gobiernos autónomos descentralizado provincial las cuales son promover, implementar, elaborar y ejecutar planes de desarrollo sustentable para el buen vivir con sistemas que incentiven a la participación ciudadana con la finalidad de construir obras públicas; por lo tanto junto al artículo cincuenta y cuatro los municipios deben regular y promover las actividades turísticas a sea de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo incrementando un desarrollo económico y solidario.

Al promover las actividades turísticas se fomenta más inversión por parte de empresas privadas ya sean nacionales o extranjeras ocasionando un movimiento económico en los sectores turísticos y artesanos, el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno. Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización

2.3.3. Plan nacional del buen vivir

El Plan Nacional del Buen Vivir es considerado como aquel instrumento legal donde se establece las políticas de todos los programas y proyectos que el estado pone en marcha para beneficio de la ciudadanía en la cual se dictan objetivos claves que resguardan los derechos de niños, jóvenes y adultos con el fin de cumplir todas las metas propuesta obteniendo un desarrollo indispensable para el país, por lo tanto a continuación se harán referencia los puntos que son claves como soporte de este proyecto.

En el eje dos de la economía al servicio de la sociedad para el cambio y desarrollo económico del país se aprobó el proyecto llamado Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva con el fin de fortalecer el sistema productivo donde buscan innovar y cumplir con eficiencia cada objetivo para el desarrollo y fortalecimiento de cadenas

productivas como lo es el turismo, por lo tanto es necesario trabajar en el fortalecimiento de cadenas productivas para potenciar la producción con alta intensidad tecnológica a través del fortalecimiento de la economía social del conocimiento y la generación de ecosistemas de innovación y emprendimiento.

Estos nos indica la importancia de implementar estrategias para mejorar aquellos sectores que se encuentren vulnerables por la falta de una estructura o plan bien organizado en la cual se mantenga de una innovación constante con la finalidad de fortalecer la producción en general para desarrollar las capacidades productivas que está generando trabajo como la artesanía, turismo, servicio de apoyo y comercio, actividades que ayudan a incentivar a la ciudadanía a optar por el emprendimiento aprovechando los recursos naturales responsablemente, acto que es de gran ayuda para la economía del país generando más empleo y beneficiando a la ciudadanía nivelando el sistema económico.

El Gobierno busca cada día que Ecuador se posicione como uno de los países con mayor acogida como destino turístico y poco a poco está logrando abarcar un buen porcentaje de este sector exportando de esta manera bienes y servicio de calidad, pero la clave fundamental para poder lograr cumplir esta meta es el apoyo indispensable que brinda el gobierno hacia los pequeños y grandes productores que buscan fortalecer estos destinos por medio de organizaciones o proyectos que aporten para tener un servicio de excelencia promocionando de esta manera el patrimonio natural y cultural. Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021)

Cada uno de estos artículos establecidos en la ley del turismo, en el código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización y en el plan nacional del buen vivir, conducen a un propósito a una idea en general de lo que se quiere lograr cumplir en un futuro determinado en cada región del país, por lo tanto este proyecto dirigido a la Comuna Palmar busca poder cumplir con aquellos propósitos donde se quiere que los ciudadanos

tengan conocimiento de cómo manejar los recursos que se encuentran a su alcance de esta manera despejar aquellas dudas que impide que los habitantes puedan realizar o llevar a cabo diferentes actividades una de ellas es el emprendimiento que permiten la superación tanto para el balneario como para los habitantes mejorando económicamente aquellos sectores que se encuentran con un nivel de ingreso económico bajo, obteniendo de esta manera más oportunidades de empleo no solo en el sector pesquero que es la actividad con mayor porcentaje de sostenibilidad económica para los habitantes de la comuna sino más bien se busca equilibrar las diversas actividades que ofrece el balneario una de ellas el turismo.

Capítulo 3

3.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del proyecto de investigación se ha considerado el método cuantitativo ya que se realizara un análisis de las causas y efectos de la carencia de un plan estratégico que ayude al desarrollo turístico del balneario, para ello se ha llevado a cabo una investigación de campo en el balneario de la Comuna Palmar donde se observó los aspectos positivos y negativos con los que cuenta la comuna, por lo cual se recolecto datos estadísticos tanto como para los visitantes de este sector para conocer la demanda que ellos requieren de la comuna información que es fundamental e importante como aportación del proyecto, de la misma manera se recolecto datos estadísticos por parte de los habitantes ya que es esencial conocer el nivel de información que ellos tienen acerca de cómo ha sido el crecimiento de la comuna durante los últimos años o cuales son los factores que obstruyen al desarrollo de la comuna por ende se obtendrá los puntos clave para la elaboración del plan dando las debidas soluciones del caso.

3.2. Tipo de investigación

Para el desarrollo del proyecto se ha considerado diferentes tipos de investigación como son:

3.2.1. Investigación documental.

Para la elaboración del proyecto se ha recolectado diversa información indispensable tanto como los datos históricos de la comuna así como las actividades que se dedica el sector, la cultura entre otros, analizando el proceso que ha tenido desde sus inicios hasta el estado actual donde se puede ver las diferentes etapas que ha tenido, conociendo de esa manera las fases de cambio y los puntos que aún faltan por mejorar. De la misma manera se han encontrado documentos relacionado con el tema de investigación donde se ha podido analizar acerca de algunas carencias que aún no han sido resueltas.

“Casares (1995), la investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, entendiendo por éstos todo material al que se puede acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o un acontecimiento.” (Torres, 2010)

3.2.2. Investigación descriptiva.

En el proyecto se ha usado la investigación descriptiva ya que para el proceso de la elaboración del plan se ha detallado aquellas características principales que tiene la comuna dando a conocer la situación y los acontecimientos presentes, describiendo los factores importantes para el diseño estratégico que favorezca a la comuna. Este tipo de investigación es esencial para la creación de nuevos métodos estratégicos que aporten a la comuna Palmar ya que se describe y se estudia aquellos detalles de los sectores u objeto que se desea estudiar. Por lo tanto en la investigación se ha tomado como guía las encuestas y el seguimiento adecuado de los documentos existentes para la creación de un nuevo modelo estratégico que ayude a cumplir en un futuro con los objetivos propuesto de la investigación. (Torres, 2010)

3.2.3. Investigación explicativa.

Se ha considerado la investigación explicativa ya que durante el desarrollo se buscaba encontrar el motivo de las situaciones por la cual presenta la comuna, analizando las variables que ayudaran a conocer cuáles son las causas y efectos que conlleva a la falta de un diseño o la reestructuración de nuevos métodos que conllevan a la innovación y actualización de datos para conocer el mercado que se encuentra alrededor de esa manera la comuna palmar pueda brindar un servicio de calidad para así mantener e incluso incrementar su estado económico siempre y cuando se mantenga un estudio y análisis respetando las opiniones e ideas de aquellos que puedan aportar como beneficio de la comuna. (Roberto Hernández Sampieri, 2010)

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Para la elaboración correspondiente del proyecto se utilizó instrumentos esenciales una de ellas fueron las encuestas para poder recolectar información importante y verídica a través de la población como fueron por parte de los habitantes de la Comuna Palmar así como los turistas en general que visitan la Provincia de Santa Elena, esta información fue un factor que ayudo a conocer y proponer nuevos ideales de requerimiento por parte de la ciudadanía también se observó de una manera directa lo que indicaban las resultados estadísticos de las encuestas ya que la investigación de campo era indispensable para comprender y hacer el análisis correspondiente.

La información recolectada fue graficado y analizado a través de las respectivas tabulaciones de todas las preguntas correspondiente al proyecto de investigación de la misma manera se utilizaron instrumentos investigativos como fueron Documentos existentes que ayudaron a tener un mejor seguimiento acerca de la Comuna todos con el mismo propósito de lograr un desarrollo productivo para el balneario así como lo han logrado sectores aledaños a la Comuna Palmar.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Para la recolección de información se consideró realizar dos tipos de encuestas la primera dirigida para los habitantes y la segunda dirigida a los turistas con la finalidad de conocer los requerimientos y propuestas obteniendo un esquema que ayude a diseñar de una manera correcta lo que se requiere y lo que se puede llegar a cumplir en un tiempo determinado. La población fue escogida a través de los datos investigativos verídicos brindado por el gobierno autónomo de la parroquia colonche dando una estimación de 6.225 habitantes en la Comuna Palmar durante los últimos dos años, mientras que la estimación de los turistas que visitan la Provincia de Santa Elena fue recolectada por la información brindada por el ministerio de turismo en dicha provincia junto con la información de los diarios periodísticos durante los últimos tres años llegando a una cantidad de 456.845 visitas anuales

3.4.2. Muestra

Para conocer el tamaño de la muestra de los habitantes de la Comuna Palmar se realizó la siguiente formula

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

n = Tamaño de la muestra

$z^2 = 1.96$ (95%) Nivel de confianza

$N = 6225$ Tamaño de la población

$p = 0.5$ Probabilidad de éxito

$q = 0.5$ (1-p) Probabilidad de fracaso

$e^2 = 0.05$ Margen de error

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 6.225 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2 \cdot (6.225 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

n = 362 personas que serán encuestadas

Para conocer el tamaño de la muestra de los turistas que visitan la Provincia de Santa Elena se realizó la siguiente formula

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

n = Tamaño de la muestra

$z^2 = 1.96$ (95%) Nivel de confianza

N = 456.845 Tamaño de la población turística

p = 0.5 Probabilidad de éxito

q = 0.5 (1-p) Probabilidad de fracaso

$e^2 = 0.05$ Margen de error

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 456.845 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2 \cdot (456.845 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

n = 384 turistas que serán encuestados

De acuerdo a la fórmula aplicada los siguientes resultados son el tamaño aproximado de la población a encuestar.

3.5. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados

3.5.1. Análisis de la encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Palmar

Tabla 2. Género de población

1.- Género	
Masculino	183
Femenino	179
Total	362

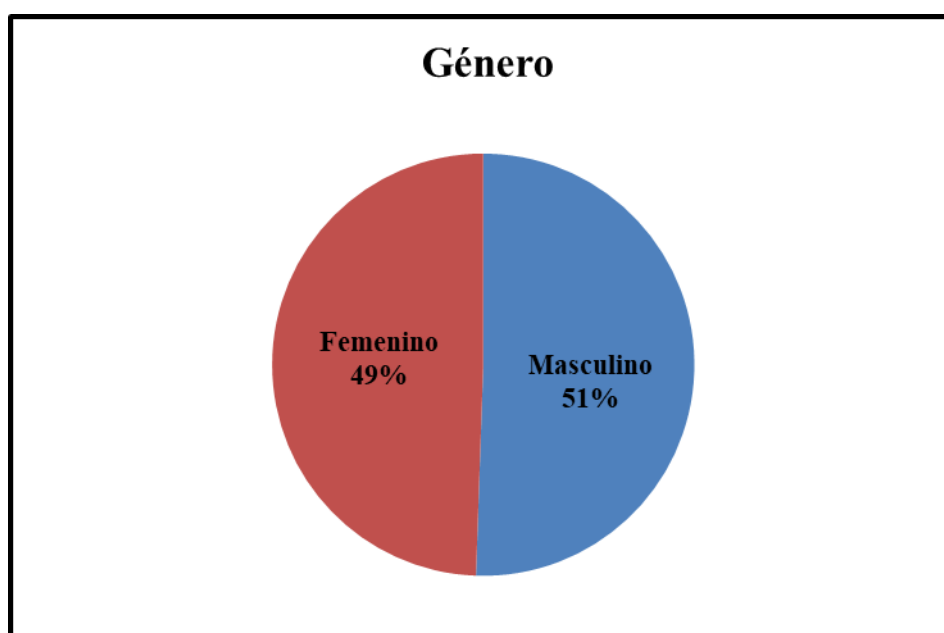


Figura 8. Género de población

Análisis e interpretación: Se realizó las encuestas correspondientes dirigidas a los habitantes de la comuna, en la cual se obtuvo un resultado de 183 hombres (51%) y 179 mujeres (49%) encuestados. Las encuestas fueron realizadas en los sectores con más movimiento (malecón, cetro, playa, etc.) Con la finalidad de poder conocer las opiniones de los habitantes que realizan sus actividades diarias ya que conocen muy bien la situación de la comuna.

Tabla 3. Edad de población

2.- Edad	
15 – 20	98
21 – 26	128
27 o más	136
Total	362

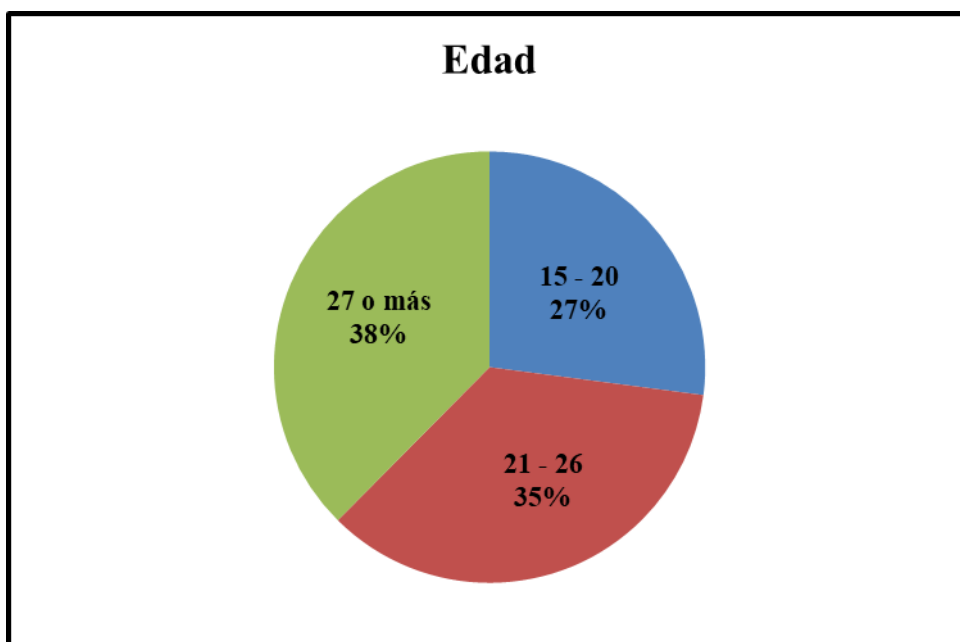


Figura 9. Edad de población

Análisis e interpretación: La edad de los encuestados se divide en tres rangos entre ellos de (15 a 20) dando un resultado de 98 adolescentes, de (21 a 26) dando un resultado de 128 jóvenes y de (27 o más) dando un resultado de 136 adultos encuestados. Es muy importante poder conocer las opiniones en tres diferentes rangos de años ya que así se puede tener opiniones diferentes en secuencias diferentes, punto importante para la aportación de ideas que van de la mano de jóvenes y adultos.

Tabla 4. Nivel de instrucción de población

3.-Nivel de instrucción	
Primaria	96
Secundaria	185
Superior	81
Total	362

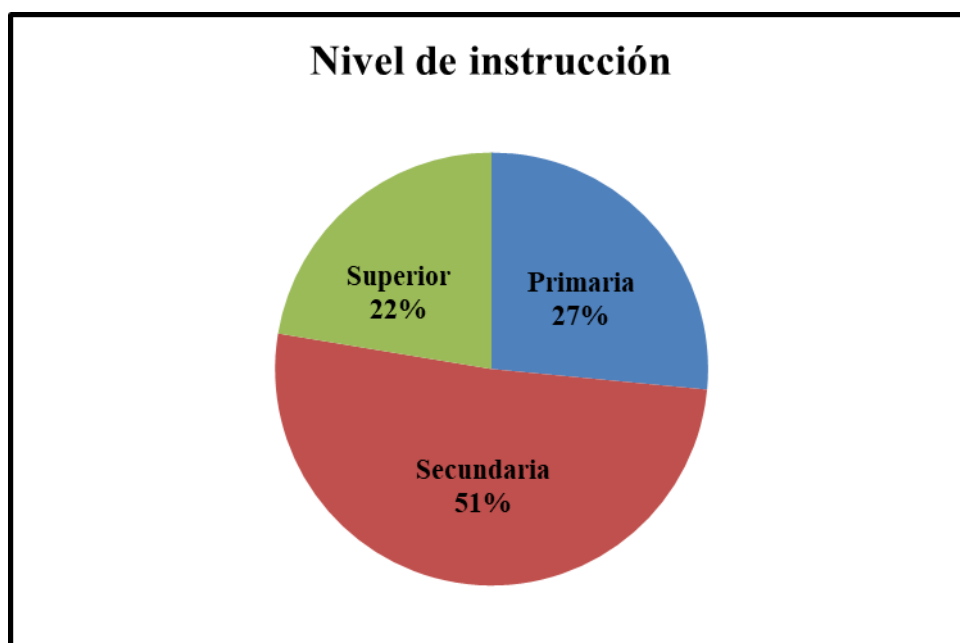


Figura 10. Nivel de instrucción de población

Análisis e interpretación: El nivel de instrucción que tienen algunos habitantes de la comuna dio como resultado un total de 96 personas que han terminado solo la primaria (27%), 185 personas han terminado la secundaria (51%) y 81 personas que han terminado un tercer nivel de educación (22%). En la cual nos indica que un gran porcentaje de los habitantes de la comuna palmar solo termina el primer y segundo nivel y pocos pueden tener un título de tercer nivel, de acuerdo a los comentarios de los encuestados esto es debido a la falta de recursos económicos en el hogar o por los nuevos sistemas de ingreso a las universidades.

Tabla 5 Actividad laboral de población

4.- ¿Cuál es la actividad laboral en la que se dedica?	
Comerciante	71
Pesca	93
Artesano	17
Microempresario	23
Obrero	84
Otros	74
Total	362

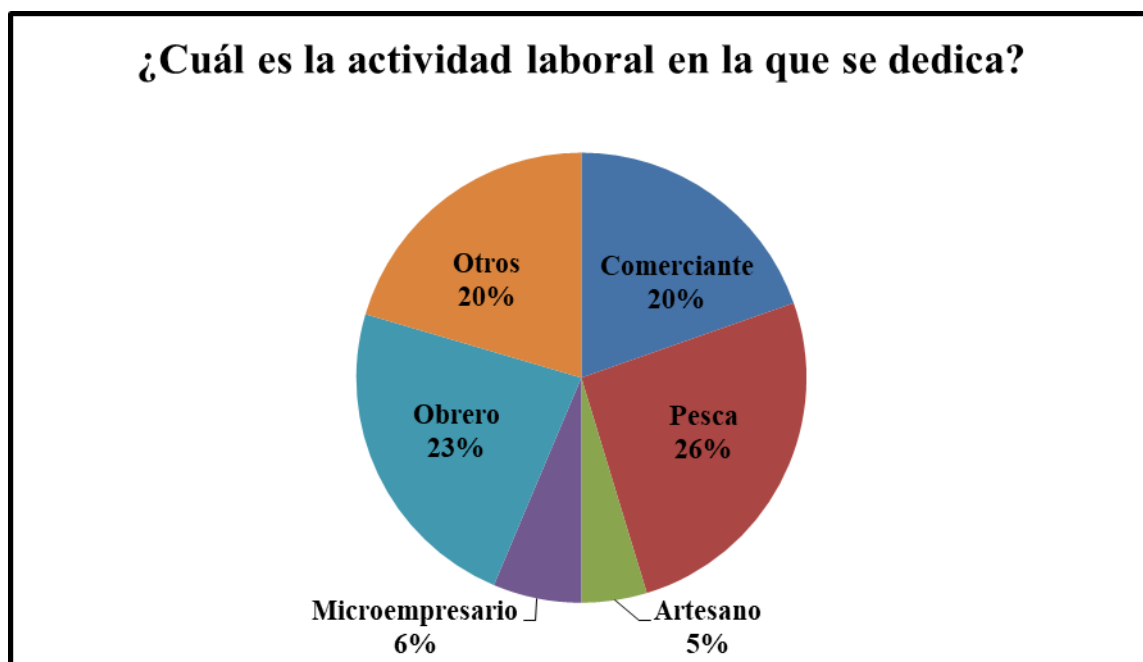


Figura 11. Actividad laboral de población

Análisis e interpretación: Las actividades principales que realizan los habitantes son la pesca con un total de 93 personas (26%), obrero con un total de 84 personas (23%), comerciante con un total de 71 personas (20%), el microempresario tiene un total de 23 personas (6%), la artesanía con un total de 17 personas (5%) y entre otros como (trabajadora doméstica, niñera, guardia, etc.) con un total de 74 personas (20%). La mayoría de las personas trabajan en la pesca ya que es la actividad principal que se realiza en la comuna desde muchas generaciones, es así que las personas encuestadas indicaban que se ha tomado como una tradición y al no tener un título universitario se acogen a esta actividad al igual que los obreros, comerciantes etc. Pero también existe un pequeño porcentaje de personas que están emprendiendo en negocios como restaurantes, tiendas, cybers entre otros, aprovechando que el sector es un sitio turístico.

Tabla 6. Turismo alternativa de desarrollo para la comuna

6.- ¿Considera usted que el turismo es una alternativa de desarrollo para la Comuna Palmar?	
Si	362
No	0
Total	362

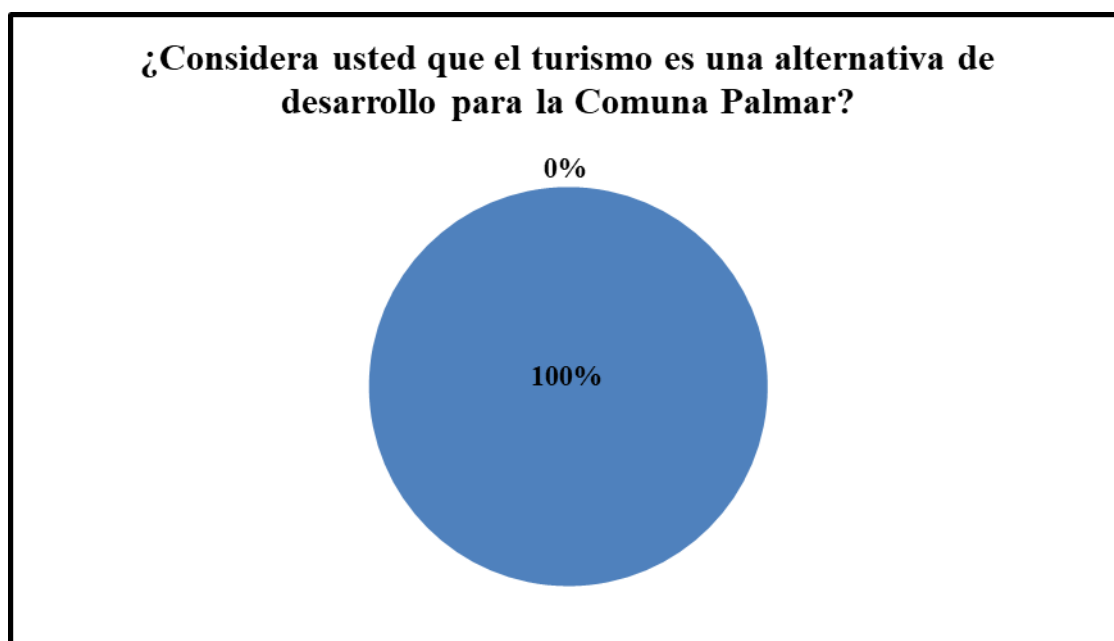


Figura 12. Turismo alternativa de desarrollo para la comuna

Análisis e interpretación: Según la opinión de los habitantes de la comuna absolutamente todos consideran que el turismo es una alternativa para desarrollo del sector ya que ahora muchos balnearios están implementado estrategias para llamar la atención del turista generando ganancias y puestos de trabajo por tal motivo 362 personas están de acuerdo con la pregunta (100%)

Tabla 7. Actividad turística de la comuna

7.- ¿Cómo califica la actividad turística de la Comuna Palmar?	
Regular	175
Buena	187
Excelente	0
Total	362

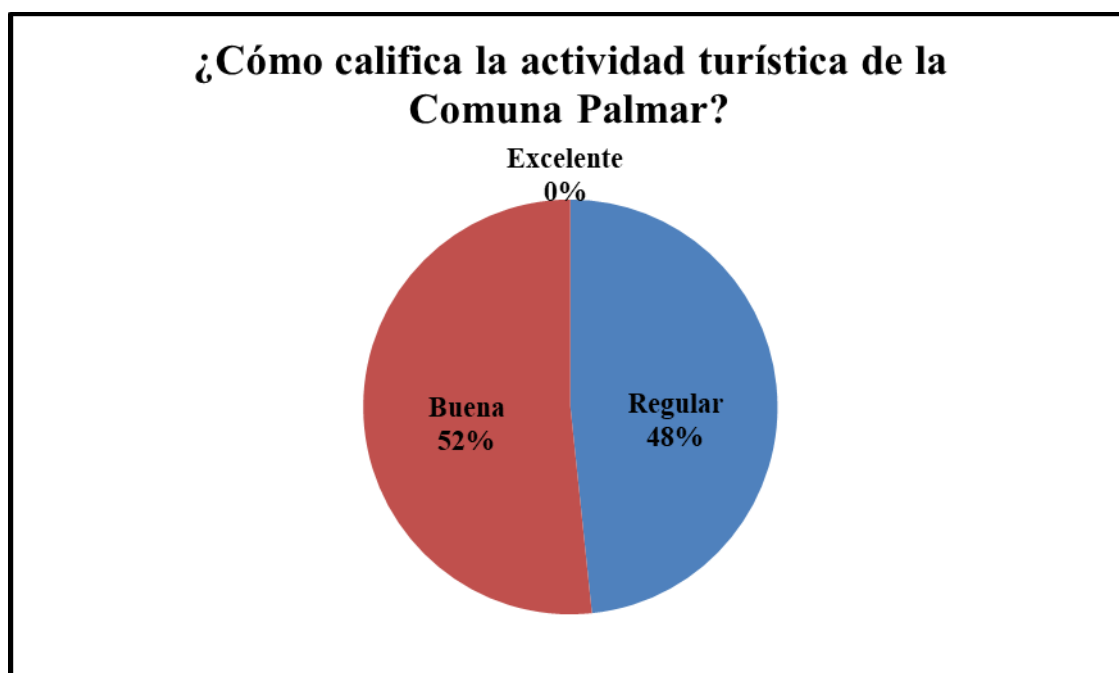


Figura 13. Actividad turística de la comuna

Análisis e interpretación: Los habitantes de la comuna que consideran que la actividad turística es buena son 187 personas (52%), los que piensan que es regular son 175 personas (48%) y excelente 0 personas (0%). Con este índice está claro que los habitantes no están conforme con las actividades turísticas ya sea porque falta más promoción, más organización, más integración de emprendimiento etc.

Tabla 8. Factores que impiden el desarrollo turístico

8.- ¿Cuáles son los factores que usted considera que impiden que la comunidad tenga un desarrollo turístico?	
Falta de estrategias	84
Inseguridad	61
Carencia de servicios	53
Escasez de publicidad	66
Falta de infraestructura	52
Vías de acceso	46
Total	362

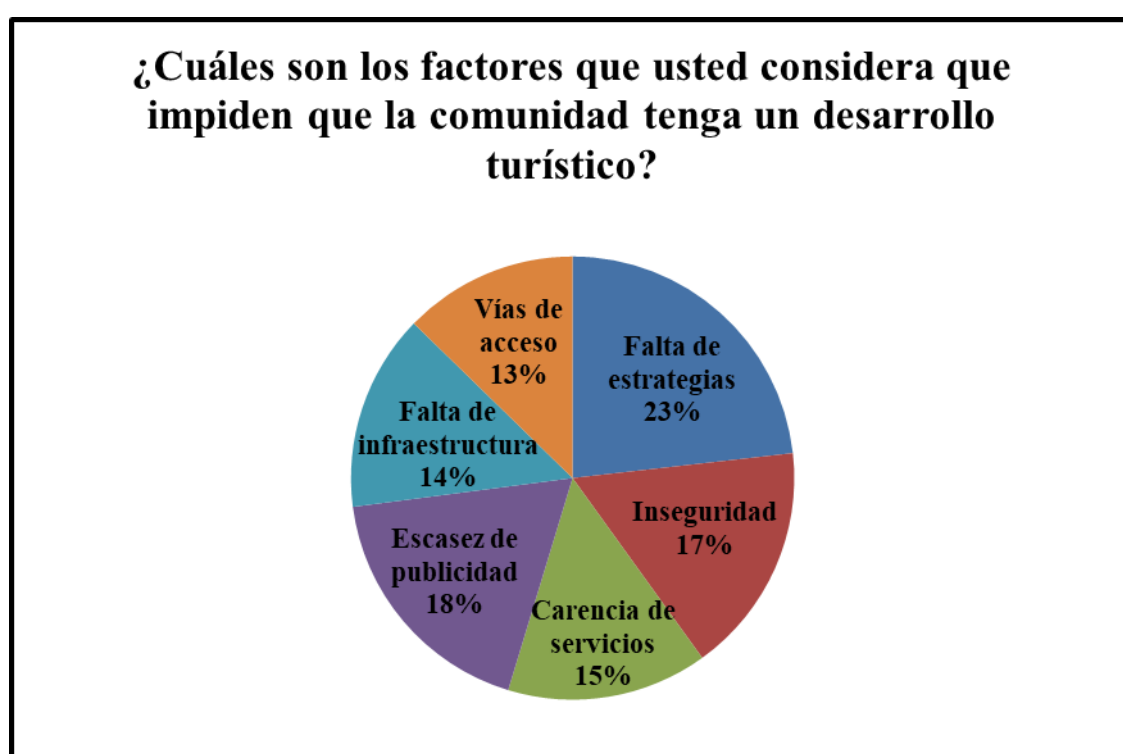


Figura 14. Factores que impiden el desarrollo turístico

Análisis e interpretación: El factor principal que los habitantes consideran que impide un desarrollo turístico en la comuna es la falta de estrategia con un total de 84 (23%), luego se encuentran la escasez de publicidad con un total de 66 (18%), inseguridad con un total de 61 (17%), carencia de servicio con un total de 53 (15%), falta de infraestructura con un total de 52 (14%) y vías de acceso con un total de 46 (13%). Estos puntos son esenciales para elaborar un plan estratégico que corrija estas falencias ya que según las opiniones de las

personas estos puntos impiden tener un sistema mejor organizado para el bienestar de los habitantes.

Tabla 9. Servicios turísticos que ofrece la comuna

9.- ¿Qué tipo de servicios turístico que ofrece la comuna debería mejorar o implementar?	
Restaurante	55
Hoteles	66
Centro de entretenimiento turístico	95
Centro de información	85
Discotecas	61
Total	362

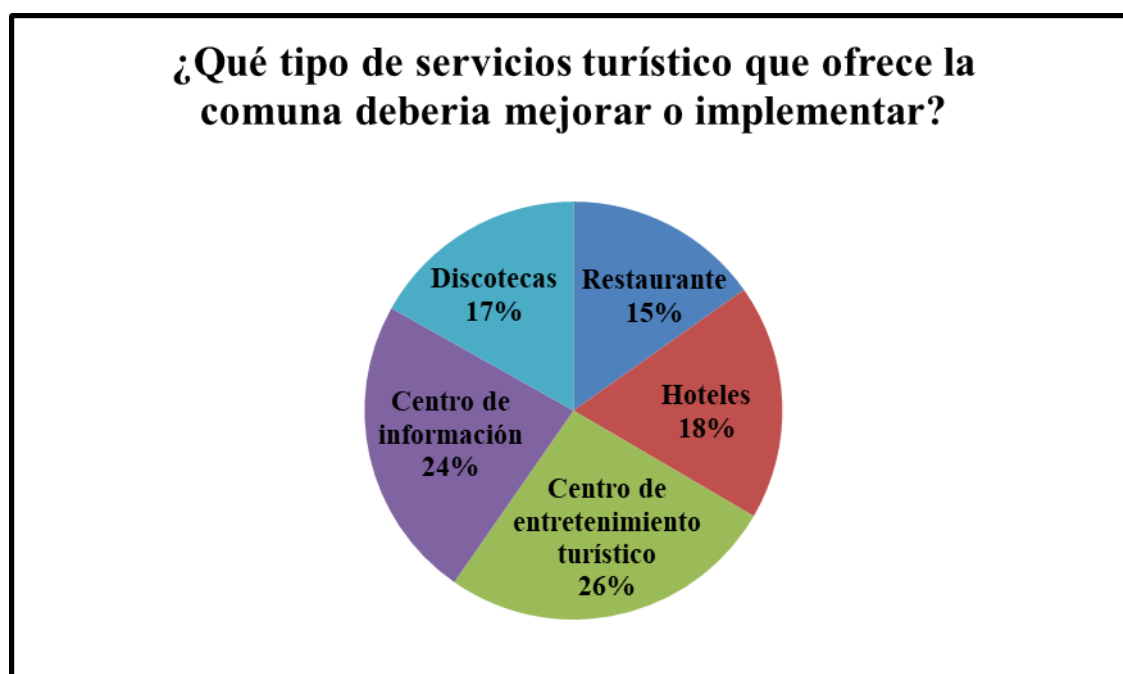


Figura 15. Servicios turísticos que ofrece la comuna

Análisis e interpretación: Entre las principales actividades que deberían mejorar o implementar la comuna son los centros de entretenimiento turístico con un total de 95 (26%) ya que en la comuna palmar aún no se ha implementado centros de atracciones como por ejemplo miradores desde los cerros, centro de información turística con un total de 85 (24%) ya que el único centro de información que existe en el sector es la casa comunal que guarda información tanto histórica como lo actual, pero a los habitantes les gustaría que ofrezcan un

centro de información solo dedicada a la atención a los turistas para que se sientan más acogidos en el sector, el sector hotelero con un total de 66 (18%) los habitantes opinan de deberías de existir más capacitaciones para los que manejan el sector hotelero para que así estén capacitados para dar una buena atención a los clientes, otros de los sectores que deberían de implementarse son las discotecas con un total de 61 (17%) para el entretenimiento de los visitantes. Todas estas opciones soportan la elaboración de este proyecto ya que nos indica lo que deben de implementar o mejorar a los servicios que ofrece la comuna.

Tabla 10. Capacitación a la población para el desarrollo

10.- ¿Considera usted que los directivos de la comuna deberían capacitar más a los habitantes para mejorar el desarrollo turístico?	
Si	362
No	0
Total	362

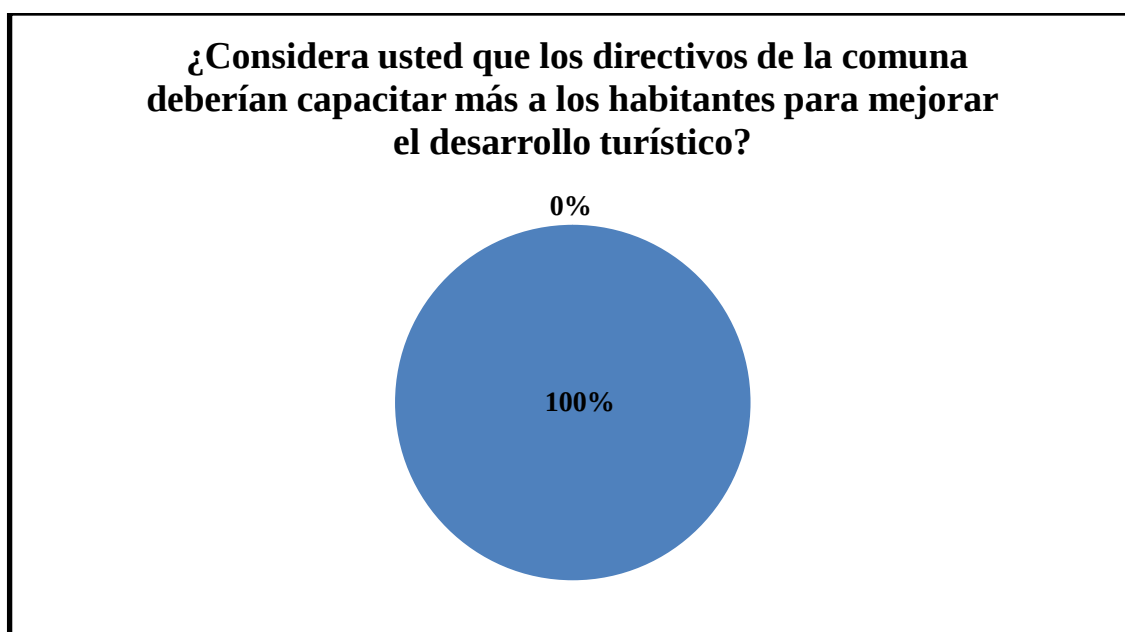


Figura 16. Capacitación a la población para el desarrollo

Análisis e interpretación: Las personas encuestadas estuvieron 100% de acuerdo de que los directivos de la comuna capacite más a todos los habitantes con la finalidad de

mejorar el desarrollo turístico, especialmente a los jóvenes que tienen diferentes ideas que aportan a la comuna ya sea para que conozcan la manera adecuada de tratar al turista o la opción más adecuada de emprendimiento la más solicitadas.

Tabla 11. Estrategias que ayuden al emprendimiento

11.- ¿Está usted de acuerdo que existan alternativas estratégicas que ayuden al emprendimiento por parte de los habitantes?	
Si	362
No	0
Total	362

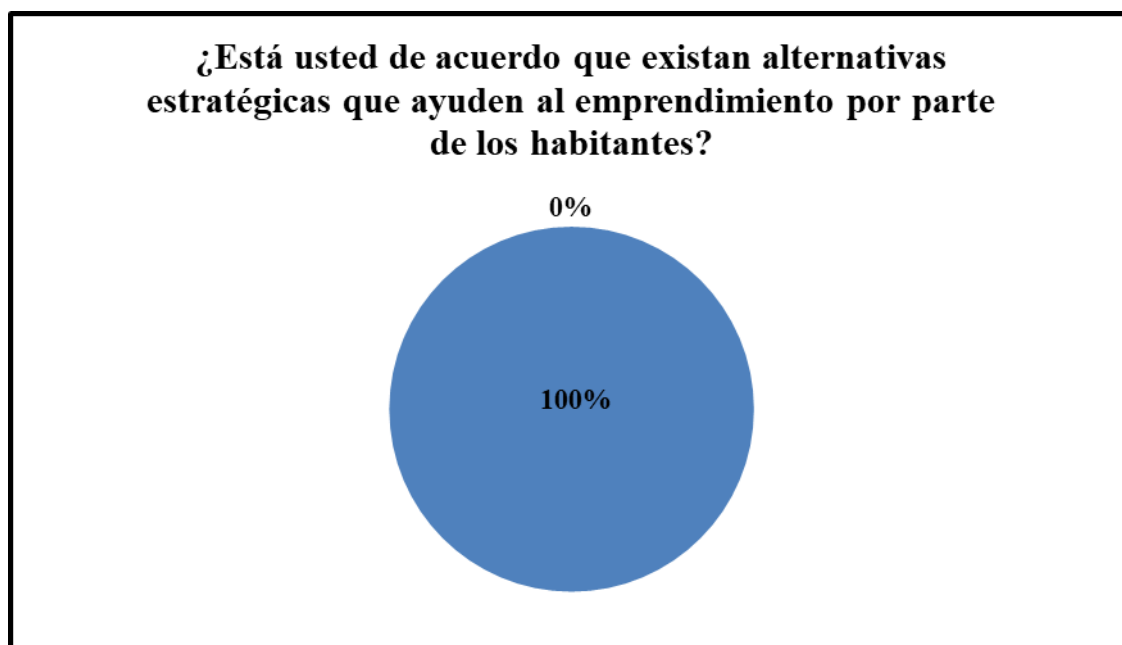


Figura 17. Estrategias que ayuden al emprendimiento

Análisis e interpretación: Las personas están totalmente de acuerdo (100%) de que se implemente alternativas estratégicas que ayuden al emprendimiento ya que a mayor sea el desarrollo turístico mayor será el índice de emprendimiento requerido en el sector, generando ingresos económicos no solo del sector pesquero que es la actividad principal sino también de otras actividades, logrando posicionarse en un rango de popularidad por los turisteadas.

Tabla 12. Creación de proyectos que regulen la actividad turística

12.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de proyectos que regulen la actividad turística?	
Si	362
No	0
Total	362



Figura 18. Creación de proyectos que regulen la actividad turística

Análisis e interpretación: Las personas están (100%) de acuerdo que existan proyectos que busquen mejorar o aportar al sector turístico ya que así se podrá tener una retroalimentación periodo a periodo mejorando y actualizando todas las actividades turísticas que se puede ofrecer en la comuna.

Tabla 13. Diversificación, innovación y promoción de la comuna

13.- ¿Considera necesario la diversificación, innovación y promoción de la actual oferta turística en su comunidad?	
Si	362
No	0
Total	362

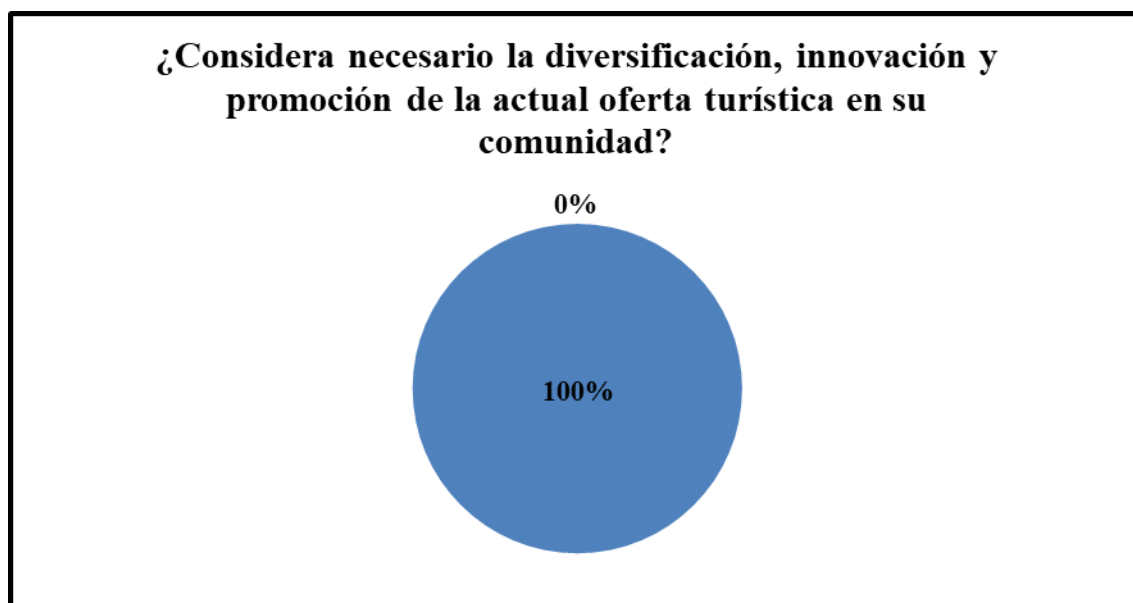


Figura 19. Diversificación, innovación y promoción de la comuna

Análisis e interpretación: Los habitantes de la comuna están (100%) de acuerdo con que se diversifique, innove y promocióne la actual oferta turística debido a que sí existe una mayor promoción de lo que se ofrece en la comuna existirá un incremento en el índice de visitas en el sector logrando mejorar de apoco el sistema turístico.

Tabla 14. Mejoramiento de la comunidad

14.- ¿Según su criterio que debería mejorar en esta comunidad?	
Servicios turísticos	125
Servicios básicos	98
Seguridad	74
Vías de acceso	46
Otros	19
Total	362



Figura 20. Mejoramiento de la comunidad

Análisis e interpretación: Los servicios turísticos son unas de las cosas que deberían mejorar en el sector como se ha indicado anteriormente con un total de 125 (35%), otro de los factores que debería de mejorar son los servicios básicos claro que si cuenta con agua potable pero lastimosamente desde hace más de un año la comuna no cuenta con el servicio de agua por las noches y esto sí que afecta al sector turísticos ya que de todos los balearios esta comuna es la única en la cual afecta para la comodidad de los turistas visitantes, la seguridad con un total de 74 (20%) ya que es otro factor indispensable que se debería de mejorar claro que existen upc en la comuna pero deberían de colocar una caseta de seguridad en el centro de la comuna donde hay una mayor influencia de los habitantes así mantendrían control y tranquilidad a los habitantes.

Tabla 15. Tipos de atractivos turísticos en la comuna

15.- ¿Qué tipos de atractivos turísticos naturales o culturales que existen en la Comuna Palmar debería mejorar o ser promocionada?	
Playa (rompe olas, manglar)	132
Cerros	68
Parques Acuáticos	25
Parques	33
Iglesias	73
Otros	31
Total	362



Figura 21. Tipos de atractivos turísticos en la comuna

Análisis e interpretación: De acuerdo a los habitantes de la comuna los principales sectores que deberían ser promocionada o mejoradas es la playa con un total de 132 (36%), las iglesias con un total de 73 (20%) debido a que la comuna cuenta con una gran extensión o hectárea de playa pero si deberían de implementar una campaña de limpieza y cuidado ambiental ya que muchas personas no cuidan perjudicando al ambiente y a la comuna, también existen iglesias que son muy novedosas para los cristianos católicos ya que los diseños de estas iglesias son muy significativas como por ejemplo el santuario nuestra señora

de Fátima que su diseño tiene un significado primordial y también debido a su ubicación llama la atención de muchos sectores pero con más promoción se podría llegar a mas sectores.

Tabla 16. Importancia del desarrollo turístico en la comuna

16.- ¿Considera usted que es importante desarrollar el turismo comunitario en Palmar?	
Si	362
No	0
Total	362

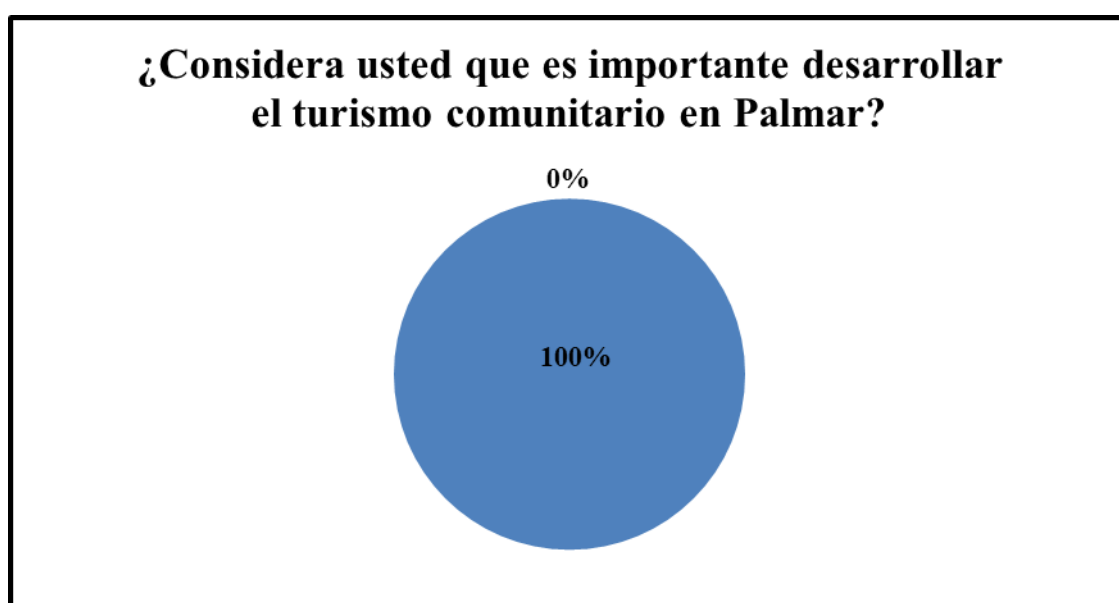


Figura 22. Importancia del desarrollo turístico en la comuna

Análisis e interpretación: Los habitantes estuvieron al (100%) de acuerdo sobre la importancia de desarrollar el turismo comunitario e incluso que se creen en la comunidad grupos de integración representando a cada barrio del sector para conocer las diferentes necesidades que tienen los barrios de la comuna palmar mejorando la comodidad tantos para los habitantes como para los turistas.

Tabla 17. Oportunidad de trabajo en la comunidad

17.- ¿Los habitantes de Palmar tienen oportunidad de trabajo en la comunidad?	
Si	189
No	173
Total	362



Figura 23. Oportunidad de trabajo en la comunidad

Análisis e interpretación: De acuerdo a la pregunta realizada existió un porcentaje un poco a la par ya que un total de 189 personas (52%) indicaron que en la comuna si existe oportunidad de trabajo en la que destacaron la pesca y un total de 173 personas indicaron que el comuna no hay oportunidad de trabajo (48%) debido a que ellos no se acogen al sector pesquero ya sea porque cuentan con un título de tercer nivel y su puesto de trabajo no se encuentra en la comuna y tienen que salir a buscar en otras partes.

Tabla 18. Iniciativa de emprender

18.- ¿Usted ha tenido iniciativa para emprender en un negocio?	
Si	187
No	175
Total	362

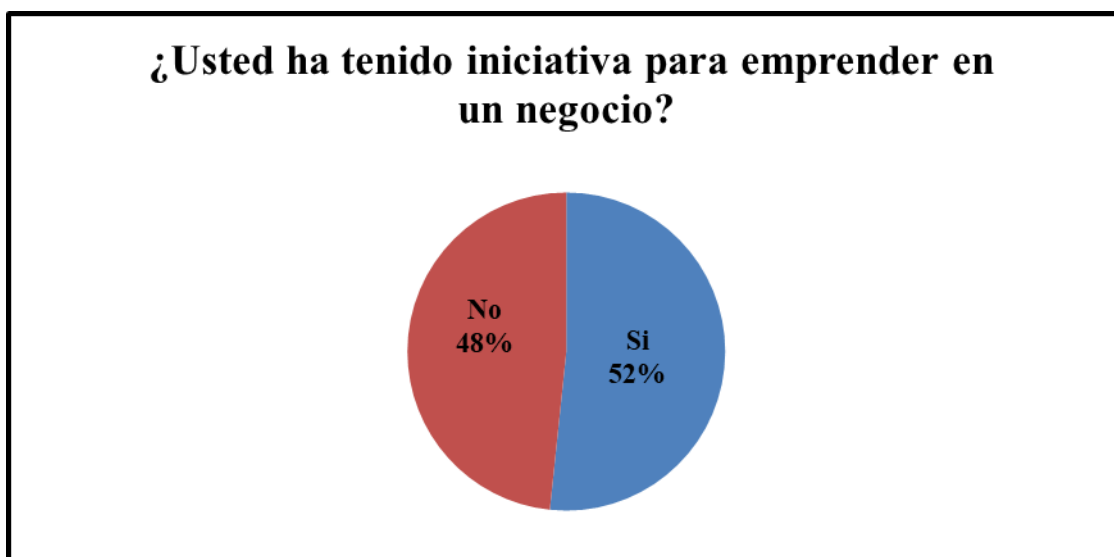


Figura 24. Iniciativa de emprender

Análisis e interpretación: Según el resultado un total de 187 personas (52%) ha tenido iniciativa de emprender un negocio y un total de 175 (48%) ha desistido de la idea esto indica que hay un equivalente medio pero es de gran ventaja que exista un porcentaje medio de las personas que deseen emprender ya que así la comuna puede capacitar a las personas interesadas para que puedan establecer negocios que son escasos mejorando el servicio e ingresos del balneario.

Tabla 19. Factores que impiden emprender

18. a.- Si su respuesta es Sí ¿Qué es lo que le ha impedido emprender un negocio?	
Falta de asesoría	44
Falta de Conocimiento	47
Capital	58
Otros	38
Total	187

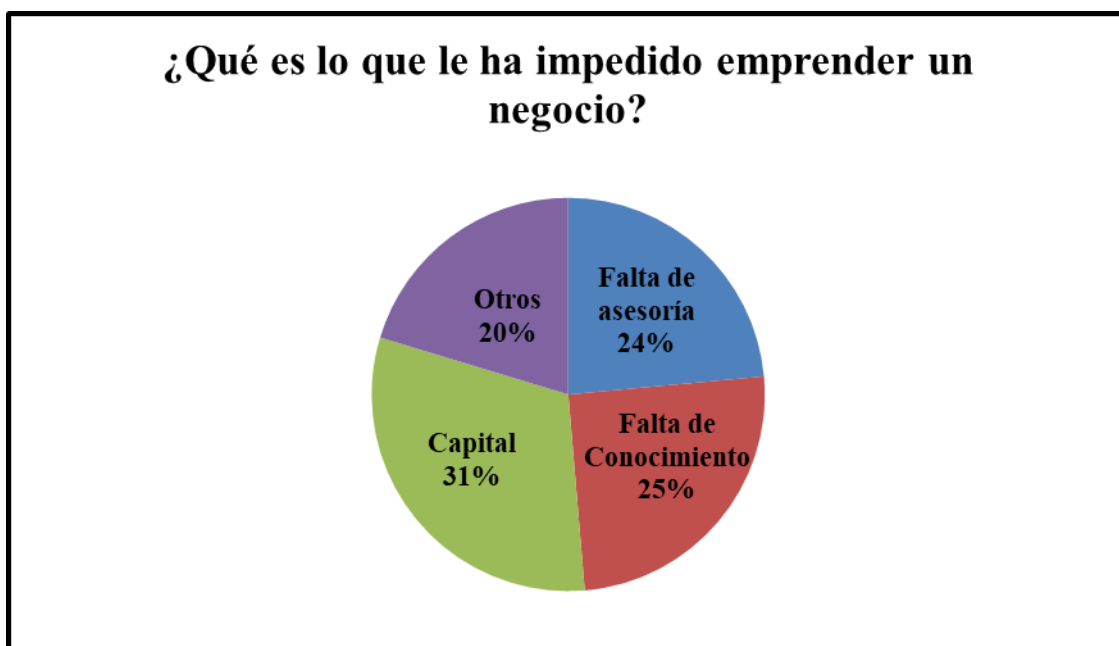


Figura 25. Factores que impiden emprender

Análisis e interpretación: De acuerdo a las personas que tienen la iniciativa de emprender un negocio pero han existidos inconvenientes u obstáculos que no han permitido que estas personas no puedan emprender es según por falta de capital con un total de 58 (31%), la falta de conocimiento con un total de 47 (25%), falta de asesoramiento con un total de 44 (24%), otros con un total de 38 (20%). Estos son factores que impiden no solo en la comuna sino en muchas partes poder emprender aunque el gobierno ampara algunos créditos para en emprendimiento está claro que existe un requemamiento por parte de la población con la finalidad de poder tener una oportunidad con ideas emprendedoras que benefician al país en general, de la misma manera deberían capacitar a las personas que buscan emprender para que tengan la asesoría adecuada y los conocimientos básicos para que puedan ganar no perder.

3.5.2. Análisis de la encuesta realizada a los turistas que visitan la Provincia de Santa Elena

Tabla 20. Género de turistas

1.- Género	
Masculino	196
Femenino	188
Total	384

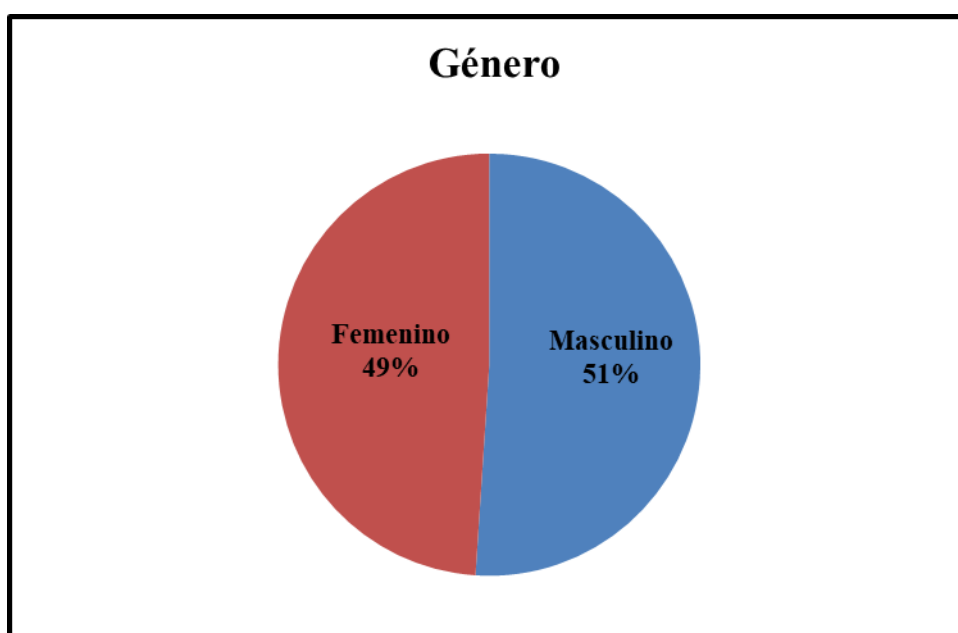


Figura 26. Género de turistas

Análisis e interpretación: Se realizó las encuestas correspondientes dirigidas a los turistas que visitan a la Provincia de Santa Elena y entre los que visitan la Comuna Palmar, en la cual se obtuvo un resultado de 196 hombres (51%) y 188 mujeres (49%) encuestados. Las encuestas fueron realizadas en los sectores con más visitas turísticas de la provincia de Santa Elena (terminal terrestre, centro, playas aledañas, etc.) Con la finalidad de poder conocer las opiniones de los diferentes turistas que viajan a disfrutar de las playas de la provincia, en la cual la información es fundamental para conocer acerca de cómo está la información acerca de la Comuna Palmar, si conocen su ubicación entre otros.

Tabla 21. Edad de turistas

2.- Edad	
15 - 20	101
21 - 26	128
27 o más	155
Total	384

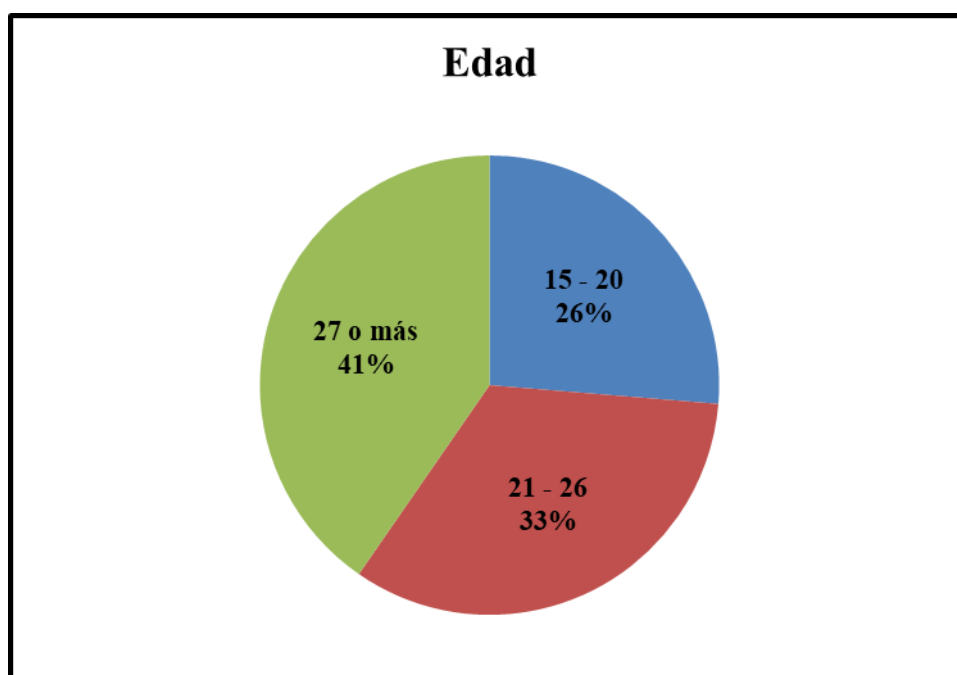


Figura 27. Edad de turistas

Análisis e interpretación: La edad de los encuestados se divide en tres rangos entre ellos de (15 a 20) dando un resultado de 101 adolescentes (26%), de (21 a 26) dando un resultado de 128 jóvenes (33%) y de (27 o más) dando un resultado de 155 adultos encuestados (41%). Como en las encuestas anteriores se conoce que son muy importante las opiniones en tres diferentes rangos de años para conocer las opiniones de diversos puntos de vistas con la finalidad de relacionarse con la situación actual en la perspectiva de tres rangos de personas.

Tabla 22. Lugar de procedencia turística

3.- Lugar de procedencia	
Costa	156
Sierra	109
Oriente	16
Reg. Insular	0
Extranjero	103
Total	384

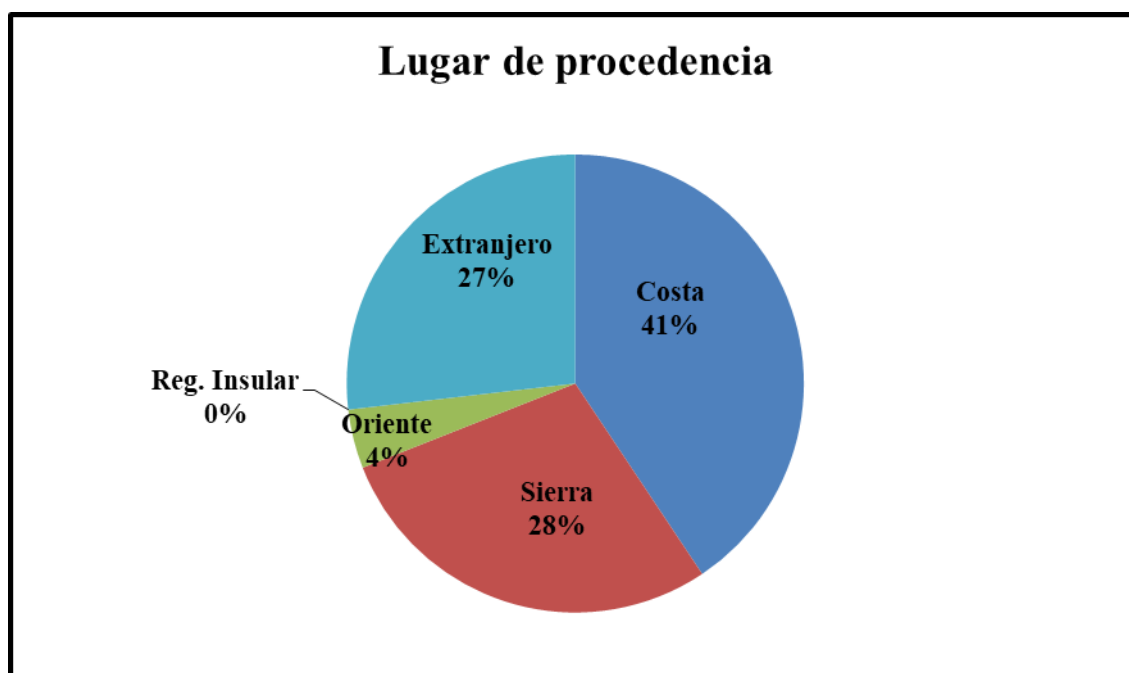


Figura 28. Lugar de procedencia turística

Análisis e interpretación: Para conocer de qué lugares son los que visitan más la provincia de Santa Elena se escogieron todas las regiones del Ecuador pero también el sector extranjero, las personas que más visitan la provincia son de la región costa con un total de 156 (41%) es de esperarse debido a que siempre ha existido una gran influencia de visitas durante periodos anteriores, la segunda más escogida fue la región sierra con un total de 109 (28%), la tercera es la región extranjera con un total de 103 (27%) un índice bueno para los años anteriores ya que durante el año 2016 y 2017 la visita de extranjeros ha incrementado un porcentaje estable para beneficio del país.

Tabla 23. Visitas en la Provincia de Santa Elena

4.- ¿Cuál es la frecuencia con la que visita la provincia de Santa Elena?	
En feriados	121
Cada semana	87
Vacaciones	108
Cada mes	61
Una vez al año	7
Total	384



Figura 29. Visitas en la Provincia de Santa Elena

Análisis e interpretación: La mayor parte de los turistas encuestados indicaron que visitan la Provincia en los días de feriados con un total de 121 turistas (31%), en las vacaciones con un total de 108 turistas (28%), cada semana con un total de 87 turistas (23%), cada mes con un total de 61 turistas (16%) y cada año 7 turistas (2%). Este índice es importante se conoce los turistas prefieren visitar la provincia en los días de vacaciones o feriados en la cual los directivos pueden realizar actividades de recreación para los turistas así como eventos deportivos, artísticos o festivales en esas fechas para que los turistas tengan una experiencia de elite.

Tabla 24. Visitantes turísticos

5.- ¿Quiénes le acompañan en su visita?	
Solo	72
Amigos	109
Familia	143
Otro	60
Total	384

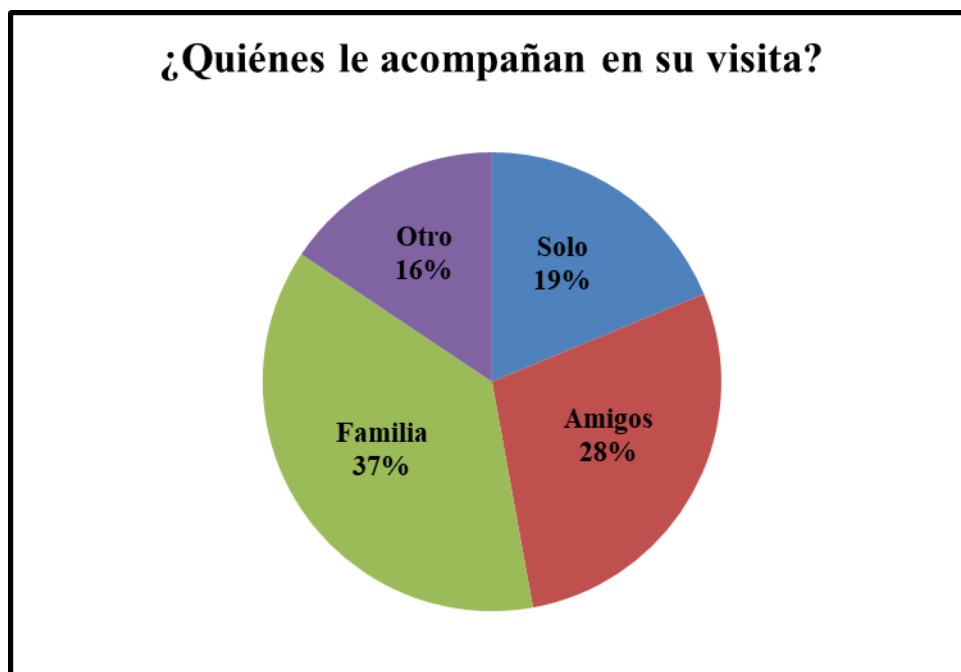


Figura 30. Visitantes turísticos

Análisis e interpretación: La mayor parte de los turistas encuestados viajan con su familia con un total de 143 turistas (37%), la segunda opción es que viaja con amigos con un total de 109 turistas (28%), la tercera opción es que viajan solo con un total de 72 turistas (19%), otros con un total de 60 turistas (16%) Con esta información podremos saber cómo se puede dividir el target del cliente ya que se pueden realizar actividades familiares o excursiones grupales de amigos o simplemente darle al cliente un momento de relajación y tranquilidad de acuerdo a los requerimientos de los turistas.

Tabla 25. Cantidad de turistas

5. a.- En el caso de viajar acompañado, ¿cuántas personas suelen viajar con usted?	
2 a 4	124
5 a 8	95
9 o más	93
Total	312

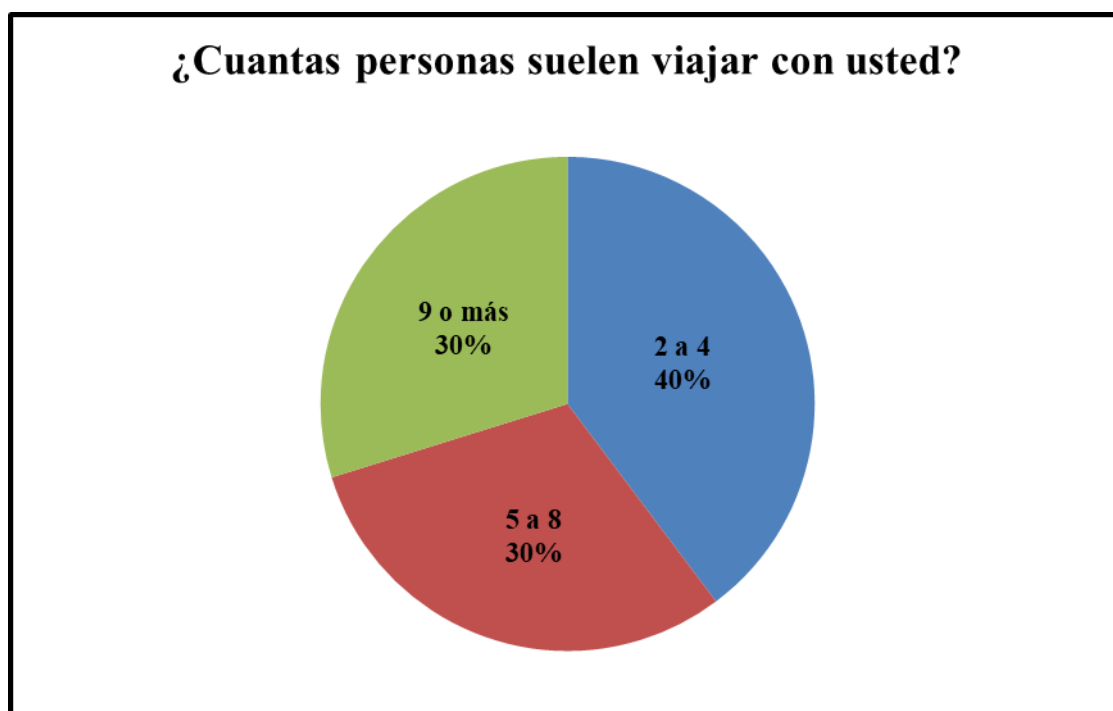


Figura 31. Cantidad de turistas

Análisis e interpretación: Los que viajan acompañado con un total de 2-4 personas dio un total de 124 (40%), los que viajan con 5-8 con un total de 95 personas (30%) y los que viajan con más de 9 o más con un total de 93 personas (30%) esta información es muy importante para los hoteles de la provincia o para la comuna ya que así podrán hacer estrategias de estadías para los turistas con la finalidad de brindarle la mayor comodidad tanto económica como de servicio y que puedan pasar los días más agradable poible.

Tabla 26. Motivo de visita a la Provincia

6.- De las siguientes opciones cuales son los motivos por los que visita esta provincia.	
Turismo	149
Negocio	71
Descanso	106
Otro	58
Total	384

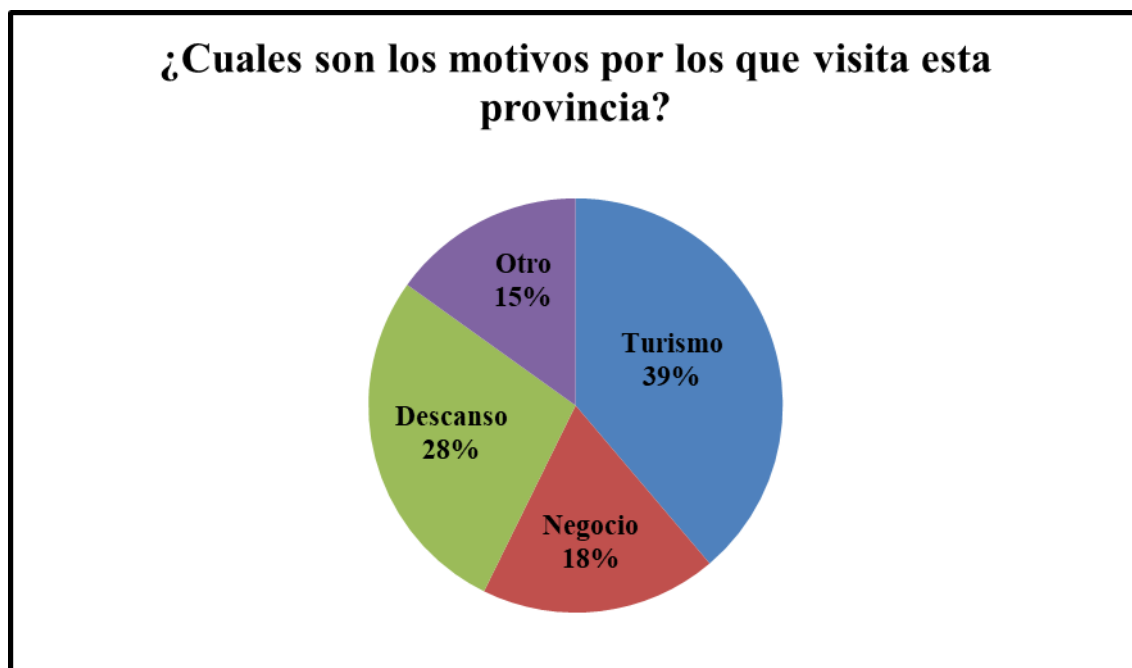


Figura 32. Motivo de visita a la Provincia

Análisis e interpretación: Los motivos por las cuales visitan la Provincia de Santa Elena es por turismo con un total de 149 turistas (39%), descanso con un total de 106 turistas (28%), negocio con un total de 71 turistas (18%) entre otros con un total de 58 turistas (15%). El turismo es la actividad principal por la que muchas personas visitan la provincia, para las autoridades es fundamental que cada periodo realice una retroalimentación de todos los sectores playeros para que cada vez exista una innovación y mejoramiento en estos sectores.

Tabla 27 Lugares que visitan frecuentemente

7.- ¿Qué sitio turísticos de la provincia de Santa Elena visita con mayor frecuencia?	
Salinas	64
Libertad	36
Santa Elena	22
Ballenita	11
Punta blanca	15
San pablo	46
Monteverde	9
Palmar	27
Ayangué	46
Montañita	71
Olon	26
Otro	11
Total	384

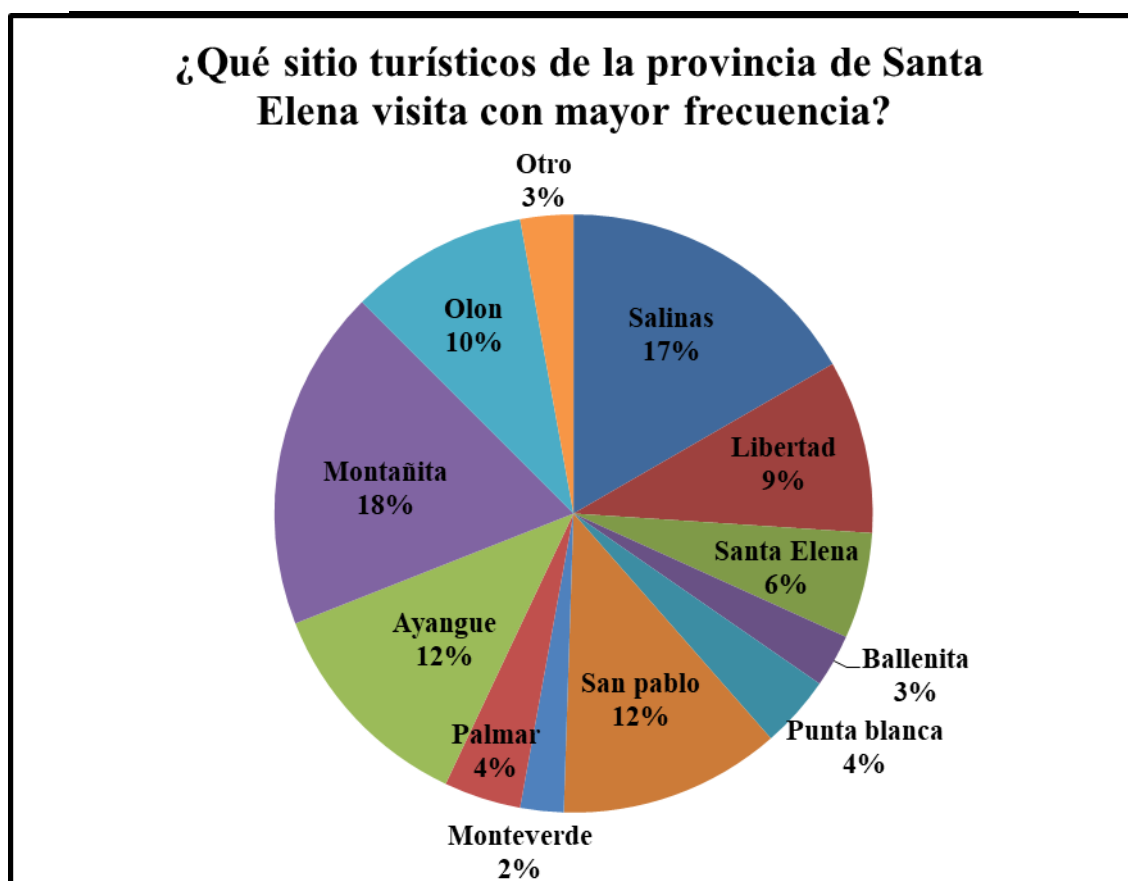


Figura 33. Lugares que visitan frecuentemente

Análisis e interpretación: Se realizó un esquema de la ruta del spondylus hacia los turistas encuestados para que ellos indicaran que sector o balneario visitaba con mayor frecuencia y cuáles eran los lugares que más le gustaban visitar más, por lo tanto el balneario

con mayor frecuencia de visitas es montañita con un total de 71 turistas (18%), el segundo balneario más visitado es salinas con un total de 64 turistas (17%) y la tercera más frecuentada en san pablo y ayangue con un total de 46 turistas (12%) en la cual durante los últimos años ha crecido económicamente por la ubicación de las cabañas que se encuentran justo al pie del mar, también hay que destacar el desarrollo que ha tenido estas comunas existiendo puestos de emprendimiento y de ejemplo para otras comunidades, palmar se encuentra en el octavo lugar con un total de 27 personas (4%) está claro que hay que tratar de mejorar ciertas cosas para subir de nivel.

Tabla 28. Conocimiento de la comuna por parte de los turistas

9.- ¿Conoce usted la Comuna Palmar? Si su respuesta es afirmativa por favor continúe con la encuesta, en caso contrario gracias por su colaboración.	
Si	201
No	183
Total	384

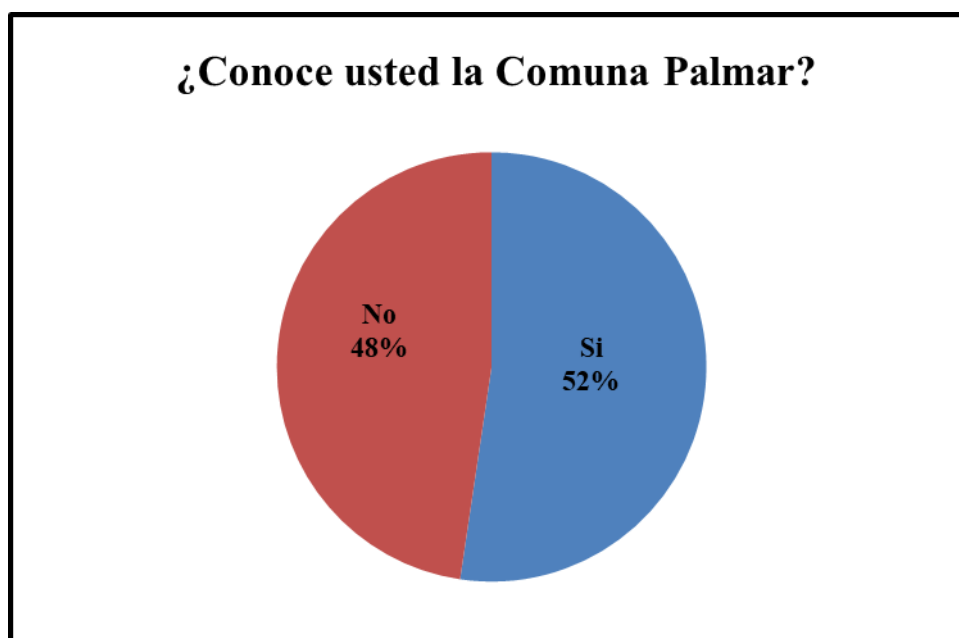


Figura 34. Conocimiento de la comuna por parte de los turistas

Análisis e interpretación: De un total de 384 turistas encuestados se les pregunta acerca de su conocimiento sobre la comuna entre ellas si alguna vez han visitado esta comuna

o en el caso de que lo hayan escuchado en la cual 201 personas (52%) afirmaron conocer acerca de la comuna pero también existió un total de 183 turistas (48%) que dijeron que desconocían acerca del balneario pero dijeron que les gustaría conocer y que sería una buena idea crear una página web actualizada para conocer todos los atractivos que ofrece la comuna, la racha de conocimiento acerca del balneario no es tan negativa pero con la siguiente investigación se quiere mejorar ese índice dejando un plan que contrarreste aquellos aspectos negativos que impiden avanzar.

Tabla 29. Frecuencia de las visitas

10- ¿Con que frecuencia visita la Comuna Palmar?	
Rara vez	67
Casi siempre	95
Siempre	39
Total	201

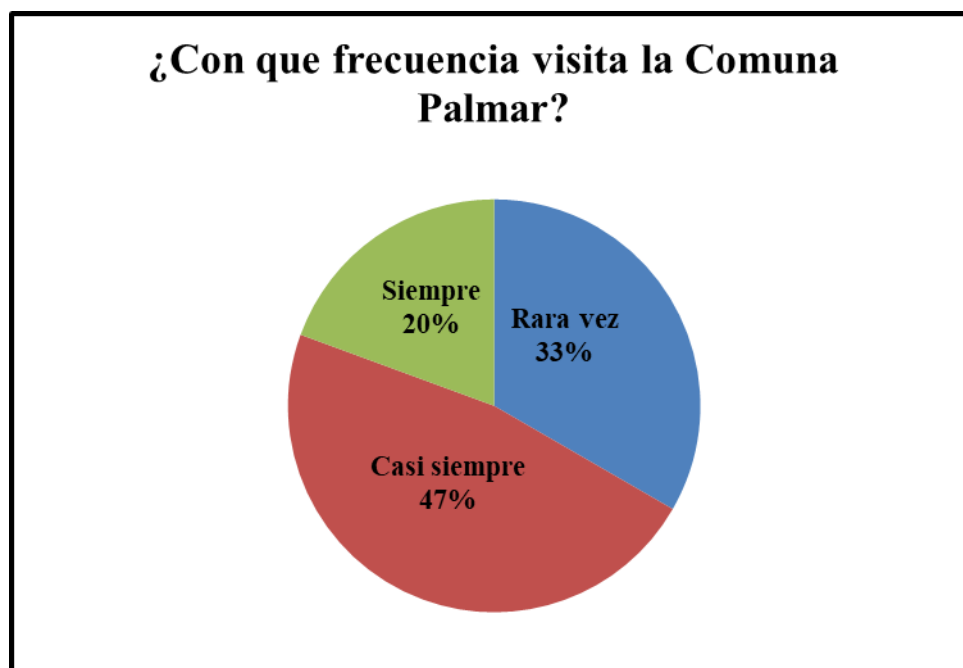


Figura 35. Frecuencia de las visitas

Análisis e interpretación: Aquellos turistas que afirmaron conocer la Comuna Palmar dijeron que casi siempre visitan este balneario con un total de 95 turistas (47%), los turistas que siempre visitan el balneario dio un total de 39 (20%) y rara vez con un total de 67

turistas (33%). Los turistas que eligieron casi siempre dijeron que le gusta viajar mucho a la comuna porque tiene una playa muy bonita, amplia y cálida con un clima acogedor pero que si les gustaría que existieran más actividades para disfrutar en familia.

Tabla 30. Medios de promoción de la comuna

11.- ¿Cómo conoció usted la existencia de esta comunidad?	
Familiares	108
Amigos	54
Internet	9
Trabajo	25
Prensa escrita	5
Promoción Medios televisivos	0
Total	201

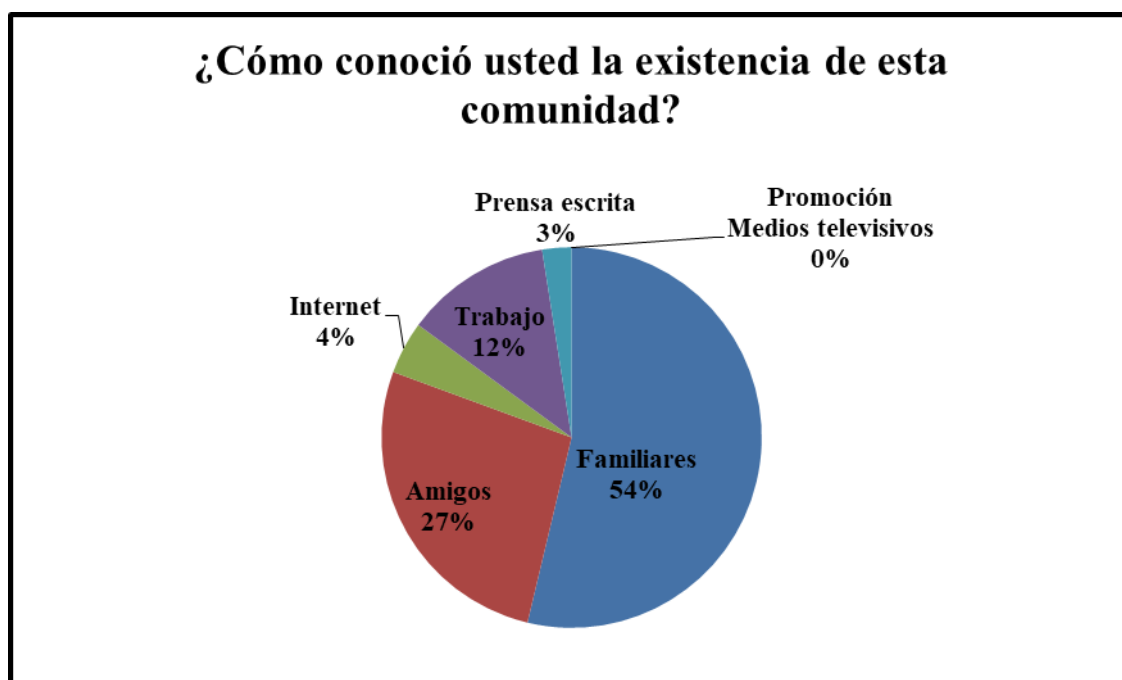


Figura 36. Medios de promoción de la comuna

Análisis e interpretación: Se les pregunto cuál fue el medio por lo cual ellos conocieron la comuna ya sea por publicidad en medios sociales o por publicidad boca en boca ya sea por un familiar amigos etc., en la cual la mayoría de los turistas eligieron por medios de familiares con un total de 108 personas (54%), por medio de amigos con un total de 54 personas (27%), por motivos de trabajo con un total de 25 personas (12%), internet y

prensa escrita tuvieron un porcentaje casi similar con un 4 y 3 por ciento dando como resultado (0%) de promoción a través de medios televisivos. Son pocos la publicidad que se brinda a la comuna por medio de prensa se debería de considerar realizar campañas de publicidad al menos un poco más por redes sociales.

Tabla 31. Atractivos turísticos de la comuna

12.- ¿Qué es lo que más le llamó la atención o le gusto de la Comuna Palmar	
La playa (rompe olas, manglar)	75
Los cerros (maría guale, angahuel, santuario)	73
Cultura (tradiciones)	53
Total	201

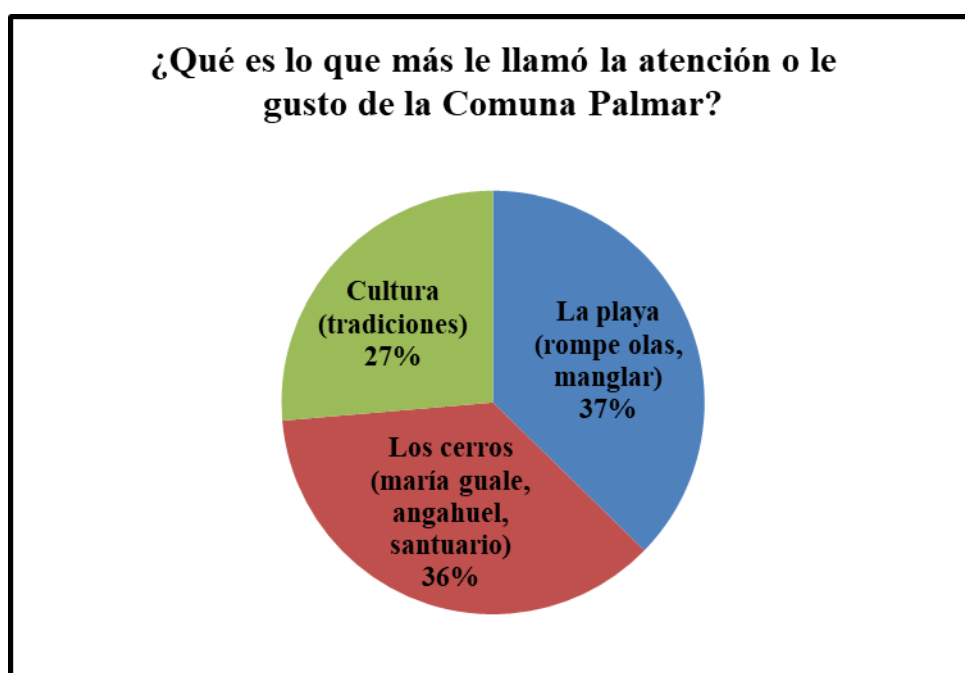


Figura 37. Atractivos turísticos de la comuna

Análisis e interpretación: Los atractivos más llamativos para los turistas son la playa con un total de 75 turistas (37%) al igual que los cerros con un total de 73 turistas (36%) y por último la cultura con un total de 53 turistas (27%) opciones donde se puede elaborar actividades de entretenimientos en aquellos lugares ya sea con actividades playeros, ferias y exposiciones, miradores y religión.

Tabla 32. Calificación de la estancia

13.- En base a su visita en la Comuna Palmar, ¿Cómo califica usted su estancia?	
Regular	19
Buena	166
Excelente	16
Total	201

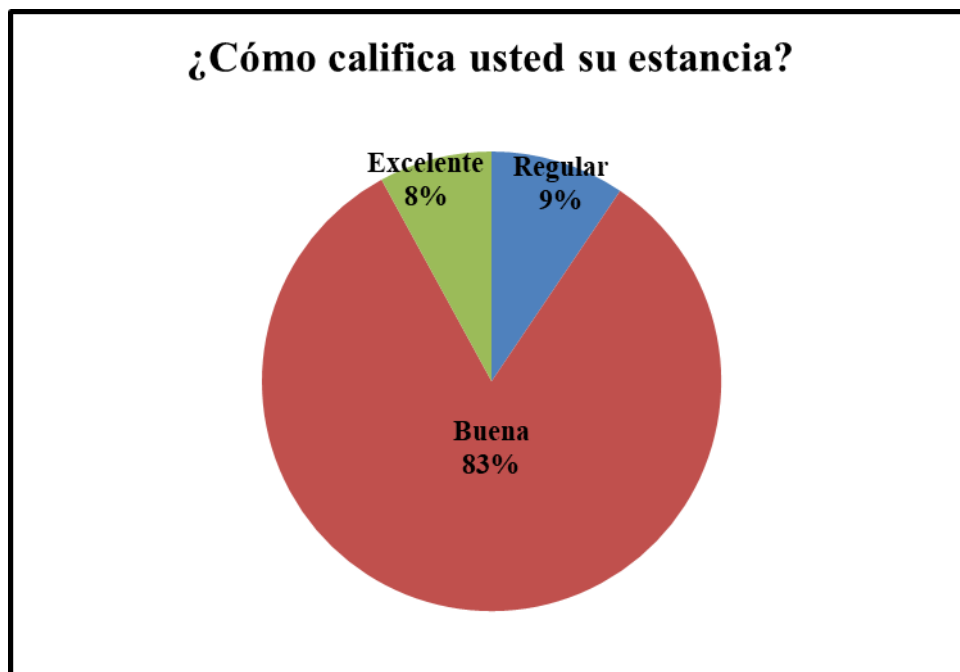


Figura 38. Calificación de la estancia

Análisis e interpretación: La estancia de los turistas mientras visitaron la Comuna Palmar fue con un excelente de 16 personas (8%), buena con un total de 166 personas (83%) y regular con un total de 19 personas (9%). Donde nos indicaron que aún falta por mejorar los hoteles, implementar más parqueaderos un poco más de vigilancia policial e incluso proponen que existan cámaras de seguridad para prevenir cualquier inconveniente y así estar más seguros aunque también existieron factores positivos como la amabilidad por parte de los habitantes de la Comuna Palmar.

Tabla 33. Calificación de los servicios de la comunidad

14.- ¿Los servicios que ofrece la comunidad, considera que son?	
Regular	29
Buena	139
Excelente	33
Total	201



Figura 39. Calificación de los servicios de la comunidad

Análisis e interpretación: Mientras que los servicios que recibieron por parte de la comuna fue excelente, buena y regular donde un total de 33 personas (16%) indicaron que el servicio fue excelente, mientras que 29 personas (15%) dijeron que fue regular pero un total de 139 personas (69%) indicaron que el servicio fue bueno dando así un índice medio no tan malo pero tampoco tan positivo ya que unas de las sugerencias que indicaron fue que solo existen comedores en el centro y uno que otro lugares en la playa pero que deberían implementar más alrededor de la playa para la comodidad de los visitantes.

Tabla 34. Calidad de los servicios de la comunidad

15.- ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades que se ofertan en la comunidad de Palmar?	
Sí	0
No	201
Total	201

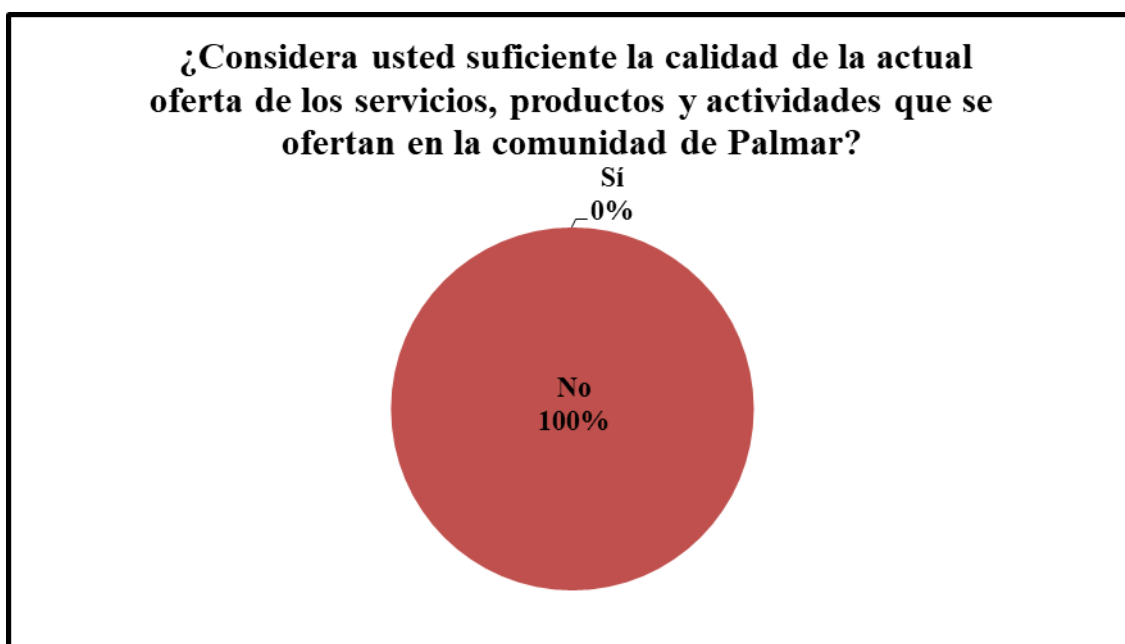


Figura 40. Calidad de los servicios de la comunidad

Análisis e interpretación: Todos los turistas indicaron estar de acuerdo dando así (100%) de turistas que indican que no es suficiente con el servicio que brinda la comuna ya que siempre es bueno implementar nuevas cosas en el mercado y así quedar satisfechos con la visita.

Tabla 35. Opinión de los turistas

16. ¿Si tuviera la oportunidad de regresar a esta comunidad lo haría?	
Si	201
No	0
Total	201



Figura 41. Opinión de los turistas

Análisis e interpretación: Aunque aún falta por mejorar el servicio que brinda la comuna todos los turistas (100%) indicaron que siempre es bueno regresar en especial si se trata de un lugar tan cálido como lo es la comuna palmar y esperan que cuando vuelvan a visitar la comuna se encuentren con nuevas novedades y actividades.

Tabla 36. Diversificación e innovación de la comuna

17. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique e innoven la actual oferta turística de esta comunidad?	
Si	201
No	0
Total	201

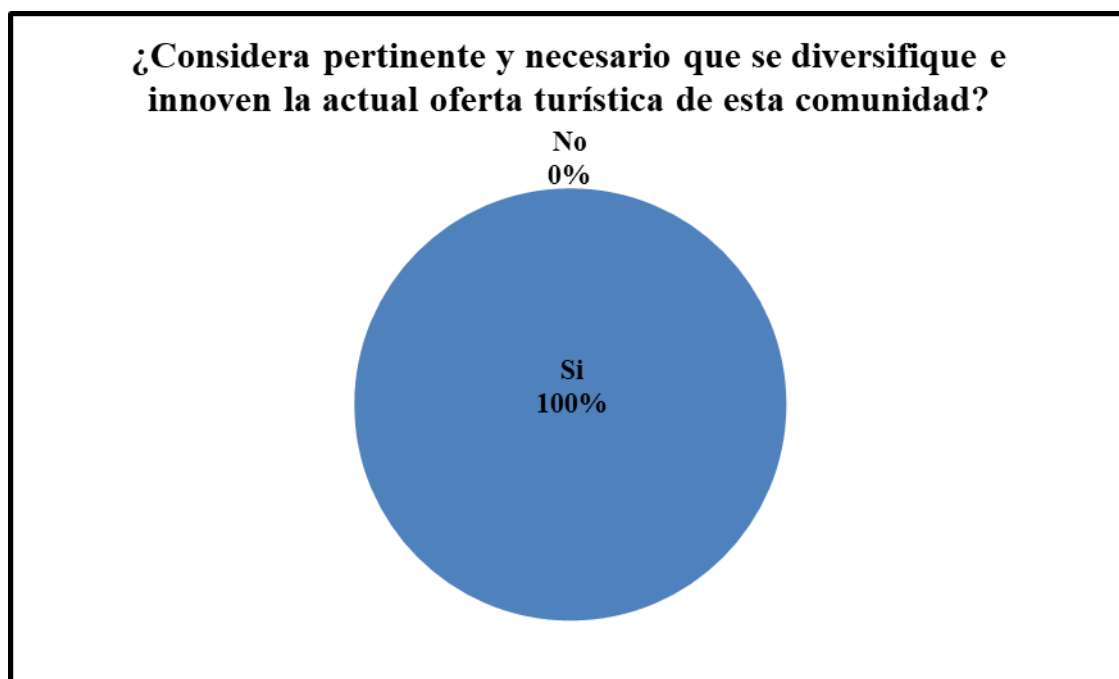


Figura 42. Diversificación e innovación de la comuna

Análisis e interpretación: Los turistas encuestados indicaron al (100%) que es necesario diversificar e innovar las ofertas turísticas de la Comuna Palmar porque esas pequeñas cosas son las que llaman a la atención del usuario generando un desarrollo tanto para el país entero como a los pequeños balnearios que no cuentan con un plan adecuado para mejorar tanto su economía como su desarrollo.

Capítulo 4

4.1. Propuesta del Proyecto

La elaboración del siguiente plan estratégico tiene como fin obtener un sistema innovador para la Comuna Palmar que ayude al desarrollo social del sector incrementando el emprendimiento con estrategias claves, adecuadas a la demanda del sector de esa manera corregir algunas falencias que actualmente tiene la comuna. Para la creación del plan estratégico se ha establecido cuatro componentes principales que van conectados entre sí, ya que, de acuerdo a la investigación realizada tanto en los libros académicos como en el estudio de campo, se ha permitido diseñar un nuevo sistema de organización para la Comuna, un

sistema que ayudará a integrar a la comunidad tanto a jóvenes como adultos mejorando la productividad de la Comuna.

4.2. Matriz de marco lógico

Plan Estratégico para el desarrollo Turístico en la Comuna Palmar			
MATRIZ MARCO LÓGICO			
Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos (Riesgos)
FIN:			
Obtener un sistema estratégico e innovador para la Comuna Palmar que ayude al desarrollo y emprendimiento	El proyecto se llevara a cabo durante el periodo de marzo del 2018 en la cual tendrá una duracion de un año para el estudio e implementacion	A través del informe estadístico general que presenta las entidades municipales (municipio, prefectura) sobre el desarrollo economico de cada sector de la Provincia de Santa Elena	Estabilidad social y economica
PROPÓSITO:			
Desarrollar un Plan Estratégico para el desarrollo Turístico en la comuna Palmar con la finalidad de aumentar el emprendimiento.	Logrando disminuir 70% la escases de empleo y trabajo informal	A través del informe que presenta mensualmente la casa comunal Palmar sobre las actividades y estadísticas de ingreso y produccion del setor.	Capacitaciones activas periodicamente hacia los comuneros
COMPONENTES			
Realizar el estudio para mejorar el sector turistico junto al desarrollo social y economico de la comuna Palmar, de esa manera exista una correcta asesoria por parte de los dirigentes.	Indice de incremento de un 80% de visitas turisticas para el sector. Disminución de un 80% de la falta de asesoria.	A través del informe que presenta mensualmente la casa comunal Palmar sobre las actividades y estadísticas de ingreso y produccion del setor.	El Plan Estrategico debe ir actualizandose de acuerdo a la demanda del sector
Organizar y capacitar a los comuneros y organizaciones para el mejoramiento turístico del balneario.	Disminución de un 60% de la falta de organizaciones y personal dispuesto a aprender	A través de entrega de los certificados de asistencia para los comuneros y organizaciones	
Analizar el potencial turistico de la comuna y Establecer planes de emprendimiento para su desarrollo de acuerdo a los requerimientos del sector	Disminución de un 70% de deficiencia en la infraestructura del sector. Incremento de un 70% de microempresas que benefician al sector a través del turismo	A través del informe estadístico por parte de entidades municipales (municipio, prefectura) de la Provincia de Santa Elena	
Crear la respectiva página web oficial que represente a la comuna, promocionando el sector y los servicios que ofrecen las organizaciones registradas	Incremento de un 80% de popularidad del sector a traves del plan estrategico	A través del informe estadístico general y la cantidad de registros de nuevos servicios por medio del sitio web.	

ACTIVIDADES			
COMPONENTE 1	1.000,00		
Actividad 1.1 Realizar el respectivo proceso del plan estrategico: Identificar la mision, vision para la comuna. Análisis interno y externo	1.000,00	Por medio de la presentación del proyecto aprobado por la comuna.	Que no exista una retroalimentacion periodicamente para el seguimiento del plan estrategico.
COMPONENTE 2	1.000,00		
Actividad 2.1 Organizaciones encargadas de diversificar, innovar y promocionar el sector	1.000,00	A través de los informes que presentan mensualmente a la casa comunal Palmar.	La falta de recurso economico suficiente para llevar a cabo la propuesta
Actividad 2.2 Centros de informacion y atencion hacia los turistas	1.163,00	Centros de información equipados para la atención de los turistas.	La falta de recurso economico suficiente para llevar a cabo la propuesta
COMPONENTE 3	25.700,00		
Actividad 3.1. Realizar la secuencia de desarrollo de un producto turistico y adecuar los atractivos turísticos	25.000,00	A través del informe mensual de recursos turisticos por parte de entidades municipales	La falta de identificación de todos los recursos turísticos.
Actividad 3.2. Crear una guia para nuevos emprendimientos y gestion de los servicios imprescindibles para la comuna	700,00		La falta de interés en desarrollar nuevas propuestas de emprendimiento.
COMPONENTE 4	0,00		
Actividad 4.1. Establecer convenios con instituciones públicas y privadas que deseen invertir en la comuna junto a la promoción por medio de la página web	-	A través del informe que presenta mensualmente la casa comunal Palmar	La falta de interés en la inversión turística junto a la falta de recurso economico suficiente para llevar a cabo la propuesta.
TOTAL	27.700,00		

4.3. Planificación: Diagnóstico de la situación actual y futuro deseado

Se realizará el estudio para mejorar el sector turístico junto al desarrollo social y económico de la Comuna, analizando el diagnóstico de la situación actual para conocer cómo se encuentra y hacia donde se quiere llegar en un futuro deseado. Creando un modelo de negocios con liderazgo e incentivando a la participación de todos los sectores de la comuna de esa manera exista una correcta asesoría por parte de los dirigentes.

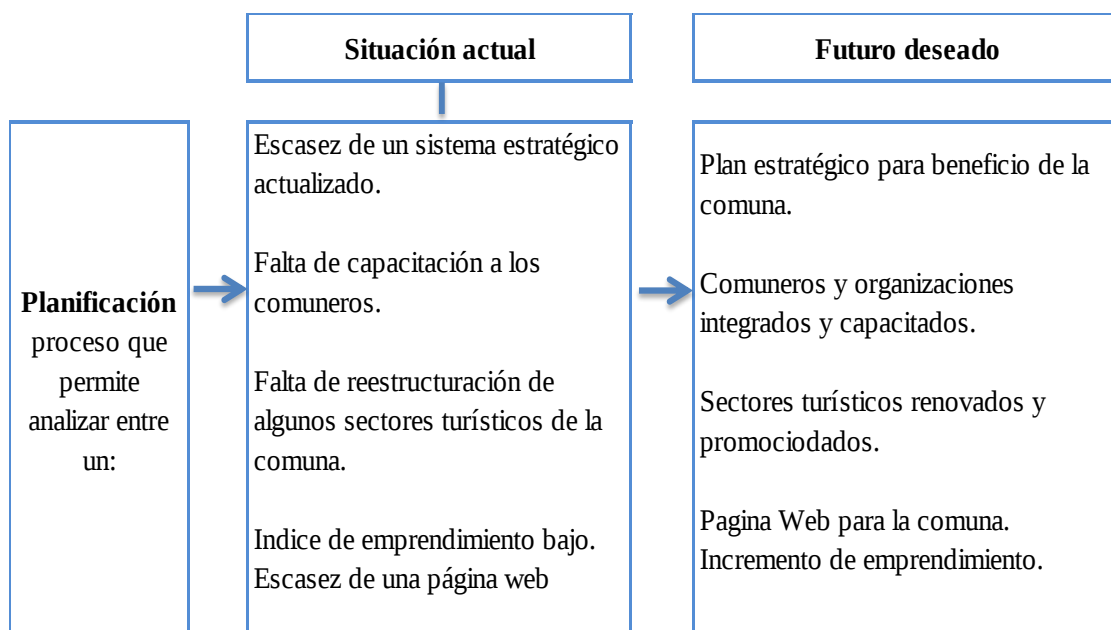


Figura 43. Diagnóstico de la situación actual y futuro deseado
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

4.2.1. Actividad del componente uno

Se realizará el respectivo proceso del plan estratégico como es la identificación de la misión, visión y el análisis interno y externo para tener claro los requerimientos que se necesitan de esa manera alcanzar los propósitos, identificando las fortalezas y debilidades, las oportunidades y amenazas que tiene la Comuna Palmar, disminuyendo la falta de asesoría y mejorando la popularidad del balneario.

4.2.1.1. Misión, visión y valores para la Comuna Palmar.

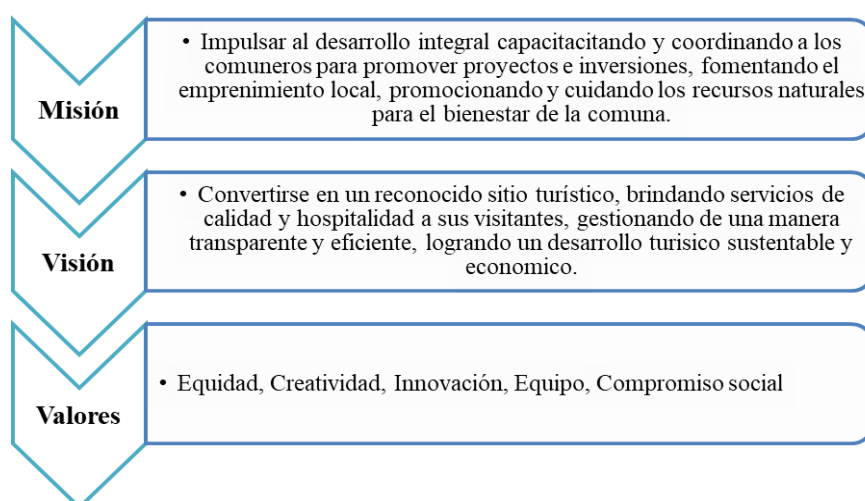


Figura 44. Misión, visión y valores para la Comuna Palmar.
Elaborado: Ximena Franco Muñoz.

4.2.1.2. Análisis interno y análisis externo

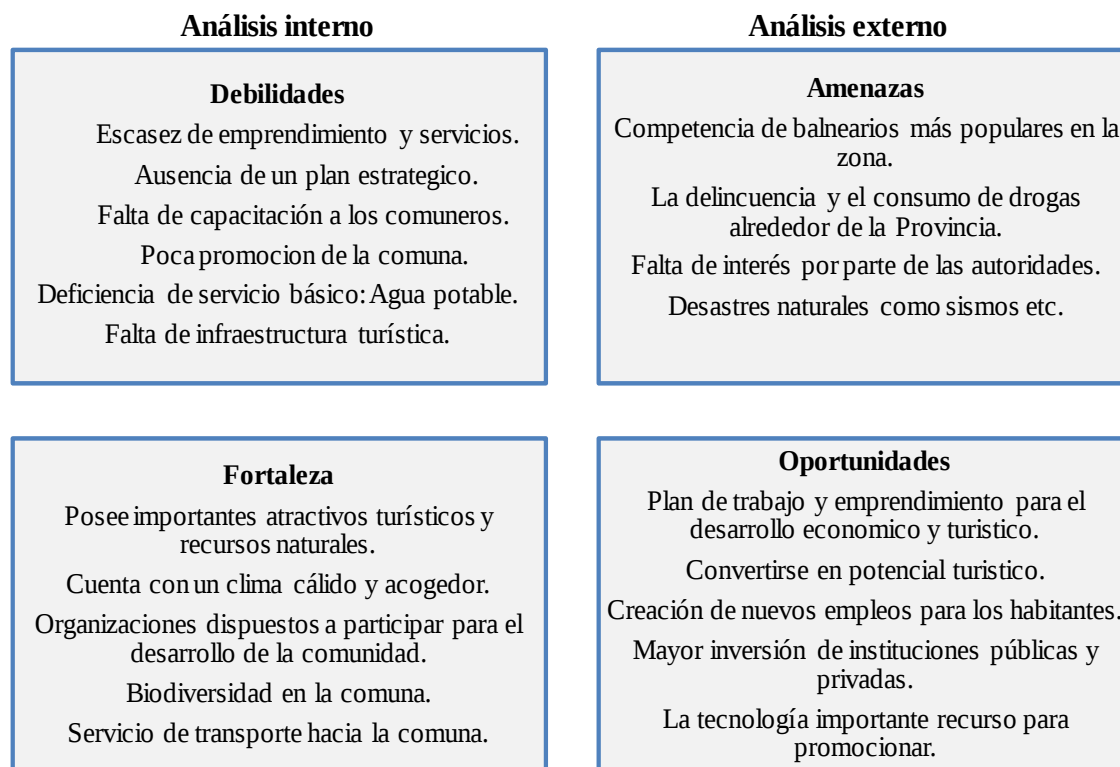


Figura 45. Análisis interno y análisis externo
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

4.4. Elaboración de Estrategias

Luego de realizar el diagnóstico actual y conocer cuáles son los recursos necesarios para cubrir algunas carencias que tiene la comuna palmar, se han establecido principales estrategias en un orden que favorecerá para el mejoramiento del sector y cumplir con el futuro deseado. Por lo tanto, de acuerdo con el estudio de campo realizado junto a la recolección de datos, unas de las principales actividades como estrategia son la organización y capacitación de los comuneros y organizaciones que son fundamentales para el mejoramiento turístico y sustentable en la cual están dispuestos a aprender las tácticas necesarias para gestionar en las organizaciones o micro emprendimiento existentes o futuro.

4.3.1. Actividades estratégicas del componente número dos.

En la siguiente actividad el primer paso a realizar es el respectivo registro de todas aquellas organizaciones o microemprendimiento existentes, dispuestas a formar parte de un

método administrativo innovador que les permitirá tener un sistema actualizado y funcional por medio de la casa comunal de la misma manera existirán oportunidades para los nuevos emprendedores, punto que se examinará en el componente número tres. El formato del registro se encuentra en los anexos número 6.1.4

Las capacitaciones se tratarán de los principales temas de:

- ✓ Emprendimiento y sus funciones administrativas
- ✓ Así como el correcto manejo financiero de sus inversiones y ganancias,
- ✓ Conocerán las tácticas de marketing para promocionar los negocios junto al sector turístico de la comuna.
- ✓ Estudio de mercado, innovación, diversificación etc.

El respectivo registro en este innovador sistema busca tener la integración de aquellos emprendedores o futuro emprendedores que deseen instruirse sobre la actividad que realiza, para el bienestar tanto de la comuna como de sus integrantes ya que al existir un sistema organizado se podrá identificar de una manera rápida los recursos necesarios para tener un negocio estable, de la misma manera se podrá identificar aquellos servicios que carece la comuna palmar.

4.3.1.1. Tiempo de capacitación.

De acuerdo al plan estratégico el tiempo de capacitación para los que formen parte del sistema será de cuatro meses en la cual estará conformado por cuatro módulo donde cada mes se tocará un tema según el cronograma, por lo cual se ha escogido que sea tres veces a la semana en los días donde la actividad turística es más reservado ya que de esa manera no se verá interrumpido directamente las actividades del negocio o los servicios que se brindan en la comunidad.

CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN

	MÓDULO	TEMA GENERAL	DÍAS:			TOTAL DE CLASES AL MES	LUGAR	ENCARGADO
Primer mes	Módulo 1	Administración/Emprendimiento Liderazgo	Lunes	Martes	Miércoles	12	Casa comunal Palmar	Instructor Técnico
Segundo mes	Módulo 2	Finanzas/Rentabilidad etc	Lunes	Martes	Miércoles	12	Casa comunal Palmar	Instructor Técnico
Tercer mes	Módulo 3	Marketing	Lunes	Martes	Miércoles	12	Casa comunal Palmar	Instructor Técnico
Cuarto mes	Módulo 4	Calidad y servicio al cliente Proteccion al patrimonio natural del sector	Lunes	Martes	Miércoles	12	Casa comunal Palmar	Instructor Técnico
			Total de clases impartidas			48		

Figura 46. Cronograma de Capacitación.

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

MONTO DE LA CAPACITACIÓN	
ENTE RESPONSABLE	MONTO
EQUIPO TÉCNICO	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 1.000,00

Figura 47. Monto de la Capacitación

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

Al finalizar las capacitaciones se le otorgará a cada miembro registrado un certificado de emprendimiento validado por el equipo técnico y personal administrativo de la comuna.

4.3.1.2. Creación de centro de información.

La comuna palmar no cuenta con un centro de información específico encargado de brindar atención a los turistas que llegan por primera vez y desean conocer o tener una guía del balneario ya que por el momento la casa comunal solo brinda información básica como la historia de la comuna o realización de trámites, por tal motivo la segunda estrategia que se ha considerado aplicar en el proyecto de investigación es la creación de un centro de información turístico para cumplir con el requerimiento de los turistas.

Para la creación del centro de información turístico se ha considerado utilizar los recursos que se encuentran disponibles y al alcance tanto de los directivos como de los comuneros que faciliten la elaboración de este, la casa comunal cuenta con locales

desocupados donde puede ser útil y remodelado para el centro de información donde se implementara el respectivo equipo de oficina para la comodidad de los visitantes. Cuando el centro se encuentre constituido tendrá a su disposición el manejo del registro de los negocios existentes y registrará los emprendimientos futuros.

Casa comunal de palmar



Figura 48. Casa comunal de Palmar.

Fuente: Comuna Palmar.

En el componente número tres se tratará sobre temas que ayudarán a tener una información precisa y adecuada para los turistas y para las organizaciones que busquen formar parte de él.

COSTO DE EQUIPO DE OFICINA

Materiales	Costo
Escritorio de Trabajo	\$ 160,00
Silla de Oficina	\$ 28,00
Sillas de Salas de Espera	\$ 130,00
Archivadores	\$ 120,00
Laptop	\$ 395,00
Computador	\$ 255,00
Software para la creación de pulicidad	\$ 50,00
Materiales de Oficina	\$ 25,00
Total	\$ 1.163,00

Figura 49. Costo de Equipo de Oficina
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

4.3.1.3. Diseño del centro de información turístico en la Comuna Palmar



Figura 50. Diseño del centro de información
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz



Figura 51. Diseño del centro de información
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz



Figura 52. Diseño del centro de información
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz



Figura 53. Diseño del centro de información
Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

4.3.2. Actividades estratégicas del componente número tres

En este paso se analizará el potencial turístico que tiene la comuna de los principales recursos naturales que posee el sector, con la condición de conocer cómo se encuentra el estado actual del patrimonio cultural en la cual se hará un modelo de reorganización para que exista un control y cuidado de estos recursos, haciendo las debidas modificaciones para que el resultado sea positivo logrando crear una guía de actividades recreativas que capten la atención de los turistas dando oportunidad a los habitantes de tener un mercado de trabajo activo.

Todas aquellas organizaciones, comuneros y jóvenes que tienen visión de emprendimiento e ideas innovadoras no tendrán la necesidad de migrar a otros lugares para llevar a cabo sus metas al contrario ayudará a que la comuna tenga un desarrollo sustentable y una estabilidad económica; pero para que no exista una aglomeración de un mismo servicios las personas emprendedoras deberán ser registradas y asesoradas como se especificó en la actividad número uno con la finalidad de que la comuna pueda ofrecer al mercado un servicio variado de acuerdo a los requerimientos que presenta la comuna, creando un segmento novedoso y recreativo para los turistas obteniendo una ventaja en el sector turístico especialmente dentro de la Provincia de Santa Elena.

4.3.2.1. Secuencia de desarrollo de un producto turístico

A continuación, se mencionará cada recurso turístico, lo más relevante y se detallará el estado actual como los puntos positivos y negativos realizando un rediseño de los recursos que presenten falencias o necesiten un cambio. En los anexos se podrá apreciar las fotos de los lugares que han sido reconstruidos y arreglados, pero por el momento se mostrarán las partes que no han sido regeneradas junto al diseño que se desea tener en un futuro para el producto turístico tenga un valor mucho más alto.

➤ Malecón de Palmar

Estado	Aspectos positivos	Aspectos negativos	Rediseño del producto turístico
Hace un poco más de un año se realizó la reestructuración del malecón por parte de la Prefectura de Santa Elena	Construcción de Restaurantes en el centro. - Regeneración del parque. - Asfaltado de la vía. - Construcción de aceras y bordillos. - Adoquinamiento vehicular y peatonal. Estas obras son de gran ventaja para la captación de turistas.	Por temas de presupuesto el proyecto no cubrió la regeneración de todos los sectores. Uno de los sectores no regenerado forma parte del malecón. No es favorable en tiempo de lluvias. Puntos de desventaja para la actividad turística	Mejorar los sectores no regenerados. Crear un ambiente seguro y acogedor como: - Cámaras de seguridad. - Solicitud de UPC. - Instalaciones de áreas recreativas. - Áreas forestales. - Parqueaderos. - Tableros de información etc.

Figura 54. Detalle del estado del Malecón de Palmar

➤ Estado actual del sector no regenerado



Figura 55. Estado actual del malecón de Palmar.

Fuente: Ximena Franco Muñoz

➤ Rediseño

Este espacio es el que se encuentra en el lado sur del malecón en la cual aun falta de reorganizar y este diseño ha sido elaborado para que se pueda apreciar los cambios que son esenciales para el desarrollo de la comuna, al tener una buena infraestructura para el bienestar de los habitantes se está protegiendo los derechos como lo indica el plan nacional el buen vivir e incentivando al avance comunitario integrando a todos los interesados en formar parte de un sistema organizado.



Figura 56. Vista central de la parte sur del malecón.

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz



Figura 57. Vista frontal hacia el retén de la marina.

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz



Figura 58. Creación de centros recreativos en espacios libres.

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

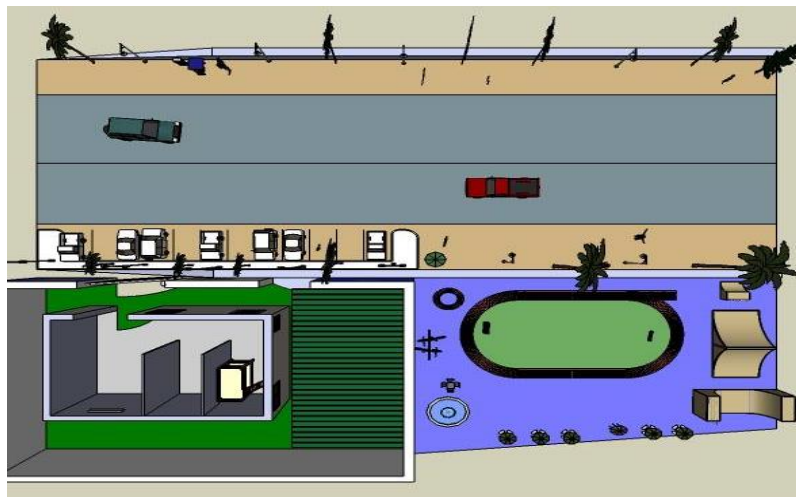


Figura 59. Vista aérea del malecón.

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

➤ **Playa.**

Este recurso turístico es uno de los patrimonios más apreciados por la ciudadanía en especial porque está rodeada de dos grandes cerros formando una cuna donde en cada extremo de la playa posee recursos naturales en este caso el manglar y el rompe olas, logrando tener una hermosa vista extensa y amplia a la orilla del mar.

Estado	Aspectos positivos	Aspectos negativos	Rediseño del producto turístico
La Playa se encuentra en actividad donde el mayor porcentaje de las visitas es por esta área turística pero no se ha elaborado una reestructuración del lugar.	Extensa área playera. - Existe la actividad pesquera en el manglar. - Clima cálido. - Servicio gastronómico en el sector centrico de la comuna frente a la playa. - En la parte regenerada del malecón se puede apreciar una buena vista de la costa.	No se ha regenerado normas para el cuidado de este recurso turístico. - Escasez de algunos servicios para la comodidad tanto de los habitantes y visitantes dentro de la zona playera. - Falta de alumbrado en la zona del manglar y rompe olas	Mejorar las áreas principales de la playa que no han sido reestructuradas: - Torre/caseta salvavidas. - Mirador de mar, en muelles y embarcaderos (rompe olas). - Equipos de limpieza para el cuidado de la playa etc.

Figura 60. Estado de la playa de Palmar.



Figura 61. Rompe olas ubicado en el sector sur.

Fuente: Ximena Franco Muñoz.

Rediseño

Como se puede apreciar en las imágenes el área se encuentra disponible para todo público pero durante los últimos años no ha existido una remodelación para la seguridad y comodidad de los que gusten visitar este sector por lo tanto se mostrara los posibles cambios que se pueden implementar para que el recurso turístico incremente su valor y su popularidad.

Vista frontal del rompe olas

Vista interna del rompe olas

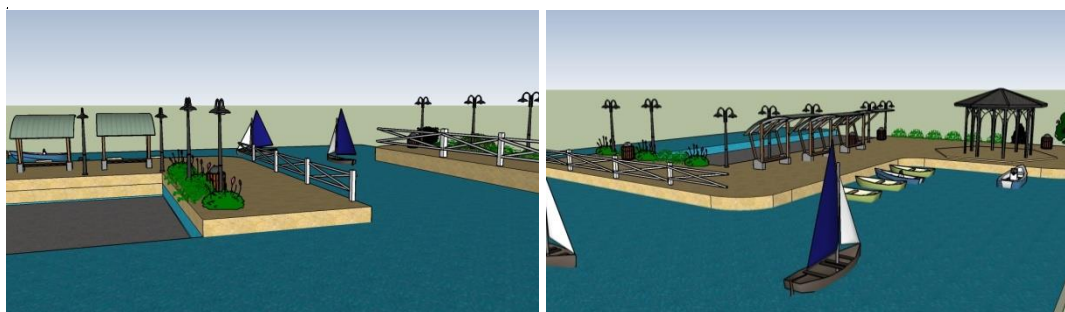


Figura 62. Vista frontal y vista interna del rompe olas.

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

Vista aérea del rompe olas

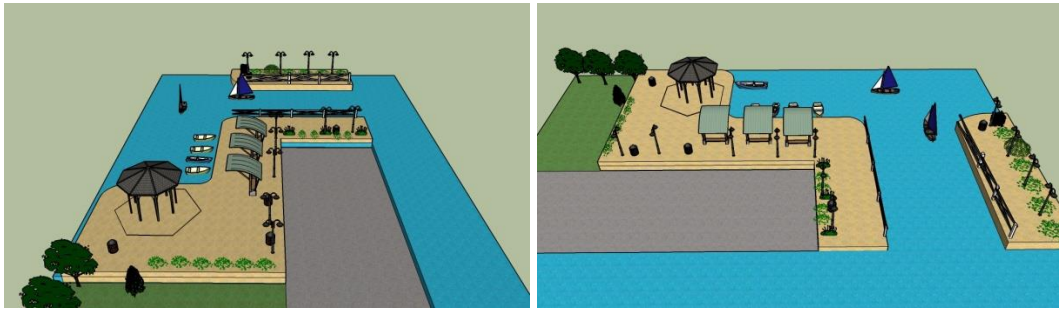


Figura 63. Vista aérea del rompe olas

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

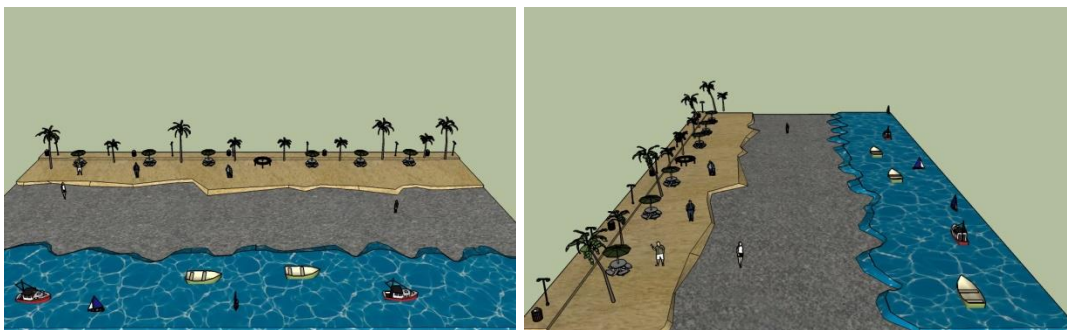
Se ha diseñado cambios básicos para la seguridad y cuidado del lugar implementando materiales de aseo, alumbrado público, mallas de protección para los niños asientos con sombrillas son cosas esenciales, básicas e importantes para mejorar la apreciación del lugar.

Vista del mar céntrico



Fuente: Ximena Franco Muñoz

Rediseño de la vista el mar céntrico



Elaborado por: Ximena Franco Muñoz.

➤ Los Cerros e Iglesias

Como es de conocimiento la comuna palmar posee dos cerros en el sector norte el cerro Hangahuel y en el sector sur el cerro María Gual en la cual está construida el Santuario Nuestra Señora de Fátima donde recibe cada año un gran porcentaje de visitas por católicos de todas partes y también por personas interesadas en el novedoso diseño debido a que su arquitectura representa a cada simbología bíblica en la cual es único en la Provincia de Santa Elena, ambos cerros son apreciados por la comunidad ya que desde sus alturas se puede tener la vista absoluta de toda la comuna y parte de las comunidades vecinas que forman parte de la ruta del Spondylus.

Estado	Aspectos positivos	Aspectos negativos	Rediseño del producto turístico
El área que mas visitas tiene es el cerro María Gual donde durante el ultimo año ha tenido una restructuración vial para llegar al cerro y al santuario.	Cerro Hangahuel: - Vista área del sector norte de la ruta del spondylus. - Se tiene contacto directo con la naturaleza. Cerro María Gual e Iglesia: - Vista área del sector sur de la ruta del spondylus. - Influencia turística por visitas al santuario. - Vías de accesos vial regenerado.	Cerro Hangahuel: - Falta de regeneración a las vías. - No hay una vía peatonal 100% estructurada para los visitantes. Cerro María Gual e Iglesia: - Las escaleras para los peatones se encuentran deterioradas. - No hay un perímetro exacto como mirador.	- Regenerar las vías vehicular y peatonal. - Crear miradores como seguridad para los turistas. - Mejorar las escaleras del santuario para la seguridad de los visitantes.

Vista desde los cerros de la comuna

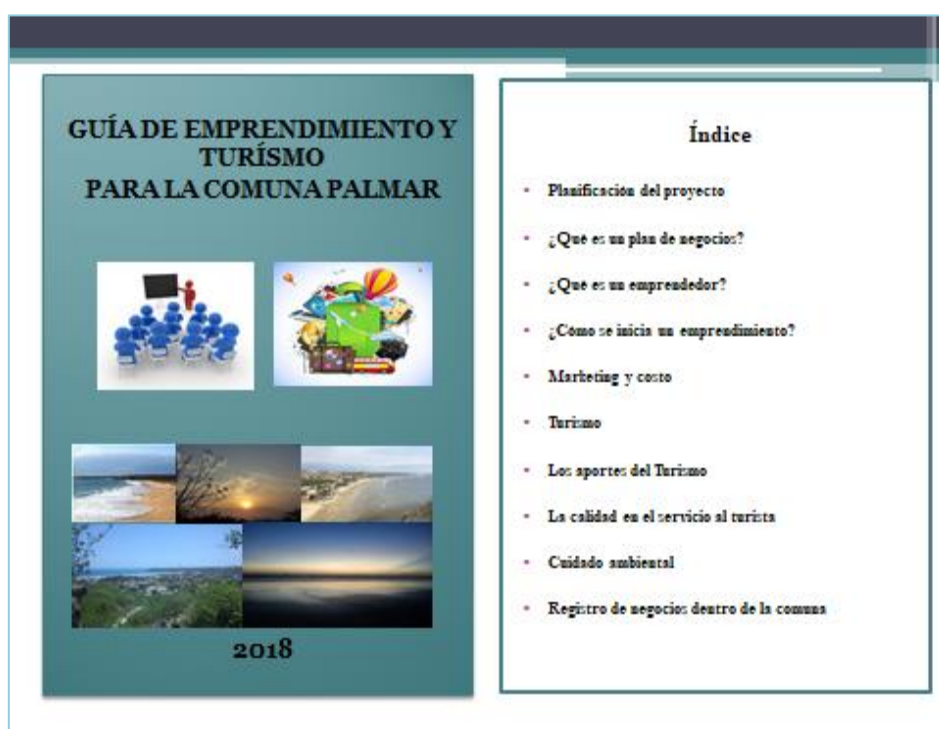


Fuente: Ximena Franco Muñoz

Para el mejoramiento de estos sectores de acuerdo al análisis es necesario implementar vías de acceso tanto peatonal como vehicular y para una mejor vista área sería de gran ventaja las instalaciones de miradores para cuidar la seguridad de todos.

4.3.2.2. Guía para nuevos emprendimientos

La guía para nuevos emprendimientos tiene como función brindar toda la asesoría necesaria a todas aquellas personas que deseen formar parte del sistema estratégico tal como se explicó en el componente número dos.



Elaborado por: Ximena Franco Muñoz.

En la cual se les entregara un folleto con temas esenciales acerca de planificación, emprendimiento y turismo que será de autoayuda para la persona interesada en emprender pero no tiene los conocimientos suficientes o no se siente capacitado para llevarlo a cabo, junto a este folleto tendrá disponible una cartilla de registro y sugerencia que sirve para conocer qué negocio es favorable y factible para el emprendedor facilitando las decisiones que no estén claras, mostrándole que sector necesita un servicio o cual es el sector que tiene más actividad. De esta manera la comuna está logrando cubrir aquellos servicios que son

escasos o hacen falta en la comunidad y haciendo que la competencia no sea tan alta entre ellos y cubriendo la demanda de los turistas.

Registro de negocios dentro de la comuna Junto A los sectores con mas actividad												
Sectores	Tipos de Negocios											
	Artesanías	Barar	Bath de agua	Cyber	Entretelimento			Hotelaria	Parque acuático	Restaurant	Tienda de víveres	Sector con más actividad
					Discotecas	Karaoke	Juegos Azules					
Santa Rita		2	1	2							3	x
Santa Verónica							1					
Santa Maria												
Las Mercedes												
Los Esteros	2			3	1					2	4	x
Las Conchas												
Cristo del Consuelo												
Pablo Maria												
16 de Julio	2	3	2	1				2		6	2	x
Cruce de Palmer												
Pueblo Nuevo												

Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

Con lo establecido y regenerado se podrá tener una ventaja muy importante en el mercado turístico ya que gracias a los recursos turísticos se podrá crear una ruta de excursión y ciclismo dentro de la comuna para que los turistas puedan conocer el patrimonio y biodiversidad que posee la comuna y a la mismo tiempo los emprendedores de la comuna podrán ofrecer sus servicios dentro de la ruta de excursión.

4.3.3. Actividad estratégica del componente número cuatro

El último componente estratégico es la creación de la página web oficial para la comuna con la finalidad de promocionar digitalmente el sector turístico llegando la oferta turística a todas partes sin restricción alguna y con un costo mínimo de promoción.

4.3.3.1. Creación de la página web oficial de la comuna

En la página web oficial se podrá acceder a toda la información que deseen de la comuna como historia, actividades turísticas, recursos turísticos, calendario de festividades

que se celebran dentro de la comuna, costumbres, servicios turísticos e incluso los entes privados o públicos interesados en invertir en la comuna podrán tener atención directa con los directivos de la comuna creando convenios entre ellos e incluso con las demás comunidades diversificando el mercado turístico en la Provincia de Santa Elena, además de tener una relación directa con los entes municipales tanto de la prefectura como el municipio para que compartan en sus redes la información de la comuna por medio de la página web dando promoción y popularidad a todos los que se encuentren registrados en el sistema.



Elaborado por: Ximena Franco Muñoz

Con la realización de estos componentes se estará promoviendo la actividad empresarial con la integración de los habitantes de la Comuna Palmar cuidando el bienestar e incrementado el índice de producción obteniendo como resultado un desarrollo económico y sustentable.

Conclusión

El plan estratégico ayuda a gestionar y diseñar de una manera organizada buscando soluciones y ventajas en las organizaciones por esa razón la elaboración del plan estratégico ha sido de gran importancia ya que de acuerdo al estudio realizado en la Comuna Palmar se ha podido recolectar información precisa para conocer cuáles son los factores que están afectando a la comuna en la cual evita que tenga un amplio desarrollo social y económico por lo tanto se ha logrado conocer cuáles son las necesidades que presenta logrando crear componentes esenciales para la elaboración del proyecto .

Con los datos recolectados de la comuna se ha podido crear un plan estratégico adecuado para la comunidad creando estrategias que son fundamentales entre ellas para poder tener un resultado positivo beneficiando a la comunidad en general y logrando que la actividad turística tenga un crecimiento gracias a un sistema organizado permitiendo que la comuna tenga un desarrollo económico y sustentable, el plan estratégico busca integrar a la comunidad para que los habitantes tengan conocimiento de las decisiones que se toman y formen parte de esta organización formando personas capacitadas y preparadas para resolver diversos inconvenientes con liderazgo y trabajo en equipo.

Con un plan estratégico bien elaborado lograra cumplir con los objetivos planteados y puede ser modelo a seguir para las comunidades que presenten inconvenientes similares en su desarrollo ya que el plan estratégico nos permite tener conciencia de lo importante que es mantener un sistema organizado y cuidar los recursos que ayudan al crecimiento de la comunidad de una manera responsable.

Recomendación

- Continuar con un sistema estratégico e innovador que beneficie a la comuna de esa manera seguir integrando organizaciones para el cuidado y regeneración de los recursos turísticos así proteger el patrimonio natural de la comunidad y seguir brindando un servicio de calidad a los visitantes.
- Fomentar talleres de capacitación para que los habitantes de la comuna tanto jóvenes y adultos se encuentren apto para tomar decisiones de liderazgo de esa manera llevar a cabo las ideas innovadoras que beneficien a la comunidad.
- Desarrollar nuevas estrategias de acuerdo a los cambios que se producen en el mercado turístico para que de esa manera continúe con un sistema actualizado cumpliendo con los requerimientos y la demanda turística en la Comuna Palmar.
- Promover campañas de cuidado ambiental para que los habitantes tengan conciencia y conocimiento sobre la importancia de proteger aquellos recursos naturales que son imprescindibles para el desarrollo sustentable de la comuna.

Referencia

Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica. (03 de 06 de 2015). *Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica*. Obtenido de Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica: <http://www.andes.info.ec/es/etiquetas/ecuador-potencia-turistica>

Aguilar, J. U. (8 de 02 de 2013). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/jehuuzielmoralesaguilar/6-definiciones-de-administracion-por-diferentes-autoreshttps://es.slideshare.net/jehuuzielmoralesaguilar/6-definiciones-de-administracion-por-diferentes-autores>

Altair. (2012). *La Elaboración del Plan Estratégico*. Altair Consultores.

Bonnie, E. (2 de 09 de 2015). *Wrike*. Obtenido de <https://www.wrike.com/es/blog/elementos-esenciales-plan-proyecto-perfecto-infografia/>

Cajal, M. (21 de Octubre de 2016). *Turismo 2.0 Marketing y Redes Sociales*. Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2016/10/marketing-turistico-10-tendencias-clave-para-tus-estrategias.html/>

Campos, A. E. (6 de 11 de 2013). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo-segun-varios-autores/>

Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones. (2012). *Administración Estratégica*. McGraw-Hill.

Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones. (2009). *Administración Estratégica*. McGraw-Hill.

Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización. (s.f.). Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización.

D General. (29 de 09 de 2016). *Concepto Definicion*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/desarrollo/>

David, F. R. (2012). *Administracio Estrategica*. Pearson Educacion.

- Euroaula. (177 de junio de 2014). *Euroaula*. Obtenido de <http://euroaula.com/blog/la-importancia-del-marketing-en-el-turismo/>
- Evelyn Tapia . (30 de 09 de 2015). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:
<http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-claves-desarrollo-turismo-economia.html>
- Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Colonche. (2015). Recuperado el 01 de 12 de 2015, de Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Colonche:
http://www.colonche.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=43
- Guia de la Calidad. (2017). *Guia de la Calidad*. Obtenido de Guia de la Calidad:
<http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>
- Harold Oyarvide Ramírez, I. N. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Scielo*.
- Hermenejildo, a. A. (2015). *Repositorio Upse*. Obtenido de Repositorio Upse:
<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2590/1/UPSE-TDT-2015-0033.pdf>
- Importancia. (02 de 2016). *Importancia una guia de ayuda*. Obtenido de Importancia una guia de ayuda: <https://www.importancia.org/turismo.php>
- Invest Ecuador Tourism. (2016). *Invest Ecuador Tourism*. Obtenido de Invest Ecuador Tourism: <http://investecuadortourism.com/turismo-sector-en-crecimiento/>
- John Mullins, Orville Walker, Harper Boyd, Jean Claude Larreche. (2007). *Administracion de Marketing*. McGraw-Hill Interamericana.
- Ley del Turismo. (s.f.). Ley del Turismo. 1-2-3-4.
- Matilde Rataric, Emiliano Caviglia, María Cristina Villa Reyes. (s.f.). *Organicemos las Ideas – Manual para Emprendedores Turísticos*. Argentina: Secretaría de Turismo de la Nación.

Ministerio del Turismo. (2007-2020). *Plan estratégico de desarrollo de turismo*.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (s.f.). Recuperado el 01 de 12 de 2015, de

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR:

<http://www.turismo.gob.ec/programa-de-calidad-turistica/>

Organización Mundial del Turismo OMT. (07 de 2016). *Organismo especializado de las*

Naciones Unidas. Obtenido de Organismo especializado de las Naciones Unidas:

<http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Organismo especializado de las Naciones Unidas*.

Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Ossorio, A. (s.f.). *Planeamiento Estratégico*.

Philip Kotler, Jesús García, Javier Flores, John T. Bowen, James C. Makens . (2011).

Marketing Turístico. Pearson.

Plan Nacional de Desarrollo . (2017-2021). Plan Nacional de Desarrollo . *Plan Nacional de Desarrollo* .

Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. (2014). *Manual para la elaboración de productos turísticos*. Editorial Arkabas.

Raf, D. (2 de 4 de 2014). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/no2vqyzuuxro/tipos-de-turismo-en-el-ecuador/>

República. (01 de 08 de 2014). *República*. Obtenido de República:

http://republica.gt/2014/08/01/eres-un-emprendedor_19f6b7/

Rivas García, J. (s.f.). *Dirección estratégica de empresas turísticas*. Septem Ediciones, S.L.

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: The McGraw-Hill.

Rosales, I. M. (2014). *Repositorio Upse* . Obtenido de Repositorio Upse :

[http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1499/1/TOMAL%C3%81%20ROSAL
ES%20INGERBOTH%20MARILYN.pdf](http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1499/1/TOMAL%C3%81%20ROSAL
ES%20INGERBOTH%20MARILYN.pdf)

Salinas, R. S. (2012). *Desarrollo Social Contemporáneo*. Obtenido de Desarrollo Social
Contemporáneo:

[http://clasev.net/v2/pluginfile.php/76812/mod_resource/content/2/Qu%C3%A9%20es
%20desarrollo.pdf](http://clasev.net/v2/pluginfile.php/76812/mod_resource/content/2/Qu%C3%A9%20es
%20desarrollo.pdf)

Santoyo, A. R. (2014). *EUMED*. Obtenido de EUMED: [http://www.eumed.net/libros-
gratis/2014/1364/estrategia.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/estrategia.html)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013-2017). *Plan Nacional de Desarrollo
/ Plan Nacional para el Buen Vivir* . Quito - Ecuador: Senplades.

Segovia, C. Q. (14 de 07 de 2012). *Montañita.com*. Recuperado el 01 de 12 de 2015, de
Montañita.com: [http://www.montanita.com/noticias-de-montanita/la-comuna-
palmar/10655](http://www.montanita.com/noticias-de-montanita/la-comuna-palmar/10655)

Suarez, C. A. (2014). *Repositorio Upse*. Obtenido de Repositorio Upse:

<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1252/1/PLAN%20DE%20MARKETING%20TUR%C3%8DSTICO%20PARA%20LA%20COMUNA%20PALMAR,%20CANT%C3%93N%20Y%20PROVINCIA%20DE%20SANTA%20%20ELENA,%20A%C3%91O%202014.pdf>

Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. PEARSON EDUCACIÓN.

Toselli, C. (2015). Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. *Turydes: Turismo y
Desarrollo*.

Tourism & Leisure - Europraxis. (2007-2020). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE
DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR “PLANDETUR
2020”*. Ministerio de Turismo.

Tourism & Leisure – Europraxis. (2013). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Universidad Salesiana de Bolivia. (s.f.). *Aula Virtual de la Universidad Salesiana de Bolivia*.

Obtenido de Aula Virtual de la Universidad Salesiana de Bolivia:

<http://virtual.usalesiana.edu.bo/web/practica/archiv/u7.pdf>

William Staton, Michael Etzel, Bruce Walker. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill Companies.

Anexos

Anexo A



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL



TEMA: Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna costera Palmar –
Provincia de Santa Elena, año 2017.

OBETIVO: Desarrollar un Plan Estratégico para el desarrollo Turístico en la
comuna Palmar con la finalidad de aumentar el emprendimiento.

Encuesta dirigida a los habitantes del balneario

***Marcar con X la respuesta.**

DATOS GENERALES DE LA POBLACIÓN

1.- Género

Masculino

Femenino

2.- Edad

De 15 a 20

De 21 a 26

De 27 o más

3.-Nivel de instrucción

Primaria

Secundaria

Superior

4.- Profesión:

5.- ¿Cuál es la actividad laboral en la que se dedica?

Comerciante

Pesca

Artesano

Microempresario

Obrero

Otros

6.- ¿Considera usted que el turismo es una alternativa de desarrollo para la Comuna Palmar?

Sí

No

7.- ¿Cómo califica la actividad turística de la Comuna Palmar?

Regular

Buena

Excelente

8.- ¿Cuáles son los factores que usted considera que impiden que la comunidad tenga un desarrollo turístico?

Falta de estrategias ☐

Inseguridad ☐

Carencia de servicios ☐

Escasez de publicidad ☐

Falta de infraestructura ☐

Vías de acceso ☐

9.- ¿Qué tipo de servicios turístico ofrece la comunidad?

Restaurante ☐

Hoteles ☐

Centro de entretenimiento turístico ☐

Centro de información ☐

Discotecas ☐

10.- ¿Considera usted que los directivos de la comuna deberían capacitar más a los habitantes para mejorar el desarrollo turístico?

Sí

No

11.- ¿Está usted de acuerdo que existan alternativas estratégicas que ayuden al emprendimiento por parte de los habitantes?

Sí

No

12.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de proyectos que regulen la actividad turística?

Sí

No

13.- ¿Considera necesario la diversificación, innovación y promoción de la actual oferta turística en su comunidad?

Sí

No

14.- ¿Según su criterio que debería mejorar en esta comunidad?

Servicios turísticos

☐

Servicios básicos

☐

Seguridad

☐

Vías de acceso

☐

Otros

☐

15.- ¿Qué tipos de atractivos turístico naturales o culturales que existen en la Comuna Palmar debería mejorar o ser promocionada?

Playa (rompe olas, manglar)

☐

Cerros

☐

Parques Acuáticos

☐

Parques

☐

Iglesias

☐

Otros

☐

16.- ¿Considera usted que es importante desarrollar el turismo comunitario en Palmar?

Sí

No

17.- ¿Los habitantes de Palmar tienen oportunidad de trabajo en la comunidad?

Sí No

18.- ¿Usted ha tenido iniciativa para emprender en un negocio?

Sí No

18. a.- Si su respuesta es Sí ¿Qué es lo que le ha impedido emprender un negocio?

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| Falta de asesoría | ☐ |
| Falta de Conocimiento | ☐ |
| Capital | ☐ |
| Otros | ☐ |



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL



TEMA: Plan estratégico de desarrollo turístico para la comuna costera Palmar –
Provincia de Santa Elena, año 2017.

OBETIVO: Desarrollar un Plan Estratégico para el desarrollo Turístico en la
comuna Palmar con la finalidad de aumentar el emprendimiento.

Encuesta dirigida a los turistas

***Marcar con X la respuesta.**

Encuesta dirigida a los turistas

DATOS GENERALES DEL TURISTA

1.- Género

Masculino

Femenino

2.- Edad

De 15 a 20

De 21 a 26

De 27 o más

3.- Lugar de procedencia

- | | | | |
|--------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| Costa | ☐ | Extranjero | ☐ |
| Sierra | ☐ | | |
| Oriente | ☐ | | |
| Reg. Insular | ☐ | | |

4.- ¿Cuál es la frecuencia con la que visita la provincia de Santa Elena?

- En feriados ☐
- Cada semana ☐
- Vacaciones ☐
- Cada mes ☐
- Una vez al año ☐

5.- ¿Quiénes le acompañan en su visita?

- Solo ☐
- Amigos ☐
- Familia ☐
- Otro ☐

6.- En el caso de viajar acompañado, ¿cuántas personas suelen viajar con usted?

2 a 4

5 a 8

9 en adelante

7.- De las siguientes opciones cuales son los motivos por los que visita esta provincia.

Turismo

Negocio

Descanso

Otro _____

8.- ¿Qué sitios turísticos de la provincia de Santa Elena ha visitado?

Salinas

Libertad

Santa Elena

Ballenita

Punta blanca

San pablo

Monteverde

Palmar

Ayangue

Montañita

Olon

Otro.

9.- ¿Conoce usted la Comuna Palmar? Si su respuesta es afirmativa por favor continúe con la encuesta, en caso contrario gracias por su colaboración.

Sí

No

9. a- ¿Con que frecuencia visita la Comuna Palmar?

Rara vez

Casi siempre

Siempre

10.- ¿Cómo conoció usted la existencia de esta comunidad?

Familiares

Amigos

Internet

Trabajo

Prensa escrita

Promoción Medios televisivos

11.- ¿Qué es lo que más le llamó la atención o le gusto de la Comuna Palmar?

Playa (rompe olas, manglar)
santuario)

Los cerros (maría guale, angahuel,

Cultura (tradiciones)

12.- En base a su visita en la Comuna Palmar, ¿Cómo califica usted su estancia?

Regular

Buena

Excelente

13.- ¿Los servicios que ofrece la comunidad, considera que son?

Regular

Buena

Excelente

14.- ¿Considera usted suficiente la calidad de la actual oferta de los servicios, productos y actividades que se ofertan en la comunidad de Palmar?

Sí

No

15. ¿Si tuviera la oportunidad de regresar a esta comunidad lo haría?

Sí

No

16. ¿Cuenta la comunidad con lugares propicios para la diversificación de actividades recreacionales?

Sí

No

17. ¿Considera pertinente y necesario que se diversifique e innoven la actual oferta turística de esta comunidad?

Sí

No

Anexo B

Ley del turismo

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

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

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de

LEY DE TURISMO - Página 1
eSilec Profesional - www.lexis.com.ec



No imprimir este documento a menos que sea absolutamente necesario



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

Anexo C

Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización

CAPITULO IV DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;

LEY DE TURISMO - Página 3
eSilec Profesional - www.lexis.com.ec



No imprimir este documento a menos que sea absolutamente necesario



4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

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

La sede del gobierno autónomo descentralizado provincial será la capital de la provincia prevista en la respectiva ley fundacional.

Art. 41.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado provincial las siguientes:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial provincial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas provinciales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- c) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción provincial;
- d) Elaborar y ejecutar el plan provincial de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;
- e) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y, en dicho marco, prestar los servicios públicos, construir la obra pública provincial, fomentar las actividades provinciales productivas, así como las de vialidad, gestión ambiental, riego, desarrollo agropecuario y otras que le sean expresamente delegadas o descentralizadas, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad;
- f) Fomentar las actividades productivas y agropecuarias provinciales, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;
- g) Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución en el marco de sus competencias;
- h) (Reformado por el num. 2 de la Disposición Reformativa Primera de la Ley s/n, R.O. 790-S, 5-VII-2016).- Desarrolla planes y programas de vivienda de interés social en el área rural de la provincia, respetando el lote mínimo y demás normativa urbanística del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal o metropolitano
- i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad en el área rural, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados de las parroquias rurales;
- j) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias; y,
- k) Las demás establecidas en la ley.

Art. 42.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado provincial.- Los gobiernos autónomos

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

Objetivo 6

Desarrollar las Capacidades Productivas y del Entorno para Lograr la Soberanía Alimentaria y el Desarrollo Rural Integral

FUNDAMENTO

Históricamente, las zonas rurales han sido vistas como fuente de provisión de alimentos para las urbes, en donde la industrialización y el comercio han conformado conglomerados de personas ávidas de comida; asimismo, han sido vistas como fuente de provisión de materias primas baratas para la agroindustria, en donde prima la competencia de mercado siendo los bajos precios el factor diferenciador.

Esta situación se vio agravada en las dos últimas décadas del siglo pasado, cuando se priorizó la sustitución de importaciones y se invitó en la "modernización" del campo, aplicando políticas de desarrollo rural complementarias a las necesidades de la industria. Se asumieron y universalizaron los patrones de producción derivados de la "revolución verde" para impulsar, casi a cualquier costo, el crecimiento productivo, sin considerar el impacto en el ambiente, ni la conservación del suelo o el agua. Las políticas se concretaron generalmente mediante programas sectoriales calificados como de "lucha" contra la pobreza rural, apoyando principalmente a los pequeños agricultores y campesinos con posibilidades de vincularse a las cadenas productivas, siguiendo lineamientos establecidos por los organismos multilaterales. Posteriormente, en el contexto de las políticas de ajuste estructural, se incentivó las desregularizaciones, liberalizaciones y privatizaciones, lo que derivó en apropiación y concentración de los medios de producción por parte de grandes inversionistas, por lo que el desarrollo rural se centró en integrar a los campesinos a los mercados y a canalizar recursos para evitar el aumento de la pobreza. Este enfoque productivista de la ruralidad, centrado en las actividades agrícolas del campo, incentivó a que las intervenciones sean de carácter asistencialista, clientelar, coyuntural, fragmentado y, por lo general, descontextualizado, que lejos de impulsar los cambios estructurales que se requerían, resultaron en un deterioro de la vida de la población rural.

En la última década se hicieron importantes intervenciones públicas para mejorar las condiciones de vida de la población rural más desfavorecida; sin embargo, está pendiente consolidar un desarrollo económico rural generador de trabajo en condiciones dignas, que permita incrementar los ingresos familiares y romper el ciclo de pobreza y desigualdad, saldando de esta manera la deuda histórica que se tiene con esta población.

Este desarrollo rural requiere de un enfoque integral, lo que implica reconocer las particularidades de estos territorios, como el vínculo íntimo entre sus habitantes y el uso y manejo de los recursos

naturales circundantes, lo que determina la existencia de diversas actividades económicas, complementarias e interrelacionadas. Así también, otra particularidad es que los asentamientos humanos rurales son de baja intensidad y densidad, pero con un tejido social y organizativo fuerte y dinámico. En este marco la integralidad del desarrollo rural debe propender a dinamizar los múltiples territorios para generar condiciones para una vida digna armónica, integrando las innovaciones tecnológicas con las prácticas, costumbres y saberes locales. Este enfoque demanda la intervención de políticas públicas diferenciadas e inclusivas, que consideren enormes retos como el rol de la mujer en el campo, la presencia y aporte de las mujeres rurales diversas, o el envejecimiento de la población rural.

La Constitución señala que uno de los objetivos de la política económica es la de asegurar la soberanía alimentaria, lo que implica incentivar, en iguales condiciones, la producción convencional y la producción agroecológica de la Agricultura Familiar Campesina, a través de la redistribución de factores de producción (CE, art. 284). El llamado incluye la mejor distribución de la tierra, pero también se debe garantizar el acceso equitativo a recursos (material de propagación, insumos agrícolas, enmiendas agrícolas, sistemas de riego, centros de mecanización), financieros (préstamos, medios de pago, inversiones), humanos (talento humano calificado, personas con saberes, acompañamiento técnico en certificación de procesos), comerciales (acopio, distribución, mercados, información) y administrativos requeridos en los procesos productivos.

La redistribución de factores de producción y el acceso equitativo a recursos productivos debe estar acompañada por cambios tecnológicos que consideren investigación, desarrollo e innovación, con fuertes procesos de difusión, capacitación y transferencia. La investigación y desarrollo se apoyará en el contingente de las universidades y centros de investigación, los cuales deben responder con pertinencia y oportunidad -a través de la creación de conocimiento- a las necesidades de los habitantes rurales. La innovación debe brindar la posibilidad de aplicar nuevas técnicas productivas, que incluya el rescate y vigencia de las prácticas ancestrales, además de innovaciones institucionales que viabilicen las transformaciones requeridas en la Agricultura Familiar Campesina. Los procesos de difusión, a través de transferencia tecnológica, deben replicar experiencias exitosas, en ocasiones desde otros países, e identificar y difundir experiencias locales, que por lo general son de menor costo y fácil aplicación.

Las múltiples fallas de mercado ocasionan dificultades para que los productores y productoras

comercialicen sus productos, para que los centros de procesamiento aprovechen sus capacidades instaladas, y para que los consumidores y consumidoras, principalmente los y las de menor poder adquisitivo, accedan a productos saludables y a precios convenientes. Es por esto que el apoyo integral a la ruralidad, desde el ámbito productivo, debe dar particular atención a la distribución y comercialización, que son temas especialmente sensibles para los actores de la Agricultura Familiar Campesina, ya que se encuentran en el eslabón primario de la cadena de valor, pero que incorporan en sus procesos productivos una serie de recursos de alto valor agregado.

Una parte importante de la producción de las zonas rurales se direcciona al consumo de las ciudades, para lo que se debe mejorar los canales de distribución que permita mayores ingresos para las y los productores y mejor oferta de productos para las y los consumidores, en cuanto a precios justos y variedad, lo que a su vez requiere controlar el contrabando general de productos. Otra parte de la producción abastece las fábricas, por lo que debe incentivar acuerdos formales para el abastecimiento de materias primas, con visión a largo plazo, que permita reducir la vulnerabilidad a los cambios de precios, y compartir la creación de valor.

Este esfuerzo para fortalecer el nivel de encadenamiento productivo debe incluir estrategias que reduzcan las vulnerabilidades propias del mercado, como el de motivar la producción de alimentos inocuos de calidad y el consumo de alimentos saludables de origen nacional. Adicionalmente, además de aprovechar de manera integrada y sostenible las importantes ventajas comparativas que brinda el país, como el clima y el suelo, se deben aprovechar las particularidades de cada territorio, incluyendo la cultura, para construir ventajas competitivas en base a la diversificación, agregación de valor y diferenciación, que permita atender segmentos que reconocen los atributos especiales de las zonas rurales y los términos de comercio justo, lo que facilita la apropiación del valor generado.

La mayor parte de la producción rural es estacional, lo que implica que en determinadas épocas exista sobreproducción y en otras escasez, afectando principalmente a las y los habitantes de las zonas rurales que reciben menores precios, al punto que incluso en muchas ocasiones no pueden cubrir los costos de producción. Por esta razón se debe considerar el uso adecuado de la infraestructura de almacenamiento, en beneficio de las y los actores productivos más desventajados; los controles oportunos y eficientes del comercio en las fronteras; y la mayor participación en los procesos de compras públicas, lo que incluye fortalecer las cadenas cortas alimentarias para

la inserción eficiente en el abastecimiento de los programas emblemáticos del gobierno.

La ruralidad desempeña un trascendental rol en la sostenibilidad del sistema económico dolarizado, evitando la salida de cantidades importantes de divisas, a través del aprovisionamiento de alimentos; pero también abasteciendo los mercados externos, en los que cada vez es mayor la presencia de estos productos. Para aprovechar las oportunidades que brinda el reconocimiento que Ecuador tiene a nivel internacional, y los beneficios de los acuerdos comerciales, se debe propiciar las condiciones para producir en función de las tendencias y preferencias, y consolidar redes colaborativas de consolidación de volúmenes y comercio.

Si bien en lo productivo la ruralidad prioriza las actividades relacionadas a la obtención de alimentos, también son prioritarias otras actividades generadoras de trabajo como las artesanías, vestimenta, turismo, servicios de apoyo y comercio. En conjunto, todas estas actividades económicas brindan oportunidades de encadenamientos y emprendimiento, que redundan en la generación de trabajo y mayores ingresos familiares, elementos fundamentales para reactivar las economías locales, evitar la migración y reducir la pobreza, aportando de esta manera a un cambio inclusivo de la matriz productiva, en donde la economía popular y solidaria, enfatizando el papel de las mujeres, desempeñará un rol motivado y activo.

El desarrollo productivo debe ser consecuente con el entorno, que propenda a la sustentabilidad ambiental, para lo que se debe considerar la recuperación, uso eficiente y conservación de la fertilidad del suelo, recurso hídrico, agrobiodiversidad y recursos naturales. Así también, se deben considerar las relaciones campo-ciudad, con especial atención a la incidencia del desarrollo urbano en la disponibilidad de superficies productivas; y las necesidades de reconversión productiva que empare la vocación del suelo con su uso actual.

La integralidad del desarrollo rural requiere que el Estado garantice a sus habitantes las condiciones necesarias para trabajar dignamente, con seguridad social y acceso, en condiciones dignas, a vivienda, educación, salud, agua potable y saneamiento, considerando alternativas que se ajusten a las características territoriales. Complementariamente, esta población rural debe fortalecer sus capacidades de interacción social, que fortalezcan la cooperación y las redes colaborativas; así como las capacidades de resiliencia, que permitan responder a escenarios adversos ocasionados por efectos naturales y el cambio climático.

Objetivo 9

Garantizar la Soberanía y la Paz, y Posicionar Estratégicamente al País en la Región y el Mundo

FUNDAMENTO

Ecuador ha buscado insertarse estratégicamente y activamente en el orden internacional, privilegiando la integración soberana de los pueblos. La Constitución establece que la integración, especialmente con los países de Latinoamérica y el Caribe, constituye un objetivo estratégico del Estado ecuatoriano, que supone el respeto mutuo de los Estados y su autodeterminación en materia económica y financiera, alimentaria, cultural y ambiental (CE, art. 423)⁴¹.

La inserción estratégica internacional es la forma cómo nos relacionamos con el mundo. Es el espacio de posibilidades para la necesaria reivindicación de un nuevo sentido y enfoque de desarrollo, basado en la superación de relaciones internacionales asimétricas y en la consolidación de un entorno internacional favorable para la defensa y protección de los derechos humanos y de la naturaleza, a través del relacionamiento soberano, estratégico, solidario y complementario que fortalezca las capacidades y potencialidades nacionales.

Considerando el marco internacional de condiciones estructurales inequitativas, agudizadas por una hiperglobalización, en el que los proyectos de integración regional se desarrollan, el Ecuador apunta a espacios políticos regionales (UNASUR, CELAC, ALBA) que buscan consolidar posiciones comunes, en procura de sostener proyectos específicos nacionales y defender los intereses de sus pueblos, partiendo de sus enormes potencialidades y capacidades como región. Para ello, la soberanía es una condición para la integración y la autodeterminación, un principio que se encuentra cimentado en América Latina por la vigencia de un escenario democrático, por la participación de la sociedad en los procesos de toma de decisión y la consolidación de un entorno institucional de rendición de cuentas y responsabilidad de sus mandatarios.

Esta visión de integración es necesaria para el mantenimiento y construcción de las relaciones

de paz y solidaridad en la región. Uno de los fines del Estado ecuatoriano es garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz y seguridad integral, cuyo enfoque abarca simultáneamente todos los ámbitos y las relaciones del ser humano y del Estado, de manera multidimensional y multi-causal. Este enfoque favorece la cooperación, la complementariedad y la corresponsabilidad de la sociedad y de su Estado, en todas las instancias y niveles.

La cultura de paz proyecta al ámbito internacional las políticas públicas en favor de la garantía plena de derechos al interior del país. Se guarda siempre coherencia en este sentido, promoviendo marcos institucionales y normativos a nivel internacional que procuren salvaguardar la soberanía y la paz, la gobernabilidad y la democracia, sujeto todo lo anterior y en todos los casos, a las particularidades que la libre determinación de cada uno de los pueblos demanda en el marco de la garantía universal de los derechos humanos. En consecuencia, la justicia, en su sentido más amplio, trasciende el ámbito nacional ante problemáticas que, de manera creciente, son transnacionales o supranacionales, lo que llama a mecanismos conjuntos y articulados; por ejemplo, en ámbitos que incluyen la lucha contra la impunidad, la evasión fiscal y fuga de capitales, la violación de derechos humanos por transnacionales, la eliminación de toda forma de violencia y la prevención, protección, respuesta y remediación ante fenómenos adversos de origen natural o antrópico. Se reconoce, entonces, la importancia de activar una amplia red de relaciones estratégicas y solidarias en el plano multilateral y bilateral que garanticen sus propósitos.

La consolidación de la dimensión territorial de la soberanía nacional y la proyección de relacionamiento regional y mundial se vieron fortalecidas con la adhesión del país a la Convención de Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar (Convemar) y la fijación de las fronteras marítimas y terrestres. La determinación exacta de los límites marítimos entre Ecuador, Costa Rica y Colombia permite, además, el aprovechamiento de una mayor zona económica exclusiva en el área adyacente a las islas Galápagos, así como en la extensión de aguas del territorio continental.

⁴¹ En todos los textos que se refieren a la integración, el Estado ecuatoriano es considerado en la formulación integradora, como el

En este marco, se requiere mantener la presencia del Estado y de la sociedad en todo el espacio nacional: continental, isleño, marítimo, aéreo, ultramarino y espacial, además del espectro radioeléctrico; así como garantizar la defensa y protección de nuestros recursos estratégicos.

En materia de derechos humanos, Ecuador se erige como un Estado constitucional de derechos y justicia, cuyo deber principal se basa en garantizar y respetar los derechos humanos, sin discriminación alguna. Así, la Constitución estipula el reconocimiento más favorable de derechos y su aplicación sobre cualquier norma jurídica o acto del poder público.

El país ha ratificado todas las convenciones internacionales de derechos humanos y colabora de manera abierta con los procedimientos especiales. Ha cumplido con la presentación periódica de los informes ante los respectivos Comités de los Tratados y se empeña en incorporar sus observaciones, así como aquellas provenientes de los procedimientos especiales y las recomendaciones y compromisos voluntarios del Examen Periódico Universal. Esto se ha visto traducido en un amplio reconocimiento internacional por los avances que garantizan los derechos humanos en nuestro país, algo que fue plausible en el tercer ciclo del Examen Periódico Universal. De igual forma, Ecuador mantiene abierta la colaboración permanente con el Sistema Interamericano de Derechos Humanos y sus diferentes instancias y organismos.

El cumplimiento de estos mandatos y compromisos le han permitido posicionarse como referente en la promoción y protección de los derechos humanos, especialmente en lo relacionado a las personas con discapacidad, así como de aquellas personas en condición de movilidad humana, logrando inclusive ampliar su ámbito, al demandar el reconocimiento de la responsabilidad que tienen las empresas transnacionales en su ejercicio y protección, liderando la iniciativa para la creación de un instrumento jurídicamente vinculante sobre transnacionales y derechos humanos. Es así que Ecuador se ha convertido en un referente en materia de movilidad humana, atendiendo a las poblaciones inmigrantes y emigrantes con políticas públicas, tanto generales, que benefician al conjunto de la población sin discriminación por situación migratoria, como específicas para llegar con una atención adecuada a problemáticas puntuales.

La promoción de la paz, la soberanía y la integración permite un entorno favorable a los Objetivos Nacionales de Desarrollo, así como a la realización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la agenda internacional. En este sentido, Ecuador ha consolidado líneas de cooperación que complementen la acción del Estado para su desarrollo, en especial, la cooperación Sur-Sur que plantea una relación entre pares, con realidades y necesidades particulares y concretas.

Asimismo, buscamos avanzar en la diversificación de nuestros mercados de destino y oferta exportable con valor agregado para posicionarnos como un país exportador de bienes y servicios de

calidad, diversificando destinos y productos con valor agregado, apoyando a pequeños y grandes productores, y fortaleciendo esquemas de comercio justo. A la par, nos posicionamos como destino turístico de excelencia, con apuestas para un turismo sostenible y de calidad, por lo que se debe impulsar la oferta turística nacional y sus condiciones de entorno. Conexo a ello, Ecuador muestra cómo fomenta, preserva y promueve de manera efectiva el patrimonio natural y cultural, el conocimiento, las artes y la creatividad. También nos presentamos al mundo como un destino de inversión productiva nacional y extranjera. La promoción se vuelve, de esta forma, una estrategia que aporta a la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, que permita la garantía de derechos para una vida digna.

En el último decenio, en el país las exportaciones petroleras mantienen en promedio el 52% del total exportado; no obstante, en los dos últimos años se refleja que la participación de las exportaciones no petroleras creció como resultado de una fuerte caída de las exportaciones petroleras, cambiando la composición de las exportaciones a una relación 68% (no petrolero) versus 34% (petrolero) respecto del total exportado en 2015 y 2016, comportamiento que responde a una caída en los precios del petróleo.

En este contexto, es fundamental impulsar políticas que consoliden el proceso de sustitución de importaciones, fortalezcan la oferta exportable, promuevan la diversificación de las exportaciones de bienes, servicios, mercados, y actores, así como la inversión productiva.

El presente objetivo plantea aprovechar y potenciar las capacidades desarrolladas y fortalecer el posicionamiento estratégico y soberano de Ecuador en el contexto regional y mundial en los ámbitos políticos, sociales, económicos, ambientales, turísticos y culturales, en el marco de la promoción y protección de los derechos humanos y de la naturaleza, y de la conservación y aprovechamiento sostenible de su riqueza patrimonial natural y cultural.

En el ámbito bilateral, Ecuador ha consolidado un relacionamiento regional como zonas de paz, en particular, con Colombia y Perú, articulando sociedades de frontera, en dinámicas comunes que logren mayores niveles de desarrollo para sus poblaciones. La firma e implementación de los acuerdos de paz entre el gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) ratifican el compromiso de Ecuador por trabajar en la vinculación intrínseca entre paz y desarrollo. El proceso de paz ha contado con el decidido apoyo de nuestro país. Sin embargo, los resultados alcanzados no son un punto de cierre sino que, al contrario, llaman a un trabajo colaborativo binacional frente los escenarios y posibilidades de sus efectos en la zona fronteriza. Ecuador está presto a seguir colaborando en los procesos de paz. El interés es en caminar procesos binacionales sociales, políticos, económicos y culturales que se traduzcan en beneficios mutuos con perspectivas constructivas y que, ante todo, recuerden la centralidad del ser humano y la naturaleza.

biofísicos, gestionando de manera sostenible sus recursos naturales.

- c.6. Regular el **mercado del suelo y controlar la especulación**, promoviendo la participación de la sociedad en los beneficios del desarrollo urbanístico y controlando el tráfico de tierras, las invasiones y los asentamientos humanos de hecho.

- c.7. Promover la vinculación **funcional campo-ciudad**, en especial en ámbitos territoriales que contengan ciudades que cumplen roles de articulación regional y local.

d. Impulso a la productividad y la competitividad sistémica a partir del fortalecimiento de los roles y funcionalidades del territorio

- d.1. Planificar el desarrollo económico sobre la base de la **compatibilidad de usos y la vocación territorial**, sus diversidades culturales y sus dinámicas socio-ambientales.

- d.2. Impulsar las iniciativas productivas alternativas que sostengan la **base y la soberanía alimentaria**, generando empleo y circuitos económicos inclusivos, fomentando la conservación e innovación de la **agrobiodiversidad** existente en el país.

- d.3. Fomentar la **redistribución de las rentas** para el mejoramiento de la calidad de vida en las zonas de influencia de los proyectos extractivos y sectores estratégicos.

- d.4. Realizar el **ordenamiento de las actividades de exploración y explotación de recursos naturales** no renovables que se desarrollen a nivel

nacional, con énfasis en la Amazonía y la zona costera, la plataforma continental, suelo y subsuelo marino para minimizar externalidades sociales y ambientales.

- d.5. Aprovechar de manera sostenible los **recursos marino-costeros y dulcesacuícolas** en los niveles industrial, artesanal y de subsistencia, respetando sus ciclos ecológicos.

- d.6. Repotenciar y mantener las **redes de infraestructuras y equipamientos** que promuevan encadenamientos productivos, articulaciones urbano-rurales y nuevos productos asociados a la biodiversidad, priorizando a los micro y pequeños productores.

- d.7. Incentivar el **transporte multimodal** a nivel nacional, con énfasis en las zonas de integración fronteriza, Amazonía y Galápagos.

- d.8. Desarrollar procesos de **planificación especial** en áreas de influencia de proyectos de trascendencia nacional y zonas económicas de desarrollo especial, con consulta previa, libre e informada, veeduría ciudadana y control social.

- d.9. Implementar los **planes portuarios y los de ejes multimodales** de manera vinculada con la planificación de desarrollo y ordenamiento territorial y marítimo, a fin de garantizar la conectividad y logística existentes o previstas.

- d.10. Incrementar el acceso a servicios públicos de **telecomunicaciones** y tecnologías de información, especialmente, en el sector rural, frontera, Amazonía y Galápagos.

- d.11. Fomentar el **emprendimiento local** y el turismo comunitario, para el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.

- d.12. Promover modalidades de **consumo y producción sostenibles** acorde a las particularidades de cada ecosistema, particularmente, en las islas Galápagos y Amazonía.

- d.13. Identificar las **infraestructuras y equipamientos** expuestos a **amenazas naturales y antrópicas**, priorizando los elementos esenciales para desarrollar medidas integrales de gestión de riesgos.

- d.14. Fomentar el desarrollo de **territorios innovadores y ciudades creativas** e inteligentes, generando redes de conocimiento y vinculando la educación superior con las necesidades sociales y productivas.

- d.15. Impulsar programas de **investigación, formación, capacitación y actualización** que respondan a las potencialidades y necesidades territoriales, promoviendo la inserción laboral de manera eficiente.

- d.16. Fortalecer el **acceso a la información y a la educación** como base para una ciudadanía informada, consciente y corresponsable en los procesos de gestión del hábitat y reducción de riesgos de desastres.

Anexo E

Certificado de validación el proyecto



COMUNA PALMAR
R.U.C. No. 0991297553001
ACUERDO MINISTERIAL No.185 DEL 22 DE FEBRERO DE 1938
PALMAR- SANTA ELENA- ECUADOR

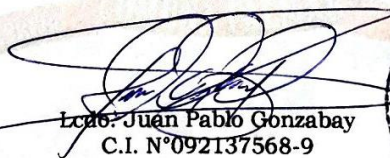
Palmar, 1 de diciembre del 2017

CERTIFICACIÓN

Por medio del presente, la Comuna Palmar a través de sus dirigentes avaliza a la **Srta. Ximena Lisset Franco Muñoz**, con cedula de identidad **No. 2400087843**, egresada de la carrera de Ing. Gestión Empresarial de la Universidad de Guayaquil, para que pueda realizar, elaborar, investigar y ejecutar el respectivo proyecto de investigación titulado **"PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO PARA LA COMUNA COSTERA PALMAR - PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2018"** Aportando de esta manera sus conocimientos para el beneficio de la comunidad de Palmar impulsando al desarrollo y emprendimiento del sector.

Con el presente Certificado brindamos nuestro apoyo incondicional y la autorización de hacer uso del presente documento en lo que estime conveniente.

Atentamente,



Lcdo. Juan Pablo Gonzabay
C.I. N°092137568-9
PRESIDENTE DE LA COMUNA PALMAR

Comuna Palmar – Santa Elena – Ecuador
Barrio 16 de Julio y Malecón
comuna_palmar@hotmail.com - 0988699285

Anexo F

Formato de registro de los negocios existentes

FORMATO DE REGISTRO	
1. DATOS DEL EMPRENDEDOR	
Nombres y Apellidos	
Documento de Identidad	
Dirección del Negocio	
Lugar de Vivienda	
Teléfono	
Celular	
Correo Electrónico	
2. CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA	
Estudios Realizados	Experiencia en Negocios
3. Datos del Negocio	
Razon Social	
Tipo de Servicio	
Tiempo de Actividad	
Tamaño del Negocio	

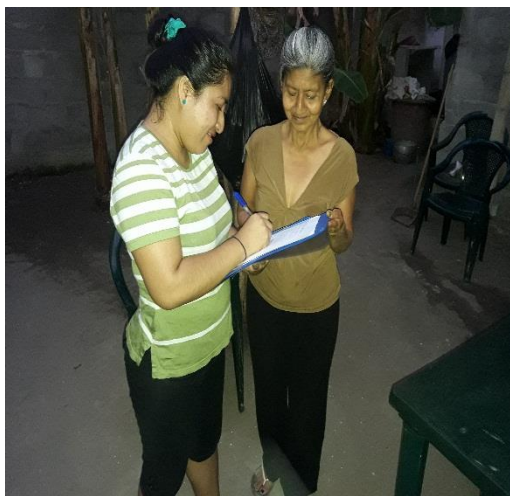
Anexo G

Formato de registro para nuevos emprendedores

FORMATO DE REGISTRO PARA NUEVOS EMPRENDEDORES	
1. DATOS DEL EMPRENDEDOR	
Nombres y Apellidos	
Documento de Identidad	
Lugar de Vivienda	
Teléfono	
Celular	
Correo Electrónico	
2. CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA	
Estudios Realizados	Experiencia en Negocios
3. Datos de la Idea del Negocio	
Razon Social Sugerida	
Oportunidad de Negocio	
Tamaño de Negocio	
Describa su Posible Equipo de Trabajo	

Anexo H

Encuesta a los turistas y habitantes.



Iglesias de la comunidad



Centros de organización establecidas en la comuna



Casa Comunal



Vista de la Comuna Palmar

