



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN LA CARRERA DE HOTELERÍA
Y TURISMO

TEMA

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO
COMUNITARIO EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2019.

AUTOR:

CASTRO BARRE JOSÉ LUIS

TUTOR

LC. MSC CASQUETE MUÑOZ RAMON BOLIVAR

QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO



RESUMEN

El turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en el número creciente de nuevos destinos, ha tomado mayor fuerza durante los últimos años a nivel mundial; ha llegado a formar parte primordial en la estructura económica de los países. Considerado como un sector estratégico, capaz de llevar a un país por el camino del crecimiento y posterior desarrollo económico. El turismo se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico. El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la amazonia, presentan una gran riqueza. El desarrollo económico que presenta Quevedo lo constituyen como uno de los cantones líderes a nivel provincial debido a las diversas actividades comerciales situándola como una ciudad generadora de ingresos y fuentes de empleo, pues dentro de la urbe se encuentran localizadas empresas con diversas actividades productivas, que atraen a más inversionistas y promueven el turismo local. La localización costera de la ciudad influye para que tenga un clima agradable poseedor de recursos naturales con una amplia fauna de especies animales y vegetales convierten a la ciudad en un potencial turístico y un destino favoritos para nacionales y extranjeros.

Palabras claves

- ✓ Plan estratégico
- ✓ Desarrollo turístico
- ✓ Progreso comunitario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO



SUMMARY

Tourism has experienced continuous growth and deep diversification, until it becomes one of the fastest growing economic sectors in the world. It has a close relationship with development and is enrolled in the growing number of new destinations, has gained greater strength during the last years worldwide; It has become a key part of the economic structure of the countries. Considered as a strategic sector, capable of leading a country along the path of growth and subsequent economic development. Tourism has become a key driver of socioeconomic progress. Ecuador has innumerable areas of great tourist attraction that stand out for their varied culture and great biodiversity, among these, the central mountains and the Amazon, have a great wealth. The economic development presented by Quevedo constitutes it as one of the leading cantons at the provincial level due to the various commercial activities, placing it as a city that generates income and sources of employment, since companies with different productive activities are located within the city, They attract more investors and promote local tourism. The coastal location of the city influences to have a pleasant climate possessing natural resources with a wide fauna of animal and vegetable species make the city a tourist potential and a favorite destination for nationals and foreigners.

Keywords

- ✓ Strategic plan
- ✓ Turistic development
- ✓ Community progress

Contenido

TEMA	i
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO.	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	iii
SUMMARY.....	iii
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1.Contexto Internacional	3
1.2.3. Contexto Local	5
1. 2.4.Contexto Institucional	5
1.3.SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	6
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.4.1. Problema general.....	7
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.6. JUSTIFICACIÓN	8
1.7.OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.7.1. Objetivo general	8
1.7.2. Objetivos específicos.....	9
CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	10
2.1. MARCO CONCEPTUAL.....	10
¿Qué es planificación?	10
Importancia de la planeación.....	10
¿Qué es una estrategia?	11
Componentes de la Estrategia	12
¿Qué es un plan estratégico?	13

La importancia de un Plan Estratégico	14
Aportes de la planeación estratégica	14
Etapas de la Planeación Estratégica.....	17
Fases de la planeación estratégica	18
Beneficios de la Planeación Estratégica	20
Factores a estudiarse en el planeamiento estratégico.....	22
Diferencia entre el plan estratégico y plan operativo.....	23
Plan estrategia de desarrollo turístico	24
Planes de desarrollo turístico y sostenibilidad para su población	25
Acciones estratégicas	25
Indicadores de seguimiento y evaluación.....	26
Planificación Estratégica del turismo	27
El turismo comunitario.....	28
Turismo para el desarrollo regional.....	28
Participación de las comunidades en el desarrollo turístico.....	29
Evolución del turismo mundial	30
Modelos de desarrollo, sostenibilidad	31
La competitividad turística.....	32
El turismo como motor potencial para el desarrollo económico.....	32
El impulso turístico	34
Turismo y Medio Ambiente	34
La actividad turística como opción de desarrollo para las áreas rurales	35
La segmentación turística.....	36
Turismo y Desarrollo Sostenible	37
Impactos del turismo	38
2.2 MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN	39
2.2.1 Antecedentes investigativos	39
2.2.2 Categoría de análisis.....	43
2.3 POSTURA TEÓRICA	44
2.4. HIPÓTESIS.....	46
2.4.1. Hipótesis general básica	46
2.4.2. Sub hipótesis o derivadas	46
CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.1. Resultados obtenidos de la investigación	48
3.1.2 Análisis e interpretación de datos	49
Encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo	50

Descripción	51
Continuidad.....	51
Proporción.....	51
3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	59
3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	60
3.3.1 Especificas	60
3.2.2 General	60
CAPÍTULO IV. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN	61
4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	61
4.1.1 Alternativa obtenida	61
4.1.2. Alcance de la alternativa	62
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa	62
4.1.3.1 Antecedentes	62
4.1.3.2 Justificación.....	65
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA	66
4.3.1. Título.....	66
4.3.2. Componentes.....	66
Factibilidad de la propuesta.....	67
Impacto social	67
Ruta del rio.....	69
Turismo de compra	69
Turismo de balnearios naturales.....	70
Competencia de motos acuáticas.....	71
Parque Central.....	71
Palacio de cristal	72
Malecón de Quevedo.....	72
El rodeo montubio.....	73
Ronda quevedeña	73
Demanda turística actual	74
Turismo cultural	74
Agroturismo	75
Turismo de aventura.....	75
Complejo turístico	76
Gastronomía.....	76
Rutas turísticas	77
Turismo de Naturaleza	77

El cicloturismo	78
Turismo industrial	78
Turismo deportivo.....	79
Descripción y características de la propuesta	81
Logotipo.....	81
Programación de las líneas de acción y metas	82
Línea estratégica 1: Capacitación y formación comunitaria	82
Eventos de capacitación del proyecto: Capacitación y formación comunitaria	83
Capacitación.....	83
Métodos	83
Encaminadas	83
de eventos	83
Horas del evento.....	83
Total, horas	83
Asistencia.....	83
Responsable	83
Difusión de la promoción turística mediante Redes sociales	88
Facebook.....	89
Páginas web	89
Camisetas	90
Radio y televisión.....	90
4.4Resultados esperados de la alternativa	91
Bibliografía	92
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.-Turismo frecuente	50
Tabla 2.- Practica de turismo.....	51
Tabla 3.-Frecuencia de vacacionar	52
Tabla 4.-Tiempo de vacaciones	53
Tabla 5.-Lugar de hacer turismo.....	54
Tabla 6.- Desarrollo turístico.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7.-Oferta turística.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8.-Mayor desarrollo turístico	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9.- Atracción turística	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10.-Promoción turística	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.-Turismo frecuente;Error! Marcador no definido.

Figura 2.- Practica de turismo.....;Error! Marcador no definido.

Figura 3.-Frecuencia de vacacionar.....;Error! Marcador no definido.

Figura 4.-Tiempo de vacaciones.....;Error! Marcador no definido.

Figura 5.-Lugar de hacer turismo;Error! Marcador no definido.

Figura 6.- Desarrollo turístico;Error! Marcador no definido.

Figura 7.-Oferta turística;Error! Marcador no definido.

Figura 8.-Mayor desarrollo turístico.....;Error! Marcador no definido.

Figura 9.- Atracción turística.....;Error! Marcador no definido.

Figura 10.-Promoción turística;Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

El turismo es reconocido como una actividad económica, social y cultural de gran importancia para la obtención de ingresos y reconocimiento a nivel nacional e internacional. Sobre todo, en América Latina ha incrementado en gran magnitud el nivel de visita por parte de personas de otros países europeos y asiáticos.

El turismo comunitario se realiza con mayor frecuencia en áreas rurales de recursos medios o bajos, estos se encuentran en cantones, parroquias, pueblos, etc., su potencial turístico de estas zonas influyen que se implementen estrategias y tácticas para fomentar el desarrollo turístico, con los recursos que estén disponible; además que también esto representa ingresos económicos y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del lugar donde se necesite el fomento turístico.

El turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en el número creciente de nuevos destinos. El turismo se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico

El turismo comunitario es una forma organizacional en la que la comuna, parroquia y pueblo pueden obtener beneficios basándonos en los recursos disponibles en el lugar para los visitantes, además de poder erradicar la pobreza en algún tipo de actividades sin fines de lucro, con responsabilidad social, cuidando el medio ambiente y a su vez mostrando lo importante del pueblo o nación correspondiente, (Sevillano, 2018).

Capítulo I: Se encuentra representado por el tema contexto internacional, nacional, institucional y local analizando el plan estratégico para el desarrollo turístico comunitario del cantón lo cual nos permitirá diseñar los objetivos generales y específicos, así como la justificación de la investigación presentada.

Capítulo II: Registra los conceptos y definiciones que tienen relación a la variable de la investigación del marco teórico incluyendo el marco referencial, antecedentes

categoría de análisis, posturas teóricas y las hipótesis que determinan si el proyecto es factible para su ejecución.

Capítulo III: Expone la metodología y técnicas de investigación que se aplicaron durante el proceso de investigación facilitando del proceso para posteriormente seleccionar los datos más relevantes y presentar los resultados de análisis del proyecto.

Capítulo IV: Explica la propuesta que se aplicó como solución al problema de investigación que incluye la alternativa obtenida, alcance de la alternativa, justificación, objetivos, justificación y los resultados esperados.

CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la ciudad de Quevedo, año 2019.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

El turismo ha tomado mayor fuerza durante los últimos años a nivel mundial; ha llegado a formar parte primordial en la estructura económica de los países. Considerado como un sector estratégico, capaz de llevar a un país por el camino del crecimiento y posterior desarrollo económico.

En países como Croacia, dependen considerablemente del turismo con una intervención alta en el producto interno bruto. Para la Organización Mundial del Turismo, este sector representa una opción de crecimiento económico, siempre y cuando, las autoridades de cada país tomen las medidas necesarias para explotar ese sector. Existen muchas clases de turismo y se clasifican de acuerdo a la actividad que realizan o por el motivo del viaje. El tipo de turismo con gran demanda en la actualidad es la modalidad de Ecoturismo, en donde las personas pueden apreciar los majestuosos paisajes, la flora y fauna de un determinado lugar, siempre y cuando no alteren la naturaleza de esos recursos naturales, apoyando a la protección del medio ambiente

En América Latina, el turismo ha aportado significativamente a la economía, en donde los ministerios de turismo como autoridad competente de este sector, han puesto en marcha varias campañas de promoción turística tanto a nivel nacional como internacional, que han dado como resultado la participación relevante de dicho sector en aspectos sociales, económicos y ambientales. Aportando al sector laboral con el incremento de nuevas plazas de empleo y con ello, el mejoramiento en la calidad de vida de aquellas poblaciones que se dediquen a prestar servicios de turismo (alojamiento, restaurante, transporte, turismo

comunitario, etc.). Contribuyendo al crecimiento económico de los países, con la entrada de divisas gracias al turismo receptor.

En términos generales, el turismo representa una posibilidad de crecimiento y desarrollo tanto económico como social, debido a su contribución en la redistribución de la renta, en el producto interno bruto y en la creación de nuevas plazas de empleo. Durante los últimos años, el turismo ha tenido gran incidencia en el sector económico, trayendo consigo aportes positivos para la economía de los países del mundo, gracias a la participación de la Organización Mundial del Turismo como ente de control internacional de dicho sector.

En las últimas décadas, el turismo ha tomado mayor fuerza e implicación en el crecimiento económico y social, hasta el punto de transformarse en uno de los sectores económicos más influyentes en la economía de muchas naciones. El turismo, desde una perspectiva universal, representa una oportunidad de crecimiento y desarrollo económico sobre todo para aquellos países menos desarrollados, que no cuentan con la capacidad tecnológica de producir bienes de consumo pero que son poseedores de hermosos paisajes con flora y fauna llamativa para los turistas.

La OMT como organismo mundial regulador del turismo, ha desarrollado muchos programas y proyectos con el afán de incentivar este sector económico, respetando la cultura de los pueblos y los derechos del medio ambiente, (Salas, 2015)

1.2.2. Contexto Nacional

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la amazonia, presentan una gran riqueza.

Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2017 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. La mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos).

También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones (24 %) o por negocios o trabajo (62 %). En cuanto al ecoturismo, el Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, lo que genera una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación. Se han inventariado más de 920 atractivos turísticos, de éstos, alrededor de 520 son naturales, destacándose los parques nacionales, la selva, los ríos y lagos, las montañas, etc. (Pachala, 2018).

1.2.3. Contexto Local

El desarrollo económico que presenta Quevedo lo constituyen como uno de los cantones líderes a nivel provincial debido a las diversas actividades comerciales situándola como una ciudad generadora de ingresos y fuentes de empleo, pues dentro de la urbe se encuentran localizadas empresas con diversas actividades productivas, que atraen a más inversionistas y promueven el turismo local.

La población actual del canto es de 173.575 habitantes con una población económicamente activa de acuerdo a la (PEA) de 82.350 personas, que realizan diversas actividades comerciales y generan algún tipo de ingreso datos otorgados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Quevedo es beneficiario de una riqueza cultural única en las que se incluye su gastronomía, arquitectura, fiestas tradicionales que promueven a cientos de turistas cada año a visitar a esta hermosa ciudad rincón del Ecuador.

La localización costera de la ciudad influye para que tenga un clima agradable poseedor de recursos naturales con una amplia fauna de especies animales y vegetales convierten a Quevedo en un potencial turístico y un destino favoritos para nacionales y extranjeros.

1. 2.4. Contexto Institucional

En los últimos años se ha observado un considerable incremento de turistas nacionales y extranjeros en el cantón, turistas que desean involucrarse en la parte cultural, gastronómica, agroturismo desarrollando la demanda por conocer el turismo comunitario involucrándose de forma activa en las acciones cotidianas de las comunidades que ellos consideran como extraordinarias.

La demanda del turismo se ha incrementado en los últimos tiempos en la ciudad, y esta va acompañada con exigencias de todo tipo que salen de lo habitual al turismo tradicional como los deportes extremos, turismo de balneario, sitios gastronómicos únicos lo que ha influido que exista un desbalance y no se cumpla con la expectativa turística que tienen sobre esta ciudad causando decepción de la poca oferta que actualmente existe en la zona.

Quevedo cuenta con varias comunidades que aún conservan sus tradiciones culturales intactas a pesar del tiempo, donde destacan sus parroquias rurales ofreciendo una amplitud gastronómica única que se distingue entre muchas, también resaltan los recintos donde se puede conocer la diversidad de cultivos propios de la zona fomentando el agroturismo, las tradiciones montubias que se mezclan con la cultura afrodescendientes del cantón son el complemento perfecto para desarrollar un turismo comunitario exitoso, responsable beneficiando a todos sus habitantes.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La localización de Quevedo le permite gozar de un clima agradable cuenta con una riqueza cultural, gastronómica, recursos naturales únicos propio de la región, los mismos que se encuentran distribuidos en las diferentes comunidades que conforman la ciudad con gente amable ofreciendo una variedad de opciones para practicar un turismo diferente.

A pesar de que la ciudad cuenta con los elementos necesarios de riqueza cultural y recursos naturales la oferta turística no cumple las expectativas del turista en cuanto a opciones de entretenimiento y diversión, la demanda consistente de los diversos turistas radica en opciones diferentes a un paseo tradicional, el turista actual quiere involucrarse participar en las actividades recreacionales que le pueden ofertar.

EL sector turístico del cantón no ha tenido un avance significativo que va de la mano con el crecimiento de la ciudad si bien es cierto Quevedo cuenta con varios proyectos de inversión que reactivan el comercio productivo comercial, industrial o de servicios el turismo no ha tenido el apoyo necesario que le permita un mayor desarrollo dando a conocer las opciones turísticas que se puede ofrecer.

La falta de planes estratégicos donde incluya organización, control, dirección, planificación, campañas publicitarias ha influido que no exista el progreso necesario y autosuficiente de mejoras que ofrezcan servicios turísticos de calidad desarrollando un turismo comunitario responsable como una alternativa económica para muchos de los habitantes del cantón.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema general

✓ ¿De qué manera un plan estratégico incide en el desarrollo del turismo comunitario en la ciudad de Quevedo?

1.4.2. Sub problemas o derivados

- ✓ ¿Cuál es el diagnóstico de la situación turística actual del cantón Quevedo?
- ✓ ¿Cómo determinar formas alternativas y estratégicas para fomentar el desarrollo turístico comunitario sostenible para los habitantes?
- ✓ ¿Cómo desarrollar una propuesta mediante un plan estratégico de promoción del turismo comunitario de Quevedo?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Área: Hotelería y turismo

Campo: Plan estratégico de desarrollo de turismo comunitario

Línea de investigación de la universidad: Educación y desarrollo social

Línea de investigación de la Facultad: Talento humano educación y docencia

Línea de investigación de la carrera: Desarrollo de productos y servicios turístico.

Delimitador temporal: La investigación se llevará a cabo en el año en curso

Delimitador demográfico: El objetivo principal de la investigación es determinar como un plan estratégico contribuye con el desarrollo económico del turismo comunitario en la ciudad de Quevedo.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Se justifica la presente investigación por la importancia que tienen el sector turístico en el desarrollo económico del cantón Quevedo, un plan estratégico contribuirá con mejoras en la oferta turística brindando opciones de emprendimiento para quienes ofrecen servicios en relación al turismo, así como también un control de las actividades por parte de las autoridades para brindar las facilidades técnicas necesarias en cuanto a las necesidades capacitación que permitan fortalecer la económica de todos los quevedeños.

El turismo comunitario es una alternativa que se presenta como una opción económica para que las comunidades puedan presentar su riqueza cultural generar ingresos una opción de crear fuentes empleo de forma directa e indirecta mejorando la calidad de vida de todos sus habitantes.

El plan estratégico permitirá un amplio desarrollo en cuanto a oferta turística, impulsando el compromiso de las comunidades en brindar un servicio turístico de calidad, opciones de entretenimiento; generando fuentes de empleo de forma segura, mejores ingresos para sus hogares proyectando un futuro prometedor para todos sus habitantes.

1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo general

✓ Diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la ciudad de Quevedo.

1.7.2. Objetivos específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico de la situación turística actual del cantón Quevedo.

- ✓ Determinar las formas alternativas y estrategias para fomentar el desarrollo turístico comunitario, sostenible para los habitantes.

- ✓ Desarrollar una propuesta mediante un plan estratégico de promoción del turismo comunitario del Quevedo.

CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO CONCEPTUAL

¿Qué es planificación?

La planificación se puede definir como un proceso bien meditado y con una ejecución metódica y estructurada, con el fin de obtener un objetivo determinado. Podemos decir entonces que al planificar se establece un curso de acción enfocado en la consecución de unos objetivos previamente definidos. La importancia de la planificación está relacionada con la necesidad de organizar de una forma coherente los pasos que se deben seguir para poder alcanzar una meta.

La planificación empresarial es la hoja de ruta sobre la que se escribe el futuro del negocio. Igual que sucede en el ámbito de los proyectos, esta preparación previa a la ejecución, el análisis y estructuración que precede a la toma de acción es vital para minimizar el riesgo y apuntar hacia el éxito”. En el ámbito empresarial, la planificación ayuda a los directivos de la organización a trazar el mejor camino a seguir para lograr sus objetivos. Los pasos o fases necesarias que se deben completar en la planificación de una empresa.

Además de establecer un camino o ruta a seguir para lograr una meta, a través de la planificación los directivos pueden enfrentar cualquier circunstancia que interfiera en la consecución de sus objetivos, de allí la importancia de la planificación en la organización. La planificación también ayuda a los administradores o directivos a prever los cambios que puedan producirse al ejecutar las acciones que se han programado. De esta forma se puede reducir el impacto negativo de los cambios y maximizar sus beneficios, (Christ, 2019).

Importancia de la planeación

La planificación estratégica es importante para las empresas porque une las fortalezas comerciales con las oportunidades de mercado y brinda una dirección para cumplir con los objetivos. Un plan estratégico es un mapa de ruta para una empresa. Incluye las metas y los objetivos para cada área crítica del negocio, entre los que se encuentran la

organización, la administración, la mercadotecnia, las ventas, los clientes, los productos, los servicios y las finanzas. Estas áreas comerciales se distribuyen en un sistema integrado que permite que la organización pueda trazar una ruta de manera exitosa y encaminarse a cumplir sus metas.

La importancia de un plan estratégico radica en usarlo como una herramienta de medición. Traza el éxito o el fracaso al alcanzar tus metas y objetivos de manera regular, ya sea mensual o trimestralmente. Si tu empresa no está en el camino del éxito, tienes la oportunidad de realizar modificaciones y garantizar un año rentable.

Cuando elabores el plan estratégico, reúne información importante como la declaración de la misión de la empresa, la declaración de visión del último año, la información del cliente objetivo, los presupuestos departamentales y los documentos financieros, que incluyen un balance contable, una declaración de ingresos y un estado de flujos de efectivo. Es importante incluir a socios, directores, ejecutivos y empleados clave que compartirán visiones importantes de los últimos 12 meses. Reserva como mínimo un día para explorar estos temas, preferentemente fuera del lugar, para minimizar las distracciones, (Christ, 2019).

¿Qué es una estrategia?

El propósito de la estrategia en las empresas, es el de asegurar su sustentabilidad y prosperidad económica. Lo que está vinculado con pasar por las etapas y mantenerse en funcionamiento óptimo o llegar más allá.

Cuando la empresa alcance el funcionamiento estable, puede ser el momento en que el empresario deba plantearse estrategias para avanzar. Siempre depende, por supuesto, del tipo y del objeto que tenga la empresa, existen dos tipos de estrategias:

Estrategia corporativa: es la que define el alcance de la empresa en lo que respecta a la industria en la que compete.

Las decisiones de estrategia corporativa incluyen inversiones en diversificación, integración vertical o adquisiciones. Diríamos que son aplicables, principalmente, es empresas con alto nivel de madurez.

Estrategia empresarial: es la que se preocupa de la forma en la que una empresa compite dentro de un sector. Es conocida también como estrategia competitiva. Aplicables desde el funcionamiento regular, lo que no es taxativo.

A través de la aplicación de estrategias, como empresario puedes aprovechar las oportunidades que se presentan en el entorno. Además, puedes hacer frente a las amenazas, aprovechar o reforzar las fortalezas, y neutralizar o eliminar las debilidades, (Molina, 2016).

Componentes de la Estrategia

Existen cuatro elementos fundamentales en la estrategia que en conjunto forman un todo.

1) Visión: Se refiere a la visión que tiene el líder de la empresa a largo plazo de la misma. Así como de los negocios en los que buscará incursionar, cuales dejará de lado, cuales conservará, etc.

2) Posicionamiento: Se deberá determinar el posicionamiento necesario para la compañía y también el de sus productos en el consumidor, lo cual se logrará gracias a los “impulsores de posicionamiento,” únicos de la compañía. Estos impulsores no deben de ser modificados ya que significa un reposicionamiento total y muy elaborado con un análisis previo.

3) Plan: Después de haber llevado a cabo los dos primeros factores, se puede pensar en determinación y aterrizar las metas, las cuales requerirán un plan estratégico.

4) Patrón Integrado de Comportamiento: Finalmente se dará la integración total de dichos factores formando la estrategia, la cual deberá de ser conocimiento de todos los integrantes de la compañía poniéndola en práctica, (Valda, 2016).

¿Qué es un plan estratégico?

La Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización. Así, la Planeación Estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a alcanzar estos objetivos.

Cualquier organización está en búsqueda de ser exitosa. Por este motivo, se hace fundamental trazar un camino claro que permita alcanzar las metas previstas. Sin embargo, trazar este camino no significa sólo establecer el punto al que se quiere llegar, implica también plantear cuáles serán los pasos para alcanzar esa meta. Es precisamente esto en lo que consiste la Planeación Estratégica de una organización

✓ La Planeación Estratégica no es una herramienta de predicción o de pronóstico sobre las tendencias o eventos que sucederán en su organización. Si bien es cierto que, para preparar la planeación estratégica, usualmente se tienen en cuenta pronósticos financieros, de producción, etc.

✓ La Planeación Estratégica no solo involucra decisiones futuras sino la toma de decisiones actuales y diarias que afectan el futuro.

✓ La Planeación Estratégica no elimina riesgos, solo los identifica y proporciona herramientas para una mejor toma de decisiones en cada caso

La Planeación Estratégica proporciona un marco real para que, tanto los líderes, como los miembros de la organización, comprendan y evalúen la situación de la organización. Esto, ayuda a alinear al equipo con el fin de que empleen un lenguaje común basado en la misma información, lo que ayudará a que surjan alternativas provechosas y de valor para la organización. El plan estratégico de una organización establece el quehacer de cada miembro, lo que garantiza que las acciones de cada uno estén direccionadas hacia el cumplimiento de las metas a futuro, (Roncancio, 2016).

La importancia de un Plan Estratégico

Para cualquier empresa u organización, la definición y realización de un Plan Estratégico es un elemento vital y de prioritaria realización, ya que determina no solo las acciones y el camino que seguirá a largo plazo, si no que define los valores de identidad y fundamentos de la misma.

A grandes rasgos, un Plan Estratégico determina la dirección que tomará una organización implicando a todas las personas y procesos en ella, lo que permite crear sinergias y ayuda a la realización de los objetivos fijados por la misma. Esto no es solo aplicable a empresas, sino que, los ayuntamientos y demás organismos públicos también deben tener un Plan Estratégico para definir sus metas y optimizar sus presupuestos.

La creación de dichos planes para el sector público en materia de turismo, ya que hemos realizado un Plan Estratégico para el Concello de Fisterra en relación al sector turístico, que ha sido seleccionado y aprobado. Es por esto, que explicaremos los puntos básicos que toda buena planificación debe tener.

En primer lugar, hay que determinar a dónde queremos llegar. Pensar en unos objetivos restantes, innovadores y motivadores a los que aspirar. Determinar estas metas ayuda a tener una visión clara de hacia dónde vamos y ayuda a construir en la dirección adecuada. Realizar un análisis exhaustivo de la situación actual de la organización. Una vez fijados los objetivos, tenemos que saber cuáles son nuestras bases y nuestro punto de partida. Desde la creación de un DAFO, determinar las normativas que nos afectan, infraestructuras disponibles, capital, etc. Es un punto importante, en el que es necesario ser realistas y extremadamente precisos ya que así la información que obtengamos será de vital importancia para la realización de nuestros objetivos, como veremos en el siguiente punto, (Martínez, 2018)

Aportes de la planeación estratégica

- ✓ Da a todo el equipo un sentido de dirección
- ✓ Incrementa la rentabilidad y la cuota de mercado del negocio

- ✓ Aumenta la longevidad del negocio
- ✓ Aumenta la satisfacción laboral al dar sentido y propósito
- ✓ Establece una diferenciación y evita la convergencia competitiva
- ✓ Permite tomar mejores decisiones
- ✓ Incrementa la eficiencia operacional
- ✓ Identifica y establece prioridades para la organización.
- ✓ Establece una estructura para coordinar y controlar las actividades.
- ✓ Reduce los efectos y cambios adversos.
- ✓ Permite que todas las decisiones estén alineadas con los objetivos.
- ✓ Reduce el tiempo y los recursos que se invierten en la corrección de decisiones erróneas.
- ✓ Facilita la distribución del tiempo y los recursos.
- ✓ Fomenta una mejor comunicación entre los miembros del equipo.
- ✓ Da una base para establecer las responsabilidades individuales.
- ✓ Ofrece un método operativo para enfrentar problemas y oportunidades.
- ✓ Fomenta una buena actitud hacia el cambio.
- ✓ Proporciona un alto grado de disciplina en la dirección de la organización, (Roncancio, 2016).

Modelos de planeación estratégica

Balanced Scorecard: El Cuadro de Mando Integral es una metodología de Planeación Estratégica que permite evaluar el funcionamiento de una organización a partir

de cuatro perspectivas clave: La perspectiva financiera, la perspectiva del cliente, la perspectiva de procesos y la perspectiva de aprendizaje y crecimiento. Además, organiza la Planeación Estratégica en términos de objetivos, indicadores e iniciativas.

Mapa Estratégico: Es una herramienta visual diseñada para comunicar el plan estratégico a toda la organización. El Mapa Estratégico es muy importante para el Balanced Scorecard, sin embargo, no es exclusivo para esta metodología. A modo de resumen, este ofrece la posibilidad de comunicar la Planeación Estratégica desde lo gerencial hacia todo el equipo, por medio de un formato fácil de digerir y entender.

Análisis DOFA: También conocido como el análisis SWOT por sus siglas en inglés es una herramienta de análisis de una organización que se basa en sus características internas (Debilidades y fortalezas) y sus características externas (Amenazas y oportunidades). A partir de la evaluación de estas características, el análisis DOFA permite conocer la situación real en la que se encuentra una organización y así ayuda a plantear la estrategia futura.

Análisis PEST: Por sus siglas en inglés PEST (Política, económica, sociocultural, tecnológica) pretende analizar el entorno industrial o empresarial de una organización a partir de estos cuatro factores, así, pretende determinar cómo ese entorno podría afectar a la organización. Usualmente el Análisis PEST se usa dentro de las características externas del Análisis DOFA. (Roncancio, 2016)

Análisis de brechas (Gap Analysis): Este modelo pretende comparar dónde está una organización actualmente y a dónde pretende llegar. Una vez existe esta comparación, se busca establecer cómo cerrar esta brecha. La estrategia Blue Ocean, propone que las organizaciones se desarrollen dentro de un mercado no disputado (mercado de océano azul), en lugar de un mercado desarrollado o saturado (mercado de océano rojo).

Análisis Porter de las cinco fuerzas: Es un modelo estratégico que establece un marco para evaluar el nivel de competencia dentro de una industria y así poder desarrollar una estrategia de negocio. Para este análisis se articulan cinco fuerzas que determinan la intensidad de la competencia y la rivalidad en la industria. Las cinco fuerzas son:

- ✓ Poder de negociación de los compradores o clientes (F1)
- ✓ Poder de negociación de los proveedores o vendedores (F2)
- ✓ Amenaza de nuevos competidores entrantes (F3)
- ✓ Amenaza de productos sustitutos (F4)
- ✓ Rivalidad entre competidores

Análisis de capacidades VRIO: Para elegir qué estrategia competitiva seguir es muy importante conocer las capacidades que tiene una organización. El análisis VRIO ayuda a identificar con qué armas competir, cuáles es necesario desarrollar y cuáles son críticas. VRIO, tiene la finalidad de proporcionar una ventaja competitiva en el mercado a las organizaciones. En el análisis VRIO se listan todos los recursos de una organización que son relevantes para competir en el mercado y se va puntuando hasta qué punto son de valor (V), raros (R), Inimitables (I) y anclados en la organización (O), (Roncancio, 2016).

Etapas de la Planeación Estratégica

Las etapas de la planeación estratégica son el análisis del entorno, fijación de objetivos, establecimiento de tácticas o técnicas, ejecución, reporte de resultados y evaluación. La planificación estratégica es un proceso en el cual se definen objetivos, las maneras y los medios para lograrlos, así como el modo de medir o evaluar los resultados.

En el ámbito de la administración, la estrategia consiste en la configuración de metas a largo plazo, que encierran también unas pautas para la toma de decisiones fundamentales y para la ejecución de las actividades necesarias

La gestión de una organización, exige una estrategia. Tal estrategia, requiere un proceso de revisión continuo y de su socialización entre las partes involucradas. La estrategia sirve para sacar adelante una organización y aprender e institucionalizar la forma de hacerlo cada vez mejor.

La globalización le ha sumado importancia al proceso de planificación y su carácter estratégico por cuanto ha elevado la cantidad y la calidad de competidores a los que se puede enfrentar una empresa o proyecto.

Además, se ha comprobado que son las empresas que tienen un sistema formal de planificación de la estrategia, las que logran los mejores resultados financieros y de ventas, y mejoran en los indicadores del éxito empresarial, entre los cuales se cuentan la eficiencia y la satisfacción del personal, (Yanez, 2016).

Fases de la planeación estratégica

Dado que la planificación estratégica se aplica a cualquier tipo de organización humana, independientemente del tamaño, la edad organizacional y la ubicación de esta, la duración y la rigurosidad del proceso resultan variables, Sin embargo, existen unas fases más o menos comunes a todos los casos, a saber:

Análisis de entorno

Es el momento inicial del proceso en el que se hace una revisión del estado en el que se encuentra la organización en cuestión a lo interno y en relación con su entorno. También es la etapa en la que se realiza la denominada matriz DOFA con la que se hace una identificación precisa de las debilidades que posee la organización, las oportunidades que tiene, las fortalezas que puede aprovechar y las amenazas a las que se enfrentará.

Hay quienes denominan a esta fase como la del diagnóstico porque el objetivo de esta etapa es responder a interrogantes como estas:

- ✓ ¿quién es o qué representa la organización en su medio?
- ✓ ¿dónde está y a dónde quiere llegar?
- ✓ ¿con qué cuenta para llegar hasta allá?
- ✓ ¿cuáles son los obstáculos posibles en ese camino?
- ✓ ¿quién es la competencia?

Definir objetivos

Una vez que se han analizado las condiciones del entorno, se deberían tener elementos de juicio suficientes para definir el objetivo a perseguir. Este objetivo debe ser visto a largo plazo. Como se dijo en líneas anteriores, idealmente a 10 años. Claro que no

tiene que ser un único objetivo, pero los que surjan, deben priorizarse de tal modo que permitan orientar todas las tácticas hacia uno en particular a la vez.

En esta fase, también ayuda valerse de un direccionamiento estratégico que se apoye en los principios que dicten la filosofía de gestión de la organización en cuestión (misión, visión, valores, creencias y normas). De este modo, los objetivos serán cónsonos con la cultura de quienes trabajarán por alcanzarlos. Es durante esta etapa cuando se formula la estrategia, propiamente, considerando: objetivos, tácticas, reporte, evaluación y planes alternos. Uno de los aspectos que suele descuidarse en este momento es el modo en el que tales objetivos serán comunicados a los involucrados y cómo se procurará su adopción voluntaria por parte de estos, (Yanez, 2016).

Establecimiento de tácticas

Desgranar la estrategia. Son los pasos concretos en el camino a lograr los objetivos.

Es el detalle de la planificación operativa. El gran objetivo se vuelve operativo y se determinan tareas, recursos disponibles, plazos, indicadores de gestión y responsables. Vale decir que, según lo indicado en el anterior apartado, la comunicación de los objetivos también debe considerarse y eso aplica a esta etapa; las tácticas relacionadas con la socialización de la estrategia, también deben ser tomadas en cuenta.

Ejecución

Aquí las tácticas se vuelven acciones. En este punto se ponen a prueba las decisiones tomadas hasta el momento. El plan previsto se lleva a cabo y se consumen los recursos estimados a tal fin. Es en esta fase donde se suelen notar las brechas entre lo planificado y la realidad. Es normal que en esta fase surjan las desviaciones del plan porque suelen responder a las exigencias del entorno. Lo ideal es que la mayor parte de las personas que integran la organización, participen de la ejecución de la estrategia, comprendiendo y aceptando la finalidad de la misma.

Reporte

Esta es una fase a la que no suele dársele mucha importancia pero que debe considerarse puesto que constituye el registro, el testimonio, de cómo se gestionaron las cosas y, por lo tanto, de cómo podrían replicarse o mejorarse en el futuro. No existe un formato único para este tipo de registro. Puede ser impreso o no. Puede ser literal o gráfico. Lo que sí es aconsejable, es que sea lo más detallado posible para que su réplica o mejora rinda los frutos esperados

Evaluación

Desde el momento en el que se definen los objetivos, se deben considerar los modos e instrumentos para evaluar su cumplimiento. Esto es, si se logran o no, y el costo (material e intangible) que implican. Este proceso debería realizarse en diferentes momentos de la puesta en práctica de la estrategia de modo que se puedan detectar a tiempo los posibles errores y hacer los ajustes correspondientes. Se trata de una especie de auditoria continua a fin de invertir eficiente y eficazmente el tiempo y los recursos humanos y financieros.

Las etapas aquí expuestas son un resumen de lo que resulta común a la planificación en distintos ámbitos, porque la planificación en una universidad tendrá algunas especificaciones que no son necesarias en la planificación en un hospital o en una empresa de marketing digital. Asimismo, la secuencia de las etapas y los métodos, herramientas y técnicas que se utilicen, serán muy diferentes y adecuados a cada tipo de organización, (Yanez, 2016).

Beneficios de la Planeación Estratégica

Algunos de los beneficios de la planeación estratégica son la proactiva adaptación al cambio, la creación de equipos de trabajo eficientes o la mejora de toma de decisiones. Esta se define como un proceso sistemático en el que se traduce una visión a futuro en metas u objetivos ampliamente definidos. Implica también el diseño de una secuencia de pasos para alcanzarlos.

A diferencia de la planificación a largo plazo, la planificación estratégica comienza con el fin deseado y retrocede al estado actual. También contrasta con la planificación táctica ya que es mucho más amplia y flexible. A diferencia de esta no se centra en objetivos intermedios definidos de forma precisa y con medios previamente determinados.

Adaptación proactiva al cambio: En la actualidad, el cambio se produce de manera más rápida y es mucho más extensivo que nunca. Esto puede afectar a muchas organizaciones y poner en riesgo su supervivencia a mediano y largo plazo. Uno de los beneficios de la planeación estratégica es que ayuda a los líderes a enfrentar de manera creativa e inteligente los retos que representa la incertidumbre del cambio

De esta manera, las actividades de gestión estratégica están concebidas para transformar un plan estático en un sistema que proporcione información de rendimiento estratégico a la toma de decisiones. Esta flexibilización permite que el plan evolucione y crezca a medida que cambian las circunstancias, (Castillo, 2018).

Creación de equipos de trabajo altamente eficientes: Otro de los beneficios de la planificación estratégica, apoyado por la gestión estratégica, es que enseña a los equipos ejecutivos a funcionar como un equipo altamente eficaz al participar en la construcción y el apoyo del plan estratégico.

Así, el hecho de involucrar a cada miembro del equipo en la planeación refuerza su compromiso con el cumplimiento de las metas y objetivos de la organización. Esto permite que se maximice la actuación individual y la grupal, lo que potencia, a su vez, su efectividad y su responsabilidad.

Perfeccionamiento del proceso de toma de decisiones: El proceso de planificación estratégica implica la toma de decisiones difíciles. Esto representa una oportunidad para que las organizaciones perfeccionen sus procesos de toma de decisiones.

La planeación involucra al equipo directivo superior, la administración y, en general, todas las personas con responsabilidades gerenciales. Por tanto, uno de los beneficios de la planeación estratégica es que se convierte en una ocasión propicia para reunir a la

organización en torno a los objetivos empresariales y refinar la forma en que se toman las decisiones.

Mejor uso del tiempo y los recursos: Todas las organizaciones tienen límites en cuanto a tiempo, recursos financieros y recursos humanos. La planeación estratégica puede determinar cuál es la mejor manera de disponer de esos recursos y de sacarles el mejor provecho. Desde esta perspectiva, es necesario que todos los gastos de la organización sean evaluados para determinar de qué manera estos contribuirán a alcanzar los resultados clave.

Creación de un marco para la comunicación interna: Uno de los grandes beneficios de la planeación estratégica es que promueve la creación de un marco para la comunicación interna. A través de la comunicación efectiva se negocian las diferencias y se alinean los intereses para lograr el consenso.

La comunicación interna eficaz garantiza que los miembros de la organización están trabajando en colaboración para lograr los objetivos estratégicos trazados. Además, esta ayuda a desarrollar una cultura cohesiva y ofrece las herramientas requeridas para tomar las decisiones correctas en línea con los objetivos de la organización. Todo lo anterior incrementa la eficiencia y productividad, (Castillo, 2018)

Factores a estudiarse en el planeamiento estratégico

A modo de respuesta, diremos que todo planeamiento estratégico organizacional necesariamente debe incluir el tratamiento a la influencia de los siguientes factores:

El entorno: La organización existe en el contexto de un complejo mundo comercial, económico, político, tecnológico, cultural y social. Este entorno cambia y es más complejo para unas organizaciones que para otras. Puesto que a la estrategia le incumbe la posición que mantiene una empresa con relación a su entorno, la comprensión de los efectos del entorno en la empresa es de importancia capital para el análisis estratégico. ¿Los efectos históricos y medio? Ambientales en la empresa deben estudiarse, así como los efectos presentes y los futuros cambios en las variables del entorno. Esta es una de las tareas fundamentales por la amplia gama de variables del entorno. Muchas de estas variables harán aparecer algún tipo de oportunidades, en tanto que otros amenazarán a la organización.

Los recursos: Así como existen influencias externas sobre la organización y sobre su elección de estrategias, también existen influencias internas. Una de las formas de estudiar la capacidad estratégica de una organización es considerar sus puntos fuertes y sus puntos débiles (qué es lo que la organización hace bien y en qué falta, o donde se encuentra en ventaja o desventaja competitiva).

Las expectativas: Los que esperan del futuro los diferentes agentes es importante, pues influirá en lo que se considera aceptable en términos de estrategias anticipadas por la Alta Dirección. No obstante, las creencias y los supuestos que constituyen la Cultura Organizacional, aunque menos explícitas, también tienen una influencia importante. Las influencias del entorno y de los recursos sobre la organización han de interpretarse a través de estas creencias y supuestos.

Las bases: El entorno, los recursos y las expectativas, en el marco cultural y político de la organización proporcionan las bases del análisis estratégico. Sin embargo, para comprender en qué posición estratégica se encuentra una empresa, es necesario considerar también en qué medida la orientación e implicaciones de la estrategia actual y los objetivos que sigue la organización están en línea con las implicaciones que pueden afrontarlas. En este sentido, tal análisis debe realizarse teniendo presentes las perspectivas del futuro.

La fase más importante del planeamiento estratégico es la puesta en práctica del mismo. Esto lo logramos mediante el planeamiento operativo por parte de cada gerencia o área de trabajo. El objetivo es preparar a cada negocio para hacer frente a diferentes escenarios, con el fin no sólo de anticiparse a los cambios, sino también cómo deben manejarlos o “gerenciarlos”, de modo que sean efectivos en el análisis de sensibilidades, desarrollando un marco de trabajo que actúe a la vez como medio de control y equilibrio, (Valda, 2016).

Diferencia entre el plan estratégico y plan operativo

El planeamiento estratégico brinda la perspectiva de largo plazo para la gestión de los negocios, el lugar donde queremos estar en el futuro. El planeamiento operativo da lugar al rendimiento, a la medida cuantificable del éxito alcanzado. Aunque estos dos

componentes se yuxtaponen, cada uno de ellos requiere un nivel distinto de enfoque por parte de los ejecutivos que participan en el proceso.

El planeamiento estratégico es un proceso que en la práctica debe mantenerse unido al equipo administrativo para traducir la visión, misión, y estrategias en resultados tangibles. Así, permite ahorrar el valioso tiempo administrativo, reducir los conflictos y fomentar la participación y compromiso con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que desea. La planificación operativa involucra la implementación de planes de actuación ante los escenarios marcos planteados.

Algo que resultará obvio cuando se procede con ambos procesos, es que se trata de un procedimiento iterativo (de repetición) y no de uno lineal; conforme se pone en práctica, puede notarse que es preferible y hasta indispensable remitirse a decisiones anteriores, incluso algunas que formaban parte de la misma base o punto de partida y reevaluarlas a la luz de las nuevas circunstancias y nunca estático; se requiere estar preparado para modificar los planes y posiblemente cambiar de dirección cuando las circunstancias lo ameriten, (Valda, 2016).

Plan estrategia de desarrollo turístico

La visión apunta a generar un destino turístico sostenible diverso, competitivo, seguro y de calidad turística estandarizada, con oportunidades de empleo y de mejoramiento en la calidad de vida de la comunidad y territorios aledaños. Además, garantizar una adecuada operación turística involucrando sus riquezas culturales y naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada; con conectividad, infraestructura y facilidades adecuadas para el turismo.

La actividad turística manejada desde la óptica de la sustentabilidad contribuye al desarrollo de las comunidades, en este estudio realizado, contiene los elementos necesarios para su correcta administración y progreso. Los gustos de los turistas a nivel mundial están marcados por la idiosincrasia, clase social o creencia religiosa, no deja de lado el buscar algo que es vital para el ser humano, la salud. Por ello, elige lugares de esparcimiento sano, que brinde el relax anhelado, conocimiento y sanidad. También busca que todo este

enmarcado en una infraestructura idónea y que el servicio o atención sea de primera y amigable con el ambiente.

El objetivo general consistió en formular una estrategia de desarrollo turístico para los habitantes que sirva para impulsar el turismo sustentable en el lugar, (Caicedo, 2015).

Planes de desarrollo turístico y sostenibilidad para su población

La globalización ha traído medidas de ajuste estructural que se han destinado, en la mayoría de los casos, a favorecer la inversión extranjera directa. Ello pasa a dominar el comercio minorista de alimentos y provoca que, en el área rural, la apertura y el creciente papel regulador de los mercados hayan sido aprovechados, fundamentalmente, por empresas con tierras de mayor potencial para la producción de exportables, con capacidad de acceder al crédito, la tecnología y la información sobre las condiciones de los mercados interno y externo. De este aspecto carece el sector rural, lo que hace que los beneficios se concentren en determinados productos

El turismo es visto como una herramienta adecuada para revitalizar las debilitadas áreas rurales y asegurar su futuro sostenible a través de la creación de empleos. Con ello se espera que se brinde apoyo a las granjas y, además, permita una ampliación de la provisión cultural, conservación del paisaje y de la naturaleza y el mantenimiento de artes y artesanías rurales como atractivos turísticos, (Sosa, 2016).

Acciones estratégicas

A la hora de diseñar el Plan de Acciones Estratégicas se debe tener en cuenta el carácter estratégico de todas las medidas a desarrollar.

Cuando hablamos de que una acción es estratégica nos referimos a que su puesta en marcha o realización supone un cambio significativo para la ciudad, es decir, su desarrollo supone una mejora en aspectos importantes para Badajoz por el impacto que tendrá en su población o bien por su impacto en otras acciones futuras. Las acciones estratégicas buscan el cambio relevante.

Teniendo como consecuencia la mejora de la situación actual y de las condiciones de vida de los ciudadanos. Por otro lado, ese cambio debe estar alineado con los objetivos pretendidos y servir, la acción, como camino para conseguirlos

La situación de la economía en estos últimos años ha demostrado que no pueden relajarse proyecciones a plazos demasiado largos, puesto que las realidades cambian de forma rápida o lenta, según las circunstancias.

Una planificación más allá de cinco años, con el panorama económico actual, se convertiría en una planificación poco ajustada a la realidad. La forma en la que evolucionará la ciudad, su mercado laboral y económico, las nuevas oportunidades o amenaza que puedan surgir, así como las nuevas

Aunque algunas de las acciones propuestas son complicadas de finalizar en un horizonte temporal de cinco años, este marco temporal sí permitiría evaluar el avance sobre las mismas y el desarrollo, al menos, de parte de dicho proyecto, lo que permitirá posteriormente, planificar con mayor precisión sobre las acciones a continuar realizando

En todo caso, para tener un Plan Estratégico válido e independientemente de ejercicios periódicos de revisión, se plantea una revisión permanente del mismo en función de la aparición de nuevos datos, cambios de escenarios, variaciones en cualquier tendencia o elementos que así lo aconsejen, (Badajoz, 2018).

Indicadores de seguimiento y evaluación.

Las acciones propuestas en este Plan de Acción son enunciados de las acciones a desarrollar. Cada acción deberá desarrollarse posteriormente como un proyecto individual donde se detallarán detenidamente los objetivos, actividades a desarrollar, público objetivo, presupuestos, fórmulas de financiación y los indicadores de valoración del proyecto en concreto que se desprenden de la realización de dicha acción.

No obstante, en este listado de acciones propuestos, se establecen una serie de ítems que ayuden a la valoración general de la acción mostrándonos posibles elementos de

seguimiento del panorama que pretendemos cambiar, la meta que queremos alcanzar, el resultado que esperamos obtener con el desarrollo de esta acción, (Badajoz, 2018).

Planificación Estratégica del turismo

El turismo es un sector que se caracteriza por estar influenciado por el cambio constante y el desconocimiento de lo que depara el futuro; para los destinos turísticos esto se convierte en un gran reto pues muchos factores externos e internos pueden afectar su desempeño ya sea positiva o negativamente.

Para lograr una adecuada gestión futura, prepararse para los cambios del entorno y garantizar la posición competitiva de los destinos turísticos se hace necesario conocer toda la conceptualización y metodología relacionada con la gestión y la planificación de los destinos turísticos

El turismo es un sector que se caracteriza por estar influenciado por el cambio constante y el desconocimiento de lo que depara el futuro; para los destinos turísticos esto se convierte en un gran reto pues muchos factores externos e internos pueden afectar su desempeño ya sea positiva o negativamente. Para lograr una adecuada gestión futura, prepararse para los cambios del entorno y garantizar la posición competitiva de los destinos turísticos se hace necesario conocer toda la conceptualización y metodología relacionada con la gestión y la planificación de los mismos. El presente trabajo tiene como objetivo la fundamentación desde el punto de vista teórico y metodológico de aspectos vinculados a la gestión y a la planeación estratégica de destinos turísticos.

La definición de turismo se asienta sobre dos ejes principales: el conjunto de actividades que realizan los turistas (y los bienes y servicios que llevan aparejados) y el hecho de que esas actividades son llevadas a cabo en lugares distintos al de su entorno habitual y en determinadas condiciones (temporalidad y razones no lucrativas). La materialización de estas actividades en espacios ajenos al entorno habitual remite al concepto de destino turístico, (Rodríguez, 2017).

El turismo comunitario

Este es un concepto totalmente diferente y novedoso de hacer turismo. Pequeñas comunidades rurales comparten sus hogares con los turistas y permiten conocer a fondo sus costumbres, su diario vivir y sus conocimientos ancestrales.

Algunas comunidades indígenas se han dado cuenta que con el turismo pueden generar mayores recursos y han abierto sus puertas para mostrar los atractivos de sus pueblos y de sus regiones desde una perspectiva única

Esta forma de turismo permite tener más contacto con la gente, conocer las costumbres y el modo de vida de culturas centenarias desde adentro. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado con este turismo se reinvierte en proyectos para la comunidad, (vivecuador, 2016).

Importancia del turismo comunitario

El turismo comunitario tiene una larga trayectoria en los países andinos. Este tipo de turismo brinda a los viajeros y turistas la oportunidad de adquirir una visión auténtica de la vida cotidiana en la población local y aprender de primera mano sobre las culturas anfitrionas, a través de actividades como caminatas guiadas, mientras ayudan en el campo con las actividades productivas, en talleres para aprender la elaboración de artesanías tradicionales como la cerámica y el tejido o mientras cocinan juntos.

Para las comunidades locales, la integración en el turismo de la población local es importante tanto para transmitir su cultura como para generar ingresos adicionales a las que ya cuenta, como la agricultura y la ganadería, y, en consecuencia, mejorar sus ingresos económicos, (Tourcert, 2017).

Turismo para el desarrollo regional

El turismo se ha identificado como una de las ramas económicas con mayor dinamismo del mercado mundial, siempre asociado a la modernidad del modelo capitalista, la cual consiste en la reproducción paulatina de la situación alcanzada por los países o

regiones elegidos como modelo de referencia; es decir, los espacios geoeconómicos que se supone han conocido una ruptura histórica -la revolución industrial-, momento a partir del cual el crecimiento industrial se convirtió en condición natural y objetivo fundamental del funcionamiento de la sociedad.

Ello tiene que ver con el desarrollo, concebido como la adopción de normas de comportamiento, actitudes y valores identificados con la racionalidad económica moderna, caracterizada por la búsqueda de la máxima productividad, la generación de ahorro y la creación de inversiones que llevasen a la acumulación permanente de los individuos y, en consecuencia, de cada sociedad nacional. El modelo explicaba también el subdesarrollo como una ausencia de desarrollo, debido a los obstáculos, como la limitante de su profunda dependencia económica y política de la economía internacional que en ellos existía para su pleno desarrollo y modernización

La implantación de un espacio turístico en su ordenación y regulación atiende los elementos objetivos y aquellos de carácter subjetivos identificados como exitosos en el mercado turístico, la competitividad por su atracción de flujos turísticos, involucra diversos conjuntos de subsistemas (Fonseca, 2016).

Participación de las comunidades en el desarrollo turístico

Las organizaciones comunitarias son espacios para la participación de los ciudadanos en las decisiones tendientes a viabilizar las políticas de desarrollo de la localidad en la cual se encuentran, estas organizaciones han surgido apoyadas en los procesos de descentralización de la administración pública impulsados por el estado, desde donde se ha fomentado la inclusión social y la autogestión comunitaria.

Ahora bien, dentro de las modalidades que tienen las comunidades organizadas de estructurarse, los cuales se definen en el marco constitucional de la democracia representativa y protagónica como instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales y los ciudadanos y ciudadanas, que permiten al pueblo organizado ejercer directamente la gestión de las políticas públicas y proyectos orientados a satisfacer las necesidades y aspiraciones de las comunidades en la construcción de una sociedad de equidad y justicia social.

La participación social comunitaria, se define como un proceso social a través del cual los grupos, organizaciones, instituciones o los diferentes sectores (todos los actores sociales de la comunidad), intervienen en los procesos económicos, sociales, culturales y políticos de la localidad y se unen en una sólida alianza para diseñar, poner en práctica y evaluar las soluciones.

El desarrollo sostenible de la actividad turística se sustenta en tres dimensiones, a saber: económica, pues debe ser rentable para que sea viable; social, en virtud de que ayuda a reforzar valores de relación, participación e intercambio de experiencias tanto de los visitantes como de los habitantes del destino turístico, y ambiental, pues tiene que colaborar en la protección y conservación del medio ambiente en el que se desarrolla dicha actividad, (Narváez, Fernández, & Gutierrez, 2017).

Evolución del turismo mundial

El turismo es considerado uno de los más importantes sectores socio-económicos mundiales, aunque, en realidad, no se constituya una industria puesto que representa una opción de gastos en diferentes bienes y servicios para los viajeros en el punto de destino. Como propone la OMC (Organización Mundial del Comercio), a diferencia de otros servicios, el turismo (viajes en la clasificación de balanza de pagos adoptada por la OMC) no es un tipo específico de servicio sino un conjunto heterogéneo de bienes y servicios consumidos por los visitantes en los destinos turísticos.

Los bienes y servicios englobados más comúnmente son el alojamiento, los alimentos y las bebidas, servicios financieros y seguros, los servicios relacionados con el esparcimiento y el transporte, los regalos y los recuerdos (en el país/ciudad visitado(a)). Las estadísticas sobre el turismo son colectadas a partir de estimaciones de los gastos de turistas nacionales y extranjeros siendo que los gastos de los turistas extranjeros (turismo receptor) son computados como exportación de turismo (viajes); mientras que los gastos de los turistas locales en otro país (turismo emisor) son computados como importación de turismo viajes.

El turismo de masa cobra ímpetu con los cambios tecnológicos que permitieron el transporte de un grande número de personas en un intervalo menor de tiempo. Asimismo,

para un aumento significativo del turismo, fue necesario que un gran número de personas pudieran disfrutar de los beneficios de más tiempo de ocio (vacaciones remuneradas).

En su definición técnica, el turismo comprende el movimiento temporario de personas (visitantes) para lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año por fines de ocio y recreación, negocios, salud, educación, entre los más significativos, así como las instalaciones creadas para atender a sus necesidades, (Ventura, 2017).

Modelos de desarrollo, sostenibilidad

Interrogarse sobre la relación entre las formas del desarrollo turístico y la situación de empleo es plantear, al menos de manera intrínseca, qué modelo de desarrollo turístico produce más y mejores empleos. Desde principios de los años ochenta se ha producido en las sociedades occidentales un intenso debate social y académico acerca de cuáles eran los mejores medios (los modelos) para alcanzar el desarrollo económico, entendiendo éste como un fin en sí mismo.

En un nuevo contexto, la relación entre la actividad económica y el empleo parece haber cambiado. Por tanto, los modelos turísticos y sus posibilidades para crear empleo, entendiendo el turismo en su dimensión de fenómeno económico que, entre otros efectos, crea empleo, necesariamente ha de cambiar. En este apartado pretendemos analizar los cambios en la organización del trabajo en el seno de las empresas y sus consecuencias para el empleo, así como la manera en que estos cambios genéricos pueden estar afectando al sector turístico.

La cuestión que nos planteamos en esta tesis es cómo influye la forma del desarrollo turístico en la situación de empleo. Hasta aquí, una vez definida la situación de empleo y las formas de desarrollo turístico, hemos hecho referencia a la crisis del modelo tradicional de crecimiento económico basado en la producción y el consumo masivo, ya que hemos querido reflexionar acerca de si el crecimiento aún es posible. Ahora bien, plantear la relación entre las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo implica partir de la idea que de no hay una única forma posible de desarrollo (turístico o económico), sino que existen diversas “formas de desarrollo”, (Santana, 2018).

La competitividad turística

La competitividad es un concepto que tiene múltiples y variadas interpretaciones, según el tipo y nivel de la actividad donde es empleado, razón por la cual no existe una definición de carácter universal del término, que cuente con una aceptación generalizada.

El problema para definir competitividad se presenta a nivel macro, es decir, cuando se trata de definir la competitividad de un país, un sector industrial o de una región, donde existen diferentes puntos de vista en cuál es el enfoque que se le da al concepto, debido a las grandes discrepancias que se presentan para poder precisar con claridad los factores determinantes de la competitividad a esos niveles.

La competitividad de un destino turístico dependerá de la combinación y sinergias de un conjunto de factores como son la capacidad competitividad de las empresas, la dotación de infraestructura, la disponibilidad de capital humano, y el entorno macroeconómico e institucional. La competitividad en el sector turístico se define como la capacidad de las empresas turísticas extranjeras o nacionales-, de la forma que en el destino realicen un gasto que sirva para compensar los costes de desarrollo de esa actividad, así como para remunerar los capitales invertidos por encima de su coste de oportunidad

La competitividad turística es la capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de una manera sostenible y sostenida; lo cual puede alcanzarse mediante la consecución de rentabilidades financieras por encima de la media de los ámbitos empresariales, y de rentabilidades sociales y ambientales como consecuencia de la actuación de organismos e instituciones públicas, así como como consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas, (Acerenza, 2016).

El turismo como motor potencial para el desarrollo económico

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las

importantes sensibilidades a las que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino.

Para cumplir con los objetivos, este artículo se estructura, tras esta introducción, en un segundo apartado donde se realiza una revisión de la literatura referente al turismo fronterizo. Posteriormente se describe el área geográfica, siguiéndole un cuarto apartado que trata sobre la metodología empleada. En un quinto apartado se muestran los resultados, para después desarrollar las conclusiones. Finalmente, se enumeran las referencias bibliográficas utilizadas para elaborar este artículo.

El turismo se configura como uno de los principales motores económicos a nivel internacional, cobrando más fuerza en zonas en vías de desarrollo, siendo estas áreas geográficas ricas en recursos culturales y naturales. En este sentido, este trabajo se realiza en un país en vías de desarrollo como es República Dominicana, y en concreto, en la provincia de Dajabón, que se localiza en la frontera dominico-haitiana, donde existen potencialidades para desarrollar lo que se conoce como turismo fronterizo. Para desarrollar estas potencialidades se deben establecer algunas acciones como las siguientes, (Orgaz & Moral, 2017).

- ✓ Diseñar actividades o excursiones turísticas puntuales en el destino.

- ✓ Crear un plan de marketing, sobre todo online (que tiene coste cero a través de blog y redes sociales), que tenga por objetivo promocionar y comercializar los posibles productos y actividades turísticas.

- ✓ Desarrollar talleres y cursos dirigidos a la población local, para formar profesionales en el ámbito del turismo.

- ✓ Crear asociaciones o cooperativas entre las diferentes empresas turísticas del municipio, con el fin de mejorar la organización empresarial de las entidades que trabajan en turismo, colaborando conjuntamente por el desarrollo de la actividad turística en el destino.

✓ Destacando que la provincia destaca por los recursos naturales, se debe realizar estudios de impacto ambiental para poner en valor el recurso.

✓ Distribuir paneles informativos turísticos por la provincia, tanto en el recurso a visitar como en las principales ciudades, donde se observa la distribución, (Orgaz & Moral, 2017).

El impulso turístico

El turismo es un sector fundamental en el desempeño de la economía. Según la publicación sobre Tendencias y políticas de turismo 2016 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (Ocde), se proyecta que al 2030 la llegada de turistas a las economías emergentes crecerá más del doble en comparación con la de economías avanzadas.

Según la Ocde, existen grandes retos para el sector del turismo que requieren políticas públicas activas e innovadoras que permitan que el turismo se mantenga como un sector competitivo. Estos retos hacen referencia Mediante una mayor integración del turismo en los planes nacionales de desarrollo y otras estrategias, los países han buscado marcos de gobernanza y enfoques de políticas nuevas y eficaces para apoyar al sector, (Dinero, 2017).

- ✓ El rápido crecimiento de los flujos del turismo
- ✓ La adaptación al cambio climático
- ✓ Las nuevas tendencias de consumo
- ✓ La seguridad
- ✓ La digitalización de la economía

Turismo y Medio Ambiente

Aunque el turismo no es considerado objeto de estudio por los científicos sociales y es percibido, por lo general, como un asunto de moda, su importancia económica, su creciente impacto cultural y ambiental justificarían la realización de una investigación sobre la materia.

Si el turismo ha representado una actividad importante para la economía mundial, en tanto fenómeno masivo y actividad que requiere de una gran infraestructura y complejos servicios que no siempre han tenido una adecuada planificación, se ha convertido en un constante deteriorador del medio ambiente natural y social. No solo ha transformado el aspecto físico de las zonas turísticas, sino que ha generado graves trastornos ecológicos: destrucción de ecosistemas, disminución de la cantidad y calidad del agua, empobrecimiento y contaminación de los suelos, extinción de múltiples especies de la fauna, afectación severa de la flora, depredación pesquera y contaminación de mar, así como desintegrador de actividades económicas tradicionales, aculturación, migración, fenómenos de crecimiento poblacional y urbano desordenado, falta de servicios públicos, entre otros.

Aunque el crecimiento de la actividad se ha sustentado en el llamado modelo turístico convencional de “avión, hotel, playa”, a finales de la década de los ochenta, este modelo empezó a presentar síntomas de agotamiento y de crisis, expresado en la espiral descendente de los grandes centros turísticos tradicionales (abatimiento de su rentabilidad y el inicio de su decadencia y agonía) fenómeno que se observa en ciertas zonas del mediterráneo europeo.

De hecho, ante la pérdida de la calidad y el valor de la vacación ofrecida por el modelo turístico convencional, producto de la estandarización de la oferta y de los servicios, del manejo impersonal de los visitantes y la transformación de los viejos criterios de servicio en auténticos sistemas de “procesamiento del turista”, ha surgido y crece en los países desarrollados (principales generadores de la demanda) una nueva corriente turística: el llamado turismo alternativo. La nueva corriente turística se dice, es resultado de los cambios en los valores y hábitos de vida ocurridos en las poblaciones de los países desarrollados, que procuran mejorar su calidad de vida (mediante nuevas formas de utilización del tiempo libre y un ambiente limpio, (López & Palomino, 2016).

La actividad turística como opción de desarrollo para las áreas rurales

Las transformaciones que se han venido sucediendo en la concepción del turismo son evidentes. Segmentos emergentes de las sociedades urbanas demandan, de forma creciente, el derecho al uso y disfrute de su tiempo libre, en mayor contacto con la

naturaleza, rodeados de un ambiente de tranquilidad y reposo. La vida sencilla de las áreas rurales atrae, cada día, a quienes desean visitar contextos sosegados para reponerse de la agitada vida de las ciudades.

En el espacio rural tachirenses, existen diversas comunidades poseedoras de atractivos inadecuadamente explotados. La oferta de alojamiento, equipamiento e instalaciones son inexistentes. Las condiciones de los servicios básicos son precarias, privando la necesidad de instrumentos de ordenación, gestión y promoción que permitan encauzar la actividad turística.

La inserción de esta comunidad dentro de un espacio natural protegido, requiere de estudios concretos que permitan conciliar las actividades propias del turismo con la preservación del medio natural. Se trata de buscar el equilibrio entre el aprovechamiento óptimo de los recursos naturales y su protección, evitando efectos perjudiciales tanto para el contexto físico como para la población, (Pérez, 2016).

La segmentación turística

Sí, podemos afirmar que hay tantos gustos como colores, pero hoy no venimos a hablar de colores sino de turismo y, más concretamente de la segmentación del mercado turístico, un elemento clave para el desarrollo de vuestra destinación, producto o servicio turístico.

Las tipologías turísticas son cambiantes y es necesario dividir el mercado en grupos homogéneos, más pequeños, de consumidores con las mismas características. Así los miembros de cada grupo tendrán un comportamiento y unas necesidades semblantes y será más fácil poder adaptarnos a ellos.

Todas las técnicas de segmentación turística empiezan con la observación y estudio de la población que se quiere estimular, para después buscar diferentes criterios por grupos que tengan características comunes.

Por ejemplo, podemos segmentar el mercado por perfiles turísticos y dentro de este grupo podemos integrar, (Nuwa, 2016).

- ✓ Parejas
- ✓ Familias
- ✓ Seniors
- ✓ Grupos
- ✓ Activos
- ✓ Millennials
- ✓ Teens
- ✓ Gourmets
- ✓ Turismo accesible (Nuwa, 2016).

Turismo y Desarrollo Sostenible

La sostenibilidad entendida como el proceso para alcanzar un desarrollo humano sostenible en los planos social, ambiental y económico.

Los criterios para alcanzar esos mayores niveles de sostenibilidad deben incluir cambios que sean percibidos como socialmente aceptables y deseables, ambientalmente viables y no degradantes, y económicamente realizables y con tecnologías apropiadas.

En las últimas dos décadas se ha acentuado una creciente sensibilidad social por la calidad ambiental, pues son bien conocidos los efectos de degradación paisajística, ambiental, social y cultural que el turismo de masas ha generado a numerosas áreas del mundo.

El turismo no debe entenderse como una actividad económica aislada y que funciona de forma independiente. Por el contrario, el turismo depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.). Se presentan en los espacios turísticos presiones excesivas sobre el territorio y los intereses socioeconómicos muy a menudo están enfrentados, se hace necesario un enfoque que permita la confluencia de posiciones antagónicas que contemplen la mayor parte posible de necesidades y prioridades de los agentes sociales locales y los sectores económicos. En esta medida cobra sentido la implementación de modelos de participación ciudadana como paso fundamental hacia una gestión sostenible.

Los nuevos turistas buscan espacios con menor impacto sobre el medio y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales. Los espacios receptores buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio, que aseguren una más amplia diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de forma más armónica las necesidades del turista y de la población local.

Este cambio en la concepción del turismo contemporáneo se inscribe en la necesidad de implementar modelos de desarrollo sostenible, que hagan compatible el desarrollo económico con la conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social. En este sentido, la sostenibilidad no es una posible opción a la actividad turística, sino que es la única opción, aquella que puede mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de hoy y del futuro sin sobrepasar la capacidad de carga de los ecosistemas que son el soporte de vida en la tierra, (Agrotravel, 2017).

Impactos del turismo

La implantación de cualquier tipo de actividad, que no exista con anterioridad en un área, comporta inevitablemente una serie de impactos positivos y negativos. La evaluación de estos impactos, nos permitirá saber si los beneficios superan los costes, si no fuese así no valdría la pena realizar una actividad turística.

El turismo como ya lo hemos manifestado, es una herramienta fundamental para la conservación de los sistemas naturales en las áreas en que se planifique, además de contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades locales. Obviamente si esta actividad se lleva a cabo de manera desorganizada, descontrolada y con poca planificación puede causar daños y perjuicios irreversibles tanto al medio natural como al cultural, llegando irónicamente a destruir los propios recursos que se constituyen en la base principal de su atractivo. A esta injerencia se le conoce con el término de “impacto” y en términos generales los hay positivos y negativos, (Agrotravel, 2017).

2.2 MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1 Antecedentes investigativos

La experiencia, la innovación y la calidad del plan es lo que difiere de unos a otros profesionales y, en consecuencia, la viabilidad y la metodología para llevar a cabo dicho Plan estratégico. No puede haber una organización pública sin su correspondiente Plan de Acción, que defina hacia donde quieren ir y el cómo conseguirlo.

En materia de Turismo, esto se hace todavía más obligatorio, teniendo en cuenta la competencia existente entre destinos, y la constante evolución de los mismos. Consultoras como la nuestra, ayudan a definir y materializar un Plan que satisfaga al Concello, a sus vecinos y el sector.

Crear una estrategia diseñada para garantizar la obtención de los objetivos fijados. El concepto es simple: tenemos que pensar en cómo vamos a llegar a realizar los objetivos que nos hemos marcado, teniendo en cuenta nuestra situación actual. Para lograrlo es recomendable ir fijando metas más modestas a corto y a medio plazo, a través de acciones y propuestas que poco a poco, nos acerquen al objetivo al que aspira nuestra organización. si el objetivo último es dinamizar el turismo en la zona, las acciones a llevar a cabo van desde modernizar infraestructuras a crear y dinamizar servicios y actividades que resulten atractivas para los potenciales turistas, (Martínez, 2018).

Juan Valda Licenciado en Administración de Empresas, manifiesta que: El Planeamiento Estratégico representa un punto de equilibrio entre los procesos analítico (en base a nuestro razonamiento) e intuitivo (en base a nuestro juicio o propia experiencia). Esto lo logramos elaborando “escenarios marco” sobre los cuales realizamos simulaciones entre diferentes suposiciones o cambios en las variables más sensibles (externas e internas) en relación a nuestras organizaciones.

Así el Planeamiento Estratégico involucra el dominio de temas como la demanda por nuestros productos y/o servicios, los factores que afectan nuestra capacidad de oferta, nuestras fortalezas, debilidades y oportunidades; el análisis del entorno competitivo y

cambios tecnológicos, así como las implicancias de carácter financiero inherentes a las decisiones operativas, más conocidas como amenazas.

La perspectiva a largo plazo u horizonte, es la respuesta a la pregunta de ¿En dónde necesita estar la empresa en un momento específico del futuro para desempeñar su visión, misión y estrategias? El Planeamiento Estratégico es un proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar modificaciones en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias. Desde el punto de vista pedagógico el Planeamiento Estratégico es importante porque ofrece a las organizaciones las siguientes ventajas:

El desarrollo de una planificación estratégica produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundaría en la eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para todos los miembros. Ayuda a mejorar los niveles de productividad, conducentes al logro de la rentabilidad, (Valda, 2016)

Ignacio Montero periodista y ambientalista activo en la Habana Cuba indica que: Todo cambio de actitud cultural o social tiene que partir del cambio personal, hacer crecer a la gente debe ser el objetivo número uno del cambio. Cuando el cambio es visto y entendido como una superación de la persona, como un crecimiento personal, como el desarrollo de la autoestima, como la búsqueda de un camino propio para alcanzar un estadio superior de crecimiento y desarrollo, entonces es fácil convencer a las personas de que no se resistan al cambio.

Para un cambio organizacional es importante considerar tres objetivos centrales: la creación de una visión, de una misión y unos valores que apunte a la creación de un escenario futuro. De esta manera las personas podrán identificar con claridad hacia qué dirección se ha marcado el rumbo del cambio.

Es importante considerar, que todo proceso de cambio genera resistencia. Por eso en todo proceso de cambio planeado y dirigido, el rol de los líderes, mejor dicho; el proceso de

liderazgo es fundamental. Ahora bien, la resistencia al cambio puede expresarse de tres maneras:

De modo que, antes de embarcarnos en la implementación de una planeación estratégica organizacional, debemos primero embarcarnos en el convencimiento de nuestra gente, para aceptar que tal cambio es importante y el único camino para desarrollar la organización. Un proceso de planeación estratégica, solo será posible cuando generamos compromiso con todos los que forman parte de la organización; y eso será posible cuando haya una apertura y un nivel de comunicación horizontal y abierta. He allí la importancia del planeamiento estratégico, como modelo y como instrumento de gestión que responde a los retos organizacionales de estos tiempos, (Valda, 2016).

Ana Ferrari licenciada en turismo de la Universidad Técnica de Manabí revela que: La planificación bajo un enfoque estratégico, abarca todos los aspectos macro o fundamentales de la empresa, líneas y objetivos maestros y de largo plazo que van desde la propia identidad organizacional, misión, valores, estructura y trasciende a los planes de largo plazo de las divisiones o funciones medulares. Finaliza en los planes tácticos.

La planificación táctica es el segundo nivel de alcance del proceso de planificación, este se circunscribe a algún departamento o función específica de la empresa, por ejemplo, el plan táctico de mercadeo o ventas. Es donde se despliegan los objetivos fijados en un nivel estratégico para cada área fundamental. Posee un horizonte temporal de corto a mediano plazo, generalmente un año y deriva en el detalle de la operatividad, es decir en planes operacionales.

Finalmente, la planificación operacional, es la minuciosidad de acciones que se llevarán a cabo en el corto plazo, para alcanzar los planes tácticos. Es concreta, puntual y específica. Una programación de la producción en una empresa manufacturera es un ejemplo de planificación operacional.

El plan estratégico identifica las medidas de desempeño usadas para monitorear el progreso en el logro de los objetivos. Los planes estratégicos son desarrollados y supervisados por la alta gerencia, directores de gestión y el director ejecutivo.

Correspondiendo a los departamentos desarrollar sus propios planes tácticos bajo la sombra del plan a nivel corporativo, (Ferrari, 2016).

María Fonseca docente en la Universidad Autónoma del Estado de México manifiesta que: El turismo es uno de los agentes más efectivos de integración de economías menos desarrolladas al modelo mundial. Hoy el turismo se enfrenta a los problemas que plantean dos paradigmas no coincidentes: la globalización y la sustentabilidad. Éste es un reto de difícil integración en los países emergentes –y de los que se consideran en desarrollo

Las políticas turísticas al alinearse a la lógica del sistema capitalista mundial, omiten aspectos fundamentales para el desarrollo de las comunidades receptoras, las cuales en su intento por incorporarse a las nuevas actividades asociadas al turismo lo hacen en términos de desigualdad por falta de una adecuada cualificación y de apoyos institucionales. Se le deja a su suerte luego de ser despojadas de sus recursos naturales

La búsqueda de la sustentabilidad implica una estrategia dual moderna: por una parte, debe facilitar a la gente el fortalecimiento de sus propias organizaciones, o la creación de nuevas, utilizando sus recursos relativamente magros en la búsqueda de una alternativa y de una resolución autónoma de sus problemas. Por otra parte, una estrategia de desarrollo sustentable debe contribuir al surgimiento de un nuevo pacto social, cimentado en el reconocimiento de que son esenciales la erradicación de la pobreza y la incorporación democrática de los desamparados dentro de una estructura productiva más diversificada, (Fonseca, 2016).

Gustavo López Pardo y Bertha Palomino estudiantes de la universidad de Chile central manifiestan que El turismo como fenómeno de desplazamiento de un lugar de residencia permanente a otro temporal, no solo es un movimiento de personas que implica transporte, alojamiento y alimentación, sino es un fenómeno social complejo, con múltiples facetas que involucran la esfera de lo económico, lo social-cultural (utilización del tiempo libre) y lo ambiental. Mediante el turismo se pretende satisfacer necesidades vitales, culturales o deseos personales del diverso tipo.

Es decir, en tanto practica social, el turismo no está condicionado por un instinto biológico, sino que depende de un sistema de valores colectivos dominantes que estructura

un conjunto de roles económicos y sociales orientados hacia el fin. El turismo como actividad económica corresponde a una racionalidad dominante y tiene como objetivo la generación de ganancia, por lo que ha implicado un proceso constante de expropiación y explotación de los recursos de las comunidades y países para beneficio de los grandes capitales

La crisis del modelo turismo convencional y la creciente preocupación de las poblaciones de los países desarrollados por mejorar su calidad de vida propiciaron un cambio en la demanda turística. De hecho, dichos cambios se enmarcan en la gran transformación social derivada de la crisis de civilización que asume como rasgos distintivos, la resignificación del individualismo, el hedonismo y la vuelta a la naturaleza, es decir, el rescate de lo individual y auténtico sobre lo material y la estandarización característica de las sociedades actuales.

La búsqueda de un desarrollo sustentable ha llevado a que se revaloren las formas tradicionales de producción y a que se generen nuevas formas de organización productiva en casi todas las actividades económicas y las prácticas sociales. El turismo, como actividad económica y práctica social, no podía estar al margen de esta reconceptualización y resignificación. El turismo como práctica social y económica que pretende un manejo sustentable de los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las poblaciones receptoras aun es incipiente. Su desarrollo y expansión se enfrentan a la lógica del mercado y a la racionalidad económica prevaleciente entre los grandes monopolios que controlan la actividad a nivel mundial, (López & Palomino, 2016).

2.2.2 Categoría de análisis

Categoría de análisis 1: Plan estratégico

Definición. - Recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión (imagen futura). Entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, aunque éste futuro sea imprevisible.

Operacionalización de las subcategorías

- ✓ Herramienta estratégica
- ✓ Decisiones y acciones que una organización
- ✓ Estrategias objetivas

Categoría de análisis 2: Desarrollo del turismo

Definición. - Actividad económica que opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica.

Operacionalización de las subcategorías

- ✓ Progreso económico
- ✓ Desarrollo sostenible
- ✓ Uso de los recursos de forma eficiente

2.3 POSTURA TEÓRICA

Para Terry Mann señala que:

El plan estratégico es el proceso en el que la alta dirección determina los propósitos y los objetivos generales de la organización, y cómo la organización va a lograr estos con el tiempo. Este es un proceso continuo, ya que las empresas siempre están creciendo y respondiendo a las fuerzas internas y externas. Hay cuatro pasos principales para la planificación estratégica de recursos humanos: determinación de la misión, evaluación ambiental, el establecimiento de objetivos y la definición de la estrategia.

La determinación de la misión es el primer paso de la planificación estratégica, ya que es el proceso para determinar lo que una organización quiere lograr con el tiempo y también cuáles son los principios que seguirá la compañía para lograrlo. Este segundo componente es clave, ya que los fines no siempre justifican los medios, y una compañía

no debe fomentar un comportamiento poco ético sólo para alcanzar un determinado nivel de beneficios o un gran crecimiento, (Mann, 2018)

De acuerdo a Pedro Tito

El Planeamiento Estratégico tiene como base al análisis siguiendo el método científico y a una modesta, pero no por ello menos importante, dosis de intuición. El Planeamiento Estratégico representa un punto de equilibrio entre los procesos analítico en base a nuestro razonamiento e intuitivo en base a nuestro juicio o propia experiencia. Esto lo logramos elaborando "escenarios marco" sobre los cuales realizamos simulaciones entre diferentes suposiciones o cambios en las variables más sensibles externas e internas en relación a nuestras organizaciones. Así el Planeamiento Estratégico involucra el dominio de temas como la demanda por nuestros productos y/o servicios, los factores que afectan nuestra capacidad de oferta, nuestras fortalezas, debilidades y oportunidades; el análisis del entorno competitivo y cambios tecnológicos, así como las implicancias de carácter financiero inherentes a las decisiones operativas, más conocidas como amenazas.

Mejora el desempeño de la organización: Orienta de manera efectiva el rumbo de la organización facilitando la acción innovadora de dirección y liderazgo. Permite enfrentar los principales problemas de la organización: Enfrentar el cambio en el entorno y develar las oportunidades y las amenazas, (Tito, 2017).

Según Sandra Villalba indica que:

El Turismo a nivel mundial, es una de las actividades más destacada y reconocida de gran importancia para el desarrollo y crecimiento sostenible de las naciones/países, asignando el arduo trabajo de impulsar, fortalecer y promocionar los patrimonios naturales y culturales de cada lugar, logrando la captación e incremento representativo de divisa.

Nuestro país es considerado como el "Mejor Destino Verde del Mundo" honor otorgado por World Travel Awards en el 2014, transformando su marca turística como "Ecuador Ama la Vida" enfocada por ser un país amable y respetuoso con la naturaleza, la biodiversidad natural y cultural de los pueblos. Ecuador, posee innumerables zonas de gran

atractivo turístico que se destacan por su variedad de pisos climáticos, biodiversidad de flora y fauna, y diferentes clases de manifestaciones culturales, presentándolas como; Insular, Costa, Sierra y Amazonía Ecuatoriana.

Un Plan Integral de turismo del Ecuador, es el instrumento técnico adecuado que ha logrado estos avances hacia el crecimiento turístico del país, (Villalba, 2018).

Mi postura teórica, es que todo proyecto que implique desarrollo organización y control en cada una de sus acciones necesita de un plan estratégico donde se coordinen cada una de las actividades que se llevaran a cabo con la misión y visión de los objetivos plenamente establecidos y cumplir con las metas planificadas, el desarrollo del turismo en la ciudad de Quevedo necesita un mayor impulso por parte de las autoridades coordinar con las comunidades brindando capacitaciones de atender los requerimientos de los turistas en brindar un producto espacio físico y un servicio de calidad para que este decida volver nuevamente.

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis general básica

✓ Con el diseño de un plan estratégico se logrará desarrollar el turismo comunitario en la ciudad de Quevedo.

2.4.2. Sub hipótesis o derivadas

✓ Realizando un diagnóstico se conocerá la situación turística actual del cantón Quevedo.

✓ Determinando las formas alternativas y estratégicas se fomentará el desarrollo turístico comunitario, sostenible para los habitantes.

✓ Desarrollando una propuesta mediante un plan estratégico se logrará promocionar el turismo comunitario del Quevedo.

2.5 Variable

2.5.1 Variable independiente

- ✓ Plan estratégico

2.5.2 Variable dependiente

- ✓ Desarrollo de turismo comunitario

CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Resultados obtenidos de la investigación

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.

Describirá las realidades y característica fundamentales que presenta el área de estudio para registrar, analizar e interpretar correctamente; las situaciones de los diferentes ámbitos, en la que se desarrolla los atractivos turísticos, así mismo los impactos que se genera en el medio ambiente, situaciones socioeconómicas de la población. Información que contribuirá para realizar el diagnóstico y caracterizar procesos que intervienen, generando la realización de las diferentes etapas del proyecto para proponer un Plan estratégico que impulse el turismo comunitario de Quevedo.

Se precisó obtener información directa en el área de estudio, la cual fue indispensable, para el presente estudio, que determina la caracterización de atractivos, demanda, oferta, competencia turística y levantamiento de información mediante fichas técnicas, realización de encuestas. Analizará la situación actual del turismo comunitario en Quevedo, los planes propuestos en los últimos tiempos estrategias aplicadas para atraer más turismo con la finalidad de mejorar la propuesta que se realice.

La población total de la ciudad de Quevedo es de 173.575 habitantes, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y censos (INEC), y su población económicamente activa corresponde a un total de 82.460 personas según la (PEA) de los cuales se tomará referencia para realizar el sondeo estadístico.

El tamaño de la muestra se determinará aplicando la siguiente formula.

Cuadro1. Muestra	Población	Muestra
Población económicamente activa	82.460	82.460
Representantes del sector turístico	4	4

Total	82.464	82.464
--------------	--------	--------

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: José Castro

Total, de Encuestas:

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

$$\text{Fórmula: } n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{82.460}{0,05^2(82.460 - 1) + 1} = \frac{82.460}{0,0025(82.459) + 1} = 398$$

398 encuetas a realizar

3.1.2 Análisis e interpretación de datos

El análisis e interpretación de datos se procederá a realizar las encuestas que están previamente planificada, para que puedan ser respondidas de forma fácil. El cuestionario contiene diez preguntas que están realizadas basándonos en la investigación presentada determinando que estrategias se necesitan para un mayor fortalecimiento en el desarrollo turístico del cantón Quevedo.

Encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo

¿Realiza turismo de forma frecuente?

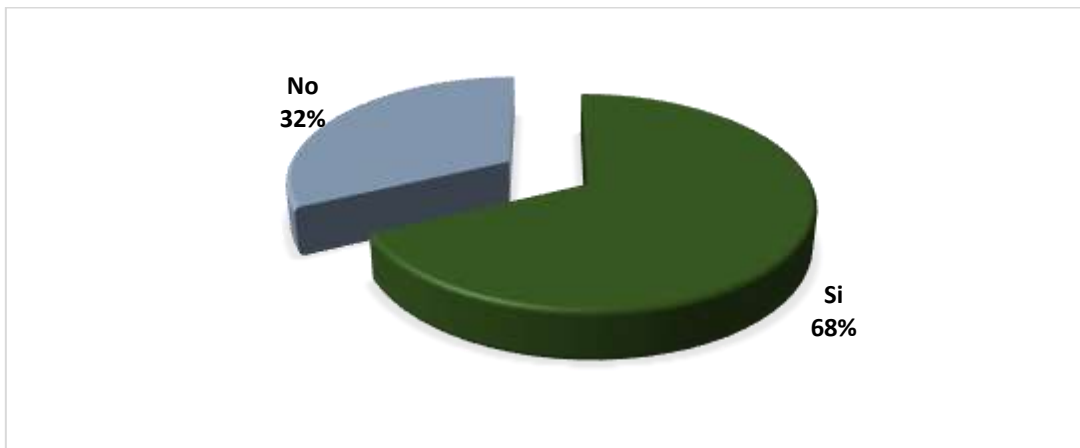
Tabla 1.-Turismo frecuente

Descripción	Continuidad	Proporción
Si	270	68%
No	128	32%
Total	398	100%

Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Figura 1.-Turismo frecuente



Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Análisis. – De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo el 68% de los encuestado indica que, si le agrada realizar turismo de forma frecuente, mientras que aun 32% no le gusta y prefieren quedarse en casa

Interpretación. -Está pregunta fue realizada con el objetivo de comer la frecuencia con que los quevedeños salen de paseo dado su relación y aporte económico que esto genera dependiendo del sitio es que frecuente.

¿Qué tipo de turismo práctica?

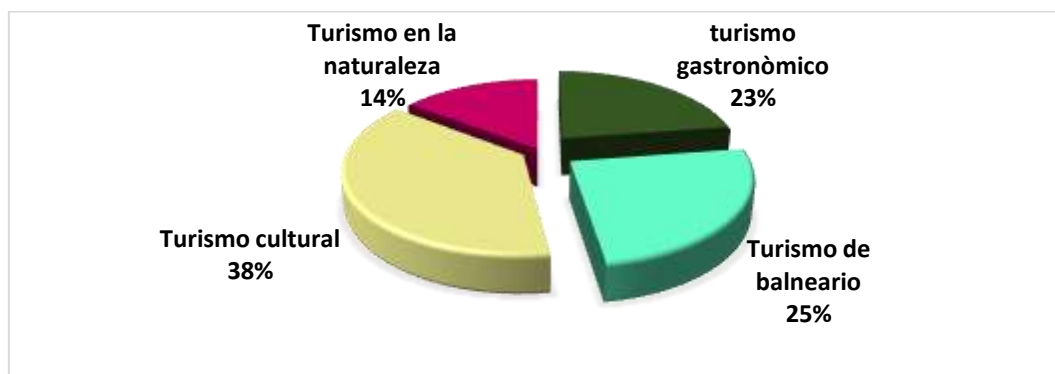
Tabla 2.- Practica de turismo

Descripción	Continuidad	Proporción
turismo gastronómico	90	23%
Turismo de balneario	100	25%
Turismo cultural	150	38%
Turismo en la naturaleza	58	15%
Total	398	100%

Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Figura 2.- Practica de turismo



Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Análisis. – La encuesta realizada a la población quevedeña revela que los habitantes tienen diversas preferencias así lo indica el 23% que prefiere el turismo gastronómico, un 25% asegura que el turismo de balneario son sus favoritos, mientras que el 38% considera que prefiere hacer turismo cultural y un 15% manifiesta que el turismo por la naturaleza es de sus favoritos.

Interpretación. -La pregunta fue elaborada con el fin de conocer los intereses y demanda de los quevedeños en cuanto a preferencias a la hora de realizar turismo la finalidad es poder determinar qué tipo de turismo se puede desarrollar en Quevedo para satisfacer al consumidor.

¿Con que frecuencia sale de vacaciones?

Tabla 3.-Frecuencia de vacacionar

Descripción	Continuidad	Proporción
Cada 6 meses	100	25%
Una vez al año	208	52%
Cada dos años	90	23%
Total	398	100%

Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Figura 3.-Frecuencia de vacacionar



Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Análisis. –El sondeo realizado determinó que las personas que deciden tomar vacaciones cada seis meses se ubican en el 25%, mientras 52% considera que lo realiza una vez al año, a diferencia de otro grupo que lo efectúa cada dos años así lo revelan ubicándolos en un 23%

Interpretación. – Para salir de vacaciones se lo realiza cada año la mayoría de personas así lo aseguran esto se da por el trabajo y las fiestas de fin de año esto promueven el turismo a diversas localidades.

¿Cuánto suelen durar sus vacaciones de turismo?

Tabla 4.-Tiempo de vacaciones

Descripción	Continuidad	Proporción
3 días	215	54%
una semana	113	28%
Dos semanas	70	18%
Total	398	100%

Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Figura 4.-Tiempo de vacaciones



Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Análisis. – La población quevedeña asegura que sus vacaciones varían 54% el promedio de vacaciones es de tres días, mientras que un 28% se toman el tiempo de una semana y solo el 18% sus vacaciones duran dos semanas.

Interpretación. – La mayoría de los quevedeños su promedio de vacaciones es de tres días y retornan a sus diferentes labores por las obligaciones que éstas conllevan.

¿Cuándo decide realizar turismo donde lo hace dentro o fuera del cantón?

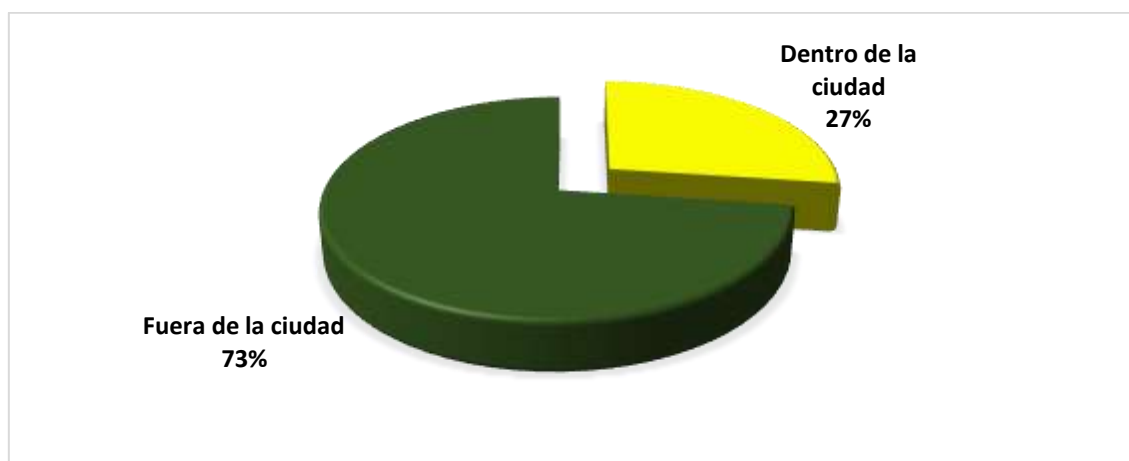
Tabla 5.-Lugar de hacer turismo

Descripción	Continuidad	Proporción
Dentro de la ciudad	108	27%
Fuera de la ciudad	290	73%
Total	398	100%

Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Figura 5.-Lugar de hacer turismo



Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Análisis. –27% de los encuestados señalan que prefieren hacer vacaciones dentro de la ciudad con familiares o amigos, a diferencia del 73% que indica que le agrada hacer otro tipo de turismo fuera de la ciudad con opciones más variadas.

Interpretación. – La mayoría de los quevedeños prefieren realizar sus vacaciones fuera de la ciudad porque encuentran otro tipo de alternativas turística con actividades variadas.

Entrevista realizada a el representante del sector turístico de Quevedo el licenciado Jaime Alberto Bunsen.

¿Considera usted que el cantón Quevedo posee las condiciones para ser un atractivo turístico de visitar?

Considero que Quevedo tiene muchos atractivos turísticos que no se han realizado las suficientes gestiones para que sobresalgan y se desarrolle el turismo como debería ser dada actividad comercial que tiene el cantón.

¿Que considera que a Quevedo hace falta para tener un mayor progreso turístico?

Una mayor planificación, organización y control de todas las acciones en el tema turístico, acompañado de gente comprometida que trabaje por el bienestar del cantón con objetivos bien definidos a ser cumplidos es lo que ha hecho falta.

¿Qué tipo de turismo usted considera se puede desarrollar en el cantón Quevedo?

Bueno, Quevedo cuenta con lugares muy atractivos con los recursos culturales y naturales para poder desarrollar varias actividades turísticas entre ellas podemos mencionar el: turismo gastronómico, turismo de balnearios naturales; agroturismo, deportes externos, paseo conociendo la infraestructura de la ciudad entre algunos más.

¿De acuerdo a la encuesta realizada las personas indican que prefieren salir fuera de la ciudad pasear porque cree usted que se da esta situación?

Porque muchos desconocen los atractivos naturales, culturales, gastronómicos que posee el cantón, tengan en cuenta también que personas salen a otros sitios por visitar a las familias y como es lógico pasean.

¿Existen planes de inversión turística a desarrollarse actualmente?

Tengo entendido que nuestro que alcalde tiene importantes proyectos que serán desarrollados en el transcurso del año, proyectos de inversión turístico que le den un mayor atractivo a nuestra ciudad.

¿Considera usted que un plan estratégico de promoción turística influirá en el desarrollo del turismo el Cantón?

Un plan bien definido promocionado los atractivos turísticos del cantón ¿Qué hacer? ¿Dónde ir? será positivo para que el turismo encuentre a Quevedo como una opción de visitar.

¿Qué tipo de medio de información considera los más apropiados para el desarrollo de la campaña promocionando el turismo en Quevedo?

Cada uno tiene su importancia y público segmentando bien definido, pero ahora lo que llama más la atención son las redes sociales son el tema del momento, son fáciles de manejar y sobre todos son gratuitas llegando a millones de personas.

Entrevista realizada a el representante del sector turístico de Quevedo el Economista Javier Casanova.

¿Considera usted que el cantón Quevedo posee las condiciones para ser un atractivo turístico de visitar?

Creo que Quevedo es un hermoso sitio para ser un atractivo turístico para ser visitados tiene los elementos necesarios recursos naturales, culturales que embellecen la ciudad

¿Que considera que a Quevedo hace falta para tener un mayor progreso turístico?

Que las autoridades trabajen se pongan de acuerdo y saquen adelante planes y proyectos específicos que resalten a la ciudad desarrollando el turismo.

¿Qué tipo de turismo usted considera se puede desarrollar en el cantón Quevedo?

Considero que con una buena planificación en Quevedo se puede desarrollar cualquier tipo de turismo siempre y cuando se hagan las inversiones necesarias para embellecer los sitios con la infraestructura adecuada.

¿De acuerdo a la encuesta realizada las personas indican que prefieren salir fuera de la ciudad pasear porque cree usted que se da esta situación?

Esto sucede porque las personas no están a gusto con la oferta turística buscan nuevas expectativas de turismo y como el cantón no tienen recurren a otros sitios para divertirse.

¿Existen planes de inversión turística a desarrollarse actualmente?

Quevedo es uno de los cantones con un gran auge económico necesita de inversión en la parte turística, lo que influirá a mayores ingresos que se destinaran en obras de la misma ciudad.

¿Considera usted que un plan estratégico de promoción turística influirá en el desarrollo del turismo el Cantón?

Si porque uste sabe bien que todo proyecto a encaminarse necesita de un plan, organización y control, la publicidad de los lugares turísticos que aún se desconocen serán un incentivo para que visiten más a menudo la ciudad.

¿Qué tipo de medio de información considera los más apropiados para el desarrollo de la campaña promocionando el turismo en Quevedo?

Creo que se debería lanzar una campaña publicitaria por todos los medios sin menospreciar a ningunos porque cada uno tiene su público que les sigue.

3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1. Específicas.

De acuerdo a la encuesta realizada se logró determinar que Quevedo posee varios atractivos turísticos que no se han logrado promocionar de la forma correcta por lo cual incide que algunos de sus habitantes conozcan las ofertas turísticas que se pueden practicar en la ciudad como ferias gastronómicas, eventos culturales, deportes extremos entre otros.

La investigación determina que se pueden implementar varias estrategias para fomentar el desarrollo turístico, entre ellas el desarrollo de una campaña publicitaria promocionando los sitios turísticos y las alternativas que ofrecen en Quevedo.

Se determinó mediante la investigación que actualmente no se está desarrollando ninguna campaña publicitaria que exponga la belleza turística de Quevedo su cultura, recursos naturales ni gastronomía lo que influye que para muchos pasen desapercibido y escojan otras rutas que visitar.

3.2.2 General

Mediante la entrevista realizada a las autoridades competentes se logró determinar que no existe un plan de desarrollo turístico que promueva Quevedo fomentando las visitas de turistas nacionales o extranjeros al cantón.

3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1 Especificas

Se sugiere a las autoridades competentes relacionadas con el área del turismo del cantón realizar un seguimiento de forma constante sobre la oferta y demanda turística que exige cada determinado periodo de tiempo con el objetivo de mejorar ciertas falencias y proporcionar las herramientas adecuadas para un mayor progreso turístico.

Se recomienda determinar mediante estudio que alternativas y estrategias son las más indicadas para un mayor impulso de desarrollo turístico, adaptando la situación actual del cantón y promocionar sus recursos naturales y culturales.

Se plantea el desarrollo de un plan estratégico de promoción turística en el Cantón Quevedo revelando que tipo de turismo se puede practicar sin las necesidades salir a otras localidades de manera que se cumpla satisfactoriamente la demanda de los turistas de acuerdo a sus intereses.

3.2.2 General

Promocionar las actividades turísticas que se pueden realizar en la ciudad mediante un plan estratégico bien definido con la misión de cumplir cada uno de los objetivos que sean propuestos.

CAPÍTULO IV. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN

4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Alternativa obtenida

Culminado parte del proceso de investigación, se logró determinar que la situación actual de Quevedo en cuanto a turismo se refiere muestra algunas inconsistencias, como la falta de un plan estratégico que promueva las actividades turísticas que se pueden desarrollar dentro del cantón sin la necesidad de que sus habitantes busquen otros destinos apartados de la ciudad considerando las desventajas que muchos de estos ofrecen sin ningún tipo de garantía en seguridad y que cumplan lo que indican sus itinerarios.

Mediante los métodos y técnicas aplicados se determinó que Quevedo cuenta con los recursos necesarios para que se convierta en el destino turístico de muchos donde se puede destacar que entre sus muchas actividades de turismo se puede practicar un turismo gastronómico por las comunidades del cantón, turismo cultural, turismo de balneario dada la belleza natural, agroturismo recorriendo los campos agrícolas, práctica de deportes extremos siendo muy solicitado por los excursionistas que gustan de este tipo de actividades, concluyendo que Quevedo mediante una buena planificación se potencializa a convertirse en una zona turística de gran demanda.

La encuesta realizada reveló que muchos de los quevedeños desconocen de ciertas actividades turísticas que se pueden efectuar en el cantón, generando que la oferta turística pase desapercibida para los propios lugareños como para los demás visitantes de otras localidades incidiendo en que la gente escoja lugares fuera del cantón y la provincia para pasar sus vacaciones o un corto fin de semana en amigos o familia lo que genera desestabilidad para los negocios que dependen del turismo.

Mediante la entrevista realizada a las autoridades locales indicaron que están conscientes que en administraciones anteriores no se ha trabajado de forma planificada ni se ha llevado un control de una proyección turística, lo que ha generado como consecuencias que el turismo no revele un crecimiento como lo muestran otros sectores productivos del cantón influyendo a que varios emprendimientos relacionados con el turismo no incrementen en sus volúmenes de venta de productos o servicios ofrecido a los visitantes.

4.1.2. Alcance de la alternativa

Al presentar la propuesta sobre un plan estratégico para el desarrollo turístico se espera lograr resultados positivos que el turismo comunitario en el cantón presente una mayor demanda de las actividades que se pueden realizar.

El plan estratégico tendrá un contenido de estrategias enfocadas en promocionar lugares emblemáticos de Quevedo su cultura, arte, gastronomía indicando al turista donde están ubicados cada uno de estos sitios, que se puede encontrar en ellos, desde que hora están a disposición del público creando expectativas en el público para que decidan conocerlos y practicarlos.

Al promover el desarrollo turístico se aporta también con la económica de la sociedad el incremento del turismo reactiva parte de la económica quevedeña genera nuevas alternativas de emprendimiento de diferentes tipos ofreciendo al turista nacional o extranjeros sus productos o servicios, crea fuentes de empleo de forma directa o indirecta mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1 Antecedentes

El turismo es la industria más grande del mundo; representa más del 10% de todo el empleo y el 11 % del Producto Interno Bruto mundial, y se prevé que el valor total de los viajes de turismo aumentará a 1.600 millones de dólares en 2025. El turismo tiene, en tal virtud, un gran y creciente impacto tanto en los pueblos como en la naturaleza. El turismo puede tener efectos positivos y negativos. El desarrollo y la operación inapropiados del

turismo pueden degradar el hábitat y los paisajes, agotar los recursos naturales y generar desperdicios y contaminación. En contraste, el turismo responsable puede ayudar a crear conciencia sobre -y apoyo para- la conservación y la cultura local, además de llevar consigo oportunidades económicas a los países y las comunidades.

La definición de la comunidad dependerá de las estructuras sociales e institucionales en la zona de que se trate, pero la definición supone alguna forma de responsabilidad colectiva y aceptación de los órganos representativos. En muchos lugares, especialmente en aquellos habitados por pueblos indígenas, existen derechos colectivos sobre las tierras y los recursos. El ecoturismo comunitario debería fomentar el uso sostenible y la responsabilidad colectiva de éstos, pero igualmente debe aceptar las iniciativas individuales en la comunidad.

Los procesos envueltos en el turismo incluyen todos los aspectos de la planificación, el desarrollo, la comercialización y el manejo de los recursos y las instalaciones para esta forma de turismo. La atención del visitante supone el acceso a las áreas naturales y de patrimonio cultural, los servicios de guiada e interpretación, el alojamiento, la alimentación, la venta de productos y artesanías y el servicio de transporte.

La capacidad del turismo para mantener una actitud positiva hacia la conservación no solamente es importante respecto a los beneficios económicos directos que entrega. En muchas iniciativas de ecoturismo se ha encontrado que el simple hecho de elevar la conciencia acerca de los beneficios que pueden extraerse de la vida silvestre y los paisajes atractivos ha supuesto una gran diferencia, tanto en las comunidades como en la esfera política regional o nacional. Muchas comunidades locales tienen una sólida tradición de respeto por la vida silvestre y los ambientes naturales, que requiere estimularse y no menoscabarse al dar demasiada importancia al valor económico. Es importante que haya un equilibrio adecuado.

La pequeña escala de la mayor parte de iniciativas de ecoturismo comunitario significa que su impacto es limitado, tanto en la conservación de la naturaleza como en el ingreso y empleo de la comunidad en su conjunto. Estas iniciativas pueden tener más ascendente y éxito si se las integra a otras iniciativas de desarrollo sostenible en las esferas regional y local.

El turismo puede integrarse a otros sectores de la economía rural, creando vínculos de apoyo mutuo y reduciendo la fuga financiera del área. También se puede coordinar con la agricultura, en términos del uso del tiempo y los recursos y creando un mercado para la producción local. En principio, se debería alentar la actividad multisectorial en las comunidades locales.

Los mercados de turismo son pequeños, estacionales y sensibles a las influencias externas, como los cambios políticos o la inestabilidad económica en el país anfitrión o de origen. De otro lado, el turismo puede proteger de los riesgos en otros sectores.

Incorporar a la comunidad es un asunto muy importante y complejo para que el turismo comunitario tenga éxito. Las oportunidades y soluciones pueden variar considerablemente de una a otra área y entre comunidades. Un principio importante es tratar de trabajar con las estructuras sociales y comunitarias existentes, aunque esto puede plantear tanto retos como oportunidades, y también ayudar a identificar ciertos líderes potenciales y gente con empuje. El objetivo fundamental debería ser lograr beneficios sustanciales y equitativos en toda la comunidad. Los asuntos de género pueden ser igualmente importantes y el ecoturismo puede brindar buenas oportunidades para las mujeres.

El turismo comunitario requiere una comprensión y, de ser posible un fortalecimiento, de los derechos y las responsabilidades legales de las comunidades sobre la tierra, los recursos y el desarrollo. Esto debería aplicarse en particular a la tenencia de tierras comunitarias y los derechos sobre el turismo, la conservación y otros usos en esas tierras, de manera que la comunidad pueda influir en esta actividad y extraer ingresos de ella. También debería aplicarse a la participación en la planificación del uso del suelo y el control del desarrollo en tierras privadas

Es importante recordar que el turismo es un negocio. Al igual que las iniciativas lideradas por las comunidades, se debería alentar cuando proceda las empresas e inversiones privadas, de una forma que la comunidad pueda beneficiarse y detentar poder de decisión sobre el grado y naturaleza del turismo en su área, (Denman, 2016).

4.1.3.2 Justificación

La importancia de desarrollar el turismo comunitario mediante un plan estratégico promocionando los lugares turísticos del cantón es uno de los principales objetivos de la investigación, dando a conocer la cultura quevedeña, arte, gastronomía valores ancestrales, tradiciones que se han mantenido a través de los años.

La propuesta presenta un plan de estrategias de manera que se organicen y se controlen cada una de las actividades que se desean desarrollar a favor del crecimiento turístico, analizando la oferta y demanda que cambia cada determinado periodo a fin de satisfacer al turista local o de alguna otra nacionalidad.

El turismo como motor de desarrollo turístico beneficiará a las comunidades del cantón, fomentando alternativas de emprendimiento demostrando su cultura y tradiciones para que el turista se involucre en cada una de estas prácticas y actividades que se quede con el deseo de volver nuevamente.

4.2. OBJETIVOS.

4.2.1 Objetivo general

✓ Desarrollar una propuesta mediante un plan estratégico de promoción del turismo comunitario del Quevedo.

4.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Realizar un análisis de oferta y demanda turística de los visitantes.

- ✓ Identificar las vulnerabilidades que presenta el crecimiento del desarrollo turístico en el cantón.

- ✓ Determinar las oportunidades del plan estratégico de promoción del turismo comunitario del Quevedo.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

✓ Propuesta mediante un plan estratégico de promoción del turismo comunitario del Quevedo.

4.3.2. Componentes

Realizar un análisis de oferta y demanda turística de los visitantes	Determinar la oferta turística que tiene el cantón a través de las diversas actividades que pueden practicar los turistas, de la misma manera conocer cuál es el tipo de demanda que tienen cada uno de los visitantes a fin de satisfacer y brindar un servicio de calidad.
Identificar las vulnerabilidades que presenta el crecimiento del desarrollo turístico en el cantón.	Se determinarán cuales son las fortalezas y debilidades que se pueden presentar en plan estratégico de promoción de turismo comunitario, para trabajar en cada una de ellas aprovechando sus desventajas para convertirlas en oportunidades de crecimiento
Determinar las oportunidades del plan estratégico de promoción del turismo comunitario del Quevedo	Se considera realizar un estudio sistemático de las oportunidades de crecimiento que tiene el plan de estrategias en el turismo comunitario a fin de lograr resultados positivos de la propuesta presentada.

Factibilidad de la propuesta

La propuesta que se presenta es factible y se adapta a las necesidades del desarrollo turístico de las comunidades del cantón Quevedo, a través del proyecto se presenta una alternativa adecuada que promocióne el turismo cultural, gastronómico, arte y tradiciones que aún conservan las comunidades del entorno quevedeño, incentivando a que los turistas consideren esta ruta como una alternativa adecuada para involucrarse y aprender de ella.

Se insta también a la capacitación de las comunidades sobre el tratamiento que debe recibir los turistas que actividades se les puede ofrecer que practiquen, la finalidad es que el turista se sienta identificado comprendan las costumbres y tradiciones de cada pueblo.

Mediante el plan estratégico de capacitación se promociona un turismo responsable, respetando las tradiciones, siendo consientes con el medio ambiente a través del cuidado a la naturaleza y a toda la biodiversidad que estos lugares poseen a fin de conservarlos para las futuras generaciones puedan también disfrutar de las riquezas naturales.

Se determinará la oferta que existe actualmente en el cantón, que a través del turismo se pueden practicar diferentes actividades, se indaga también en, precios, proporcionando toda la información para que el viajero se decida visitar. Así mismo se enfatizará en conocer la demanda que buscan las personas interese particulares, este estudio es sugerible que sea realizado cada determinado periodo de tiempo dado que mucho de los intereses pueden variar.

Impacto social

El impacto que se espera lograr es que este tenga resultado positivos, considerando al turismo como motor desarrollo de los pueblos se insta a las comunidades prepararse mediante la capacitación para ofrecer al turista un servicio eficiente y de calidad en cada una de las actividades que les sea de interés.

El respeto por la naturaleza, la cultura y tradición no solo se espera que valore el turista si no los propios aldeanos pues muchas de la identidad cultural se pierden por la influencia de otras culturas y son los propios lugareños los que son absorbidos por el mundo moderno perdiendo parte de la riqueza ancestral que ha permanecido por cientos de años.

A través de la propuesta se insta al emprendimiento dado que el crecimiento turístico también incide en la demanda de productos y servicios que proveer, esto permitirá reactivar la economía de muchas comunidades encontrando nuevas alternativas de generar recursos que serán distribuidos en sus familias mejorando su calidad de vida.

Análisis FODA de la propuesta

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Variedad de lugares turísticos del cantón ✓ Pobladores hospitalarios ✓ Mejoramiento de infraestructura turística. ✓ Capacitaciones dirigidas al sector comunitario ✓ Convenio con agencias de viaje ✓ Crear mecanismos de interacción con los turistas 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Deseo de los turistas para vivir experiencias nuevas en lugares turísticos ✓ Tradición cultural ✓ Variedad del folclor ecuatoriano ✓ Disponibilidad de gastar dinero por parte de los turistas ✓ Implementar un sistema de comunicación
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Carece de un plan estratégico de marketing para la promoción de los lugares turísticos. ✓ No existe un adecuado estudio sobre los recursos naturales. ✓ Falta de una planificación económica para proyectos turísticos 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Competidores con mejor infraestructura ✓ Aumento de la tasa del desempleo nacional ✓ Poca satisfacción de los turistas ✓ Carencia de publicidad de los atractivos turísticos del cantón

Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Oferta turística del cantón Quevedo

La oferta turística del cantón se determinó mediante indagación de los itinerarios que ofrecen un recorrido por los lugares más emblemáticos de Quevedo a continuación se presentan cada uno de ellos.

Ruta del río



Es una ruta turística que recorre las riveras del río Quevedo donde se puede practicar el ciclo paseo, caminatas esta ruta se encuentra localizada en la parroquia San Camilo recorre unos cuantos kilómetros su realización fue con el objetivo de atraer turismo y disfrutar del encanto natural que le proporciona el río que atraviesa la ciudad.

Turismo de compra





El turismo de compra es promovido por los centros comerciales que existen en la ciudad le ha dado en realce a la ciudad, una inversión que ha sido muy bien aceptada donde muchos quevedeños lo visitan los fines de semana con las familias.

Turismo de balnearios naturales



Los balnearios naturales son otras de la propuesta que ofrece el cantón en sus itinerarios este tipo de balnearios están localizados en las comunidades del sector con esteros en los que pueden disfrutar grande y chicos.

Competencia de motos acuáticas



La competencia de motos acuáticas es una tradición que se celebra cada año donde compiten turistas nacionales o extranjeros llegando hasta la ciudad un buen afluente de visitas que gustan de este tipo de actividades.

Parque Central



El moderno Parque Central, tiene detalles arquitectónicos que realzan el paisaje urbano armonizado con las áreas verdes y una fuente de agua.

Palacio de cristal



Se encuentra localizado en el malecón de Quevedo a orillas del río es utilizado para el desarrollo de eventos nacionales e internacionales.

Malecón de Quevedo



El malecón de Quevedo es otro de los sitios atractivos que visitar su arquitectura está diseñada para que las personas puedan ir con sus familias y pasar un rato ameno.

El rodeo montubio



Es una fiesta que tiene lugar el 12 de octubre los campesinos exhibe su destreza, y sus costumbres en una fiesta que ya es tradicional.

Ronda quevedeña



Es un desfile folclórico denominado ‘Ronda de la Confraternidad Quevedeña’, que se realiza en el marco a las fiestas de cantonización, cada año donde danzante de todas los cantones y provincia tiene participación.

Demanda turística actual

Mediante encuesta aplica a los habitantes del cantón Quevedo se logró identificar parte de la demanda turística que existen en las personas locales y los turistas que visitan Quevedo entre las cuales se mencionan las siguientes.

Turismo cultural



El turismo cultural tiene una gran demanda dado que hacen referencia a las fiestas y tradiciones de cada pueblo o región cada vez este tipo de turismo presenta una mayor demanda por conocer un poco más de cada cultura e involucrar de forma directa con sus rutinas y hábitos.

Agroturismo



El agro turismo que da en las comunidades presenta una demanda considerable por parte de los turistas que buscas conocer participar en las actividades cotidianas del agro.

Turismo de aventura



El turismo de aventura tiene una demanda considerable por parte de los jóvenes que buscan llenarse de adrenalina en la práctica de este deporte que mucho de ellos solo se lo práctica en la sierra del Ecuador

Complejo turístico



Es otra de las atracciones solicitada por los demandantes ya que Quevedo no cuenta con un parque acuático con estas características, teniendo que salir hacia otros cantones lo que crea una fuga de recursos que pueden ser muy bien distribuidas en la ciudad si cumpliera con la demanda.

Gastronomía



EL turismo gastronómico en la actualidad cumple una función importante en el desarrollo turístico, muchos de sus viajeros se trasladan a diferentes lugares por probar la diversidad de platillos autóctonos de la zona. Quevedo ofrece una variedad de platos tradicionales elaborados con recurso nativos del lugar cosidos de forma acostumbrada en leña.

Rutas turísticas



Actualmente Quevedo solo posee una ruta turística por lo que se debe planificar e incluir en proyectos a futuro nuevas rutas turística debido a que Quevedo cuenta con un entorno natural, riqueza cultural tendrían una aceptación considerable permitiendo el turismo hacia sus comunidades.

Turismo de Naturaleza



El turista actual busca involucrarse más con la naturaleza, considerando el entorno natural de Quevedo se desarrollaría una ruta adecuada que cumpla con la demanda solicitada respetando el medio ambiente.

El cicloturismo



Se ha observado a transeúntes practicar este tipo de turismo por las calles o vías que conectan con otras ciudades, lo que es un peligro por el tráfico por ello se propone crear una ruta para la práctica de este deporte.

Turismo industrial



Debido a la actividad comercial Quevedo cuenta con fábricas o distribuidoras, este tipo de turismo alcanza una demanda sobre todo por parte de los jóvenes estudiantes que quieren observar el proceso en cada una de sus operaciones como aprendizaje que el ayude en el complemento de sus estudios.

Turismo deportivo



Muestra un considerable aumento del turismo cuando se dan este tipo de eventos en las diferentes localidades.

**PROPUESTA MEDIANTE UN PLAN ESTRATÉGICO
DE PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO DEL
QUEVEDO.**



**AUTOR:
CASTRO BARRE JOSÉ LUIS**

Descripción y características de la propuesta

La propuesta de un plan estratégico de turismo comunitario tiene aspectos interesantes desde su flexibilidad, período de tiempo hasta su ejecución y evaluación, pero ¿Es seguro y práctico? Efectivamente si, ya que el trabajo es a mediano plazo, no obstante, si dependen del respaldo del municipio no es posible cumplir a plenitud por lo que las estrategias son adecuadas para que las personas de la Parroquia lo desarrollen, (Sevillano, 2018).

Localización donde se va a desarrollar la propuesta

El plan estratégico de promoción turística comunitaria se desarrollará en el cantón Quevedo impulsando el progreso turístico para la ciudad y sus comunidades.



Logotipo

Se creará un logotipo para la promoción turística del cantón, el cual será utilizado en la campaña, manifestando la cultura de las comunidades que conforman la ciudad desarrollando un turismo responsable basándose en el respeto a las tradiciones y al medio ambiente.



Programación de las líneas de acción y metas

Línea estratégica 1: Capacitación y formación comunitaria

Objetivo estratégico. – Dictar talleres de capacitación a los habitantes de las comunidades Quevedeñas con la finalidad de brindar un buen servicio al turista.

Líneas de acción:

- ✓ Desarrollo de capacitaciones con temas referentes al emprendimiento
- ✓ Formación y capacitación sobre atención al turista
- ✓ Permisos otorgados por la municipalidad para el trámite de gestiones
- ✓ Entrega de certificados a quienes participaron y recibieron las charlas de capacitación

Responsable: José castro

Eventos de capacitación del proyecto: Capacitación y formación comunitaria

Capacitación	Métodos	Encaminadas	N ^{ta} de eventos	Horas del evento	Total, horas	Asistencia	Responsable
Participación Comunitaria	Diálogo	Población quevedeña	3	1	3	30 personas	José Castro
Conocimiento sobre las normas de ley	Seminario	Población quevedeña	2	1	2	30 personas	José Castro
Eficiencia en la atención al turista	Cursos	Población quevedeña	4	2	16	30 personas	José Castro
Responsabilidad ambiental	Taller	Población quevedeña	3	1	3	29 personas	José Castro
Respeto por la identidad cultural	Conferencia	Población quevedeña	4	1	4	30 personas	José Castro
Microemprendimiento	Taller y conferencia	Población quevedeña	4	2	16	27 personas	José Castro
Beneficios del turismo	Diálogo	Población quevedeña	3	1	3	30 personas	José Castro
Consideraciones que debería tomar en cuenta el sector público							
Normativas de la actividad turística	Seminario	Funcionarios públicos	2	1	2	4 personas	Ministerio de turismo
Elaboración de proyectos de emprendimiento turístico.	Taller y conferencia	Funcionarios públicos	4	2	16	4 personas	Ministerio de turismo
Control sobre las operaciones turísticas	Conferencia	Funcionarios públicos	3	1	3	4 personas	Ministerio de turismo
Turismo sostenible	Conferencia	Funcionarios públicos	2	1	2	4 personas	Ministerio de turismo

Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

Línea estratégica 2: Diversificación de actividades turísticas

Objetivo estratégico. – Determinar qué actividades turísticas se pueden realizar en el cantón Quevedo fomentando el desarrollo turístico comunitario.

Líneas de acción:

- ✓ Impulso del desarrollo turístico de las comunidades
- ✓ Conocimiento sobre las tradiciones locales
- ✓ Difusión a los grupos comunitarios
- ✓ Recorrido conociendo el agroturismo que se da en la zona
- ✓ Conocimiento y respeto por la biodiversidad local
- ✓ Cumplimiento en la atención del turista
- ✓ Análisis de su oferta y demanda turística
- ✓ Nuevas zonas con potencial turístico
- ✓ Diversificación de la economía local y regional.
- ✓ Alternativas potencializan el uso sustentable de los recursos y atractivos

Responsable: José castro

Implementación de plan estratégico turístico

No.	Nombre del indicador	Explicación del indicador.	Tipo indicador	Formula	Frecuencia	Responsable
1	Eficiencia de la planificación	Mide el cumplimiento de las actividades planificadas.	Efectividad.	Actividades Realizas 100% Actividad Planificadas	Mensual	José Castro
2	Cumplimiento de los objetivos del plan estrategico	Mide el logro de los objetivos	Efectividad	Objetivos Cumplidos 100% Objetivos Planificados	Mensual	José Castro
3	Compromiso de los funcionarios públicos	Verifica el compromiso de los funcionarios	Efectividad	De Metas Alcanzadas 100% De Metas Establecidas	Mensual	José Castro
4	Eficacia en el cumplimiento de los proyectos.	Evalúa el cumplimiento de los proyectos	Efectividad	Proyectos Ejecutados 100% Proyectos Planificados	Mensual	José Castro
5	Incentivo y benéficos turísticos	Mide el nivel de respuesta de los funcionarios del plan	Efectividad	Tareas realizadas 100% Tareas asignadas	Mensual	José Castro

Fuente: (Guanoluisa, 2016).

Elaborado por: José Castro

Línea estratégica 3: Planificación de proyectos turísticos

Objetivo estratégico. –Determinar la demanda turística para ofrecer una oferta que se ajuste a la realidad de lo que busca actualmente el turista.

Líneas de acción:

- ✓ Determinar las características y preferencias de la demanda turística
- ✓ Oportunidad de crecimiento y desarrollo.
- ✓ Proponer proyectos viables y compatibles con las necesidades del mercado turístico.
- ✓ Capacitación calidad de los servicios.
- ✓ Proyecciones económicas.
- ✓ Reactivación comercial.
- ✓ Incorporación a la comunidad local en los nuevos proyectos turísticos
- ✓ Explotación de los recursos naturales de forma responsable.
- ✓ Modelos estratégicos e interactivos cómo forma de planeación deseable.

Responsable: José castro

Estrategias específicas de la Planificación de proyectos turísticos

Objetivos	Estrategias específicas
1. Contar con un Plan Estratégico de acuerdo a las necesidades del área turística del cantón	1.- Elaborar el Plan Estratégico Turístico de promoción turística de manera participativa con las comunidades.
2.- Contar con una unidad administrativa-técnica	2.- Que las entidades de turismo controles las acciones ejercidas
3.- Capacitar periódicamente a los actores involucrados en la actividad turística, para su mejor desempeño dentro de la actividad turística y al mismo tiempo garantizar la calidad en la prestación de servicios turísticos.	3.- Realizar programas de capacitaciones del área turística dirigidos a los pobladores del cantón.
4.- Difundir y concientizar a la comunidad de Quevedo para obtener una cultura colaborativa y participativa en los diferentes temas de conservación del medio ambiente y tradiciones culturales	4.- Efectuar un Plan de Conservación y protección de los recursos naturales y del patrimonio cultural
5.- Promover nacional e internacionalmente a Quevedo como destino turístico en coordinación con organismos públicos y privados	5.Elaborar e implementar un plan de publicidad
6.- Desarrollar formas alternativas de turismo que generen valor agregado al país como destino turístico.	6. Elaborar un proyecto de turismo comunitario
7.- Disponer el mejoramiento de la infraestructura vial turística del cantón	7.- Mejorar la infraestructura vial de acceso a los lugares turísticos
8.- Satisfacer las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros mediante la implementación de productos turísticos	8.- Elaboración de productos turísticos para la parroquia
9.- Mejorar y mantener en buen estado los atractivos turísticos	9. Reconstruir y realizar mantenimiento de todos los atractivos turísticos

Fuente: (Guanoluisa, 2016).

Elaborado por: José Castro

Línea estratégica 3: Promoción turística de los atractivos de la ciudad

Objetivo estratégico. – Desarrollar una campaña publicitaria sobre los atractivos turísticos de Quevedo.

Líneas de acción:

- ✓ Promocionar la riqueza cultural que posee el cantón
- ✓ Influir para un mayor desarrollo turístico
- ✓ Plantear una estrategia creativa para incrementar el turismo
- ✓ Proponer una propuesta comunicacional para resaltar el turismo por medio de la campaña
- ✓ Proponer objetivos publicitarios.
- ✓ Elaborar anuncios publicitarios
- ✓ Informar sobre los atractivos turísticos

Responsable: José castro

Difusión de la promoción turística mediante Redes sociales

Las redes sociales serán los aliados estratégicos para difundir la promoción turística comunitaria que existe en Quevedo promocionando los atractivos turísticos, naturales, así como su cultura con la finalidad de atraer el turismo, las redes sociales por las que se publicará la campaña serán las siguientes.

Facebook

Es una de las redes sociales como más seguidores a nivel mundial, tiene un alcance único llegando a miles de usuarios por su facilidad de acceder a este medio considerando que goza de plena libertad de expresión es gratuito, mediante el cual se creara una página promocionando atractivos turísticos donde se encuentran ubicados, ferias gastronómicas, exposiciones, deportes extremos y todo lo relacionado con el turismo.



Páginas web

La creación de una página web es otra de las alternativas para promocionar la belleza turística de Quevedo contará con un informativo de todos los lugares que visitar.



Camisetas

Se elaborarán camisetas para la campaña publicitaria, que serán entregadas a quienes participen en ella, estas serán de color blanco cuello redondo.



Radio y televisión

Se establecerá un presupuesto para que se realicen anuncios publicitarios a través de los medios de comunicación de televisión y las estaciones de radio durante el tiempo que dure la campaña.



shutterstock.com • 711279994

Presupuesto

Detalle	Costo
Redes sociales	0.00
Camisetas	70.00
Página web	0.00
Medios de comunicación	150.00
Total	220.00

Fuente: Habitantes de Quevedo

Elaborado por: José Castro

4.4 Resultados esperados de la alternativa

El turismo es una actividad importante de desarrollo para el cantón Quevedo, sin embargo, no está exento de la influencia negativa de la situación política y económica interna del país, por lo que un manejo adecuado de un sólido plan estratégico promocionado los atractivos turísticos que este posee permitirán conseguir estabilidad y explotar la potencialidad que tiene este hermoso rincón del Ecuador.

A través de la propuesta presentada se espera que el Estado a través del Ministerio de Turismo tome en cuenta que el país no solo posee lugares ya preestablecidos para el desarrollo de la actividad turística, sino que también existen muchos lugares del Ecuador que cuentan con recursos naturales muy hermosos y únicos a nivel mundial. Para lo que se deberían promover proyectos de desarrollo local y comunitario.

Quevedo cuenta tiene un gran potencial en la parte turística, ya que tiene una gran diversidad de atractivos turísticos naturales y culturales que son potenciales para el desarrollo de la actividad turística, sin embargo, éstos necesitan ser dotados de cualidad y aptitud turística para satisfacer las necesidades de la demanda y lograr un posicionamiento turístico a nivel nacional.

Bibliografía

- Acerenza, M. (2016). ¿Qué es la competitividad de los destinos turísticos? Estados Unidos: entornoturistico.com.
- Agrotravel. (2017). Turismo y Desarrollo Sostenible. Colombia: /agro travel turismo responsable .wordpress.com.
- Badajoz. (2018). Plan Estratégico:. Mexico: .aytobadajoz.es.
- Briceño, V., & Guajala, M. (2015). Elaboración de un plan estratégico turístico aplicado al cantón catamayo” . Ecuador: Universidad Nacional De Loja.
- Caicedo, A. (2015). La capacitación como estrategia de desarrollo turístico para las comunidades: Caso Centro Shuar Tsuer Entsa, Naranja. Ecuador : redalyc.org.
- Castillo, I. (2018). 5 Beneficios de la Planeación Estratégica. Mexico: .lifeder .com /beneficios -planeacion -estrategica.
- Christ, K. (2019). Importancia de la planificación estratégica en las empresas. lima: .cuidatudinero.com.
- Dinero. (2017). Las claves y recomendaciones para impulsar el turismo. España: www.dinero.com.
- Ferrari, A. (2016). Planificación estratégica y operacional. Honduras : cuidatudinero.com.
- Fonseca, M. (2016). El Periplo Sustentable. Chiapas: redalyc.org.
- López, G., & Palomino, B. (2016). Turismo y Medio Ambiente. Honduras: planeta.com.

- Mann, T. (2018). ¿Qué es la planificación estratégica de recursos humanos? Lima: [.ehowenespanol.com/planificacion-](http://ehowenespanol.com/planificacion-).
- Martínez, C. (2018). La importancia de un Plan Estratégico. Mexico: [pqliarconsulting.com/importancia -plan-estrategico](http://pqliarconsulting.com/importancia-plan-estrategico).
- Molina, G. (2016). Ejemplos de estrategias empresariales: ¿Cuáles aplicas? Panama: gestionar-facil.com.
- Narváez, M., Fernández, G., & Gutierrez, C. (2017). Participación de las Comunidades Organizadas en el Desarrollo Turístico Local (Paraguaná – Venezuela). Guatemala: redalyc.org.
- Nuwa. (2016). La segmentación turística. Colombia: nuwatourism.com/.
- Orgaz, F., & Moral, S. (2017). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. Paraguay: scielo.org.mx/.
- Pérez, T. (2016). La actividad turística como opción de desarrollo para las áreas rurales del estado táchira, venezuela. Mexico: ub.edu.
- Rodríguez, L. (2017). Gestión del Destino Turístico y su Planificación Estratégica. . Mexico: [.gestiopolis.com/gestion-del-destino-turistico-y-su-planificacion-estrategica/](http://gestiopolis.com/gestion-del-destino-turistico-y-su-planificacion-estrategica/).
- Roncancio, G. (2016). ¿Qué es la Planeación Estratégica y para qué sirve? Mexico: gestion.pensemos.com/.
- Salas, M. (2015). El sector turístico y su participación en la economía ecuatoriana durante el período 2014 – 201. Ecuador: Universidad De Guayaquil .
- Santana, M. (2018). Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo.el caso de maspalomas (gran canaria). . España: Universitat Autònoma de Barcelona.

- Sevillano, R. (2018). Plan estratégico comunitario para fomentar el desarrollo turístico en la parroquia anconcito. Ecuador: Universidad De Guayaquil .
- Sosa, M. (2016). La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el municipio de Ures, Sonora, México. Mexico: redalyc.org.
- Tito, P. (2017). Importancia del planeamiento estratégico para el desarrollo organizacional. Honduras: sisbib.unmsm.edu.
- Valda, J. (2016). La importancia de disponer de un plan estratégico para desarrollo organizacional. Nicaragua: grandespymes.com.
- Ventura, V. (2017). El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: . lima: latn.org.ar/.
- Villalba, S. (2018). Diseño del plan de marketing turístico, mediante la aplicación de la metodología PIMTE 2014, para promover y fomentar el turismo en la laguna Julio Marin, ubicada en la Parroquia Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos. Ecuador: Universidad Nacional De Loja .
- Yanez, D. (2016). Las 6 Etapas de la Planeación Estratégica y sus Características. España: www.lifeder.com/etapas-planeacion-estrategica/.