



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

CAMPUS UNIVERSITARIO

“DR. HÉCTOR USCOCOVICH BALDA”

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS DE LAS DIFICULTADES QUE AFECTAN AL SISTEMA TURÍSTICO
DEL CANTÓN SAN VICENTE

AUTOR

JANDRY ELEONEL OBANDO VELEZ

TUTOR DE TESIS

DR. WILFREDO VALLS

BAHÍA DE CARÁQUEZ – MANABÍ – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

Dr. VALLS WILFREDO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, EXTENSION BAHÍA DE CARÁQUEZ.

CERTIFICA:

Que el trabajo de investigación titulado “Análisis de las dificultades que afectan al sistema turístico del Cantón San Vicente”

Elaborado por el egresado Jandry Eleonel Obando Vélez ha sido revisado y desarrollado conforme con los lineamientos de la metodología de la investigación científica y las normas establecidas por la Facultad de Administración Turísticas y Hoteleras.

En consecuencia autorizo su presentación y sustentación.

Bahía de Caráquez, Agosto 28 del 2018

Dr. VALLS WILFREDO

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en esta Tesis pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de este trabajo de investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro “de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

El autor

Jandry Eleonel Obando Vélez

APROBACION TESIS TRIBUNAL

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el Tribunal de Grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL **CALIFICACIÓN**

MIEMBRO DEL TRIBUNAL **CALIFICACIÓN**

MIEMBRO DEL TRIBUNAL **CALIFICACIÓN**

S. E. Ana Isabel Zambrano Loor
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

AGRADECIMIENTO

Quiero de expresar mi profunda gratitud a las autoridades de la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”, extensión Bahía de Caráquez, campus Dr. Héctor Uscocovich Balda y a la Facultad de Administración Turística y Hotelera, por brindarme la oportunidad de adquirir el título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas.

De la misma manera al Director de Tesis, Doc. Valls Wilfredo El mismo que con su valiosa aportación y guía, hicieron posible la realización del presente trabajo investigativo.

A mi familia y compañeros de carrera que durante el proceso de formación en la Universidad dejaron una profunda amistad y compañerismo para lograr este título profesional.

JANDRY ELEONEL OBANDO VELEZ

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios, eje principal de mi existencia, a mis Padres, esposa e hija quienes han sido pilar fundamental, de mi vida y el motor principal, para darme las fuerzas y no desmayar en cada problema que se me presentaba, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad, ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Darles las gracias por su amor, apoyo, comprensión, consejos, enseñarme el concepto esencial de la humildad y por su ayuda en los momentos difíciles. Ellos quienes han inculcado en mí, principios, valores, empeño, perseverancia, carácter, coraje los cuales me han servido para alcanzar este objetivo. A mi esposa quien me ha acompañado a pasar momentos bueno y malos, generando en mí enfrentar las adversidades y disfrutar las cosas buenas de la vida, con la gloria de Dios.

Jandry Eleonel Obando Vélez

RESUMEN

El objeto de la presente investigación es analizar las dificultades que afecta el sistema turístico del Cantón San Vicente, la investigación realizada es de tipo descriptiva y en donde se utilizó los métodos cualitativos y cuantitativos, las principales herramientas utilizadas se encuentra la revisión documental, la observación, analítico, deductivo, encuestas y entrevistas. Para el procedimiento de la investigación. Para el procedimiento de la investigación se utilizó IBM- SPSS.

Los resultados fundamentales obtenidos fueron que se analizaron las dificultades que afectan al sistema turístico del Cantón San Vicente, se cumplió el primer objetivo específico se realizó una revisión bibliográfica que fundamente el análisis de las dificultades del cantón San Vicente, se cumplió el segundo objetivo específico Diagnosticar el sistema turístico del cantón San Vicente, se cumplió el tercer objetivo específico Proponer un procedimiento que permita desarrollar el enfoque sistémico y de destino en el Cantón San Vicente.

ABSTRACT

The objective of this research Project is to analyze the difficulties that affect San Vicente canton touristic system the research is descriptive, because qualitative and quantitative methods were used. As main tools there is the revision of a documentary film, the observation, the analysis, the deduction, surveys, interviews and SPSS to the process of this research.

The obtained results were analyzed based on the difficulties that affect San Vicente canton touristic system. The achievement of the first objective was to realize a bibliographic revision that supports the analysis of those difficulties. The second objective was to diagnose the touristic system. The third objective was to propose a process that allows to develop the system and purpose focus in Sucre canton.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	1
AUTORÍA.....	iii
APROBACION TESIS TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE	ix
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I.....	5
1. Marco Teórico.....	5
1.1. El turismo	5
2.1.1. Turismo internacional.....	5
2.1.2. Turismo nacional.....	6
2.1.3. Turismo del cantón San Vicente.....	7
2.2. Servicios turísticos.....	7
2.2.1. Características del servicio turístico.....	8
2.2.2. Triángulo de servicio.....	9
2.2.2.1. Eficiencia.....	10
2.2.2.2. Eficacia.....	10
2.2.2.3. Efectividad.....	10
2.3. Sistema turístico.....	10
2.3.1. Espacio geográfico.....	11
2.3.2. Oferta turística	11
2.3.2.1. Atractivos y recursos turísticos de un destino turístico.....	12
2.3.2.2. Clasificación de los atractivos turísticos.....	12
2.3.2.3. Jerarquización de atractivos turísticos.....	13
2.3.3. Demanda turística	14
2.3.3.1. Producto turístico.....	14
2.3.3.2. Operadores de mercado.....	15
2.3.3.3. Servicio de apoyo.....	15
2.3.3.3.1. Control y apoyo financiero.....	16
2.3.3.3.2. Elementos de control y apoyo financiero.....	16
CAPITULO II.....	18

2. Diagnostico.....	18
2.1. Población y muestra.....	18
2.2. Muestra.	18
2.3. Métodos aplicados.....	18
2.4. Método Analítico.....	18
2.5. Método deductivo.....	18
2.6. Análisis de la situación actual del turismo del cantón San Vicente.....	19
2.7. Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los prestadores de servicio turístico del cantón San Vicente.....	21
2.8 Análisis de los resultados de la entrevista realizada a los expertos del sector turístico.....	28
CAPITULO III.....	32
3. Propuesta.....	32
3.1. Antecedentes.	32
3.2. Justificación.	32
3.3. Objetivos.....	33
3.3.1. Objetivo General.....	33
3.3.2. Objetivos específicos.....	33
3.4. Importancia.....	33
3.5. Generalidades Causa efecto del turismo.....	34
CONCLUSIONES.....	39
RECOMENDACIONES	40
BIBLIOGRAFÍA.....	41
ANEXOS.....	43

INTRODUCCION

“Se le llama sistema turístico a un modelo conceptual, formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y que permiten la existencia y correcto desarrollo del fenómeno llamado turismo.” (OMT)

En el presente proyecto de investigación se mostrara un análisis, cuantitativo y cualitativo, acerca de las falencias que afectan al sistema turístico del cantón San Vicente, proporcionando datos confiables y veraces con el fin de mejorar el sector turístico que opera en el mencionado cantón.

Plantear propuestas para la mejora de este sistema muy complejo de analizar, es de vital importancia para generar ideas claras y precisas de lo que se desea realizar, para lograr un crecimiento en el sector turístico, a través del diagnóstico se sabrá cuáles son las falencias o errores del sistema.

A su vez reconocer las potencialidades de los recursos y sus atractivos, cuyo objetivo es lograr un impacto turístico de calidad, la cual beneficiara a todas las personas vinculadas en el ambiente turístico.

“El turismo es un fenómeno de muchas facetas el cual debería ser objeto de estudio y de investigación, implica reconocer que es el hombre en sociedad quien está en el centro de su análisis.” (Panosso, Marcelino Castillo , 2010)

“La política turística debe ser producto de un acto deliberante y previo a la gestión, estamos afirmando que debe existir referentes o parámetros para esa práctica establecido a través de la concepción que se desea lograr.” (Capece, Gustavo R., 2012)

El análisis que han realizado diferentes entidades en el campo turístico ha tenido una mejora importante para el progreso en el sector, que necesita de diferentes procesos para lograr obtener buenos resultados,

En Bolivia la cámara de turismo de la amazonia boliviana CATRAB realizo un análisis de las dificultades en el sector turístico, la cual obtuvo buena aceptación para la mejora de los hoteles, transporte aéreo, fluvial y terrestre y operadoras de turismo, ellos realizaron esto con el fin de lograr desarrollo económico y poder

crear plazas de trabajo con la acción de dinamizar el turismo en la amazonia boliviana, otros países también han realizado diferentes tipos de análisis en este sector, como es en el caso de México, ellos realizaron un estudio en donde pudieron deducir que los entes encargados ubican muchas restricciones, lo cual manifestaron mediante un informe que esto afectaba de manera directa al sector turístico del país y propusieron como mejora la eliminación de un sin número de limitaciones, para poder tener un poco de libertad y mejorar la calidad turística en el país.

El **Problema** científico se describe de la siguiente manera, deficiencias que se presentan en el sector turístico del cantón San Vicente, la cual afecta de manera directa a la gestión del sistema turístico, la eficacia, eficiencia, y efectividad del mencionado sistema.

EL **Objeto** de la presente investigación se presenta como el sistema turístico del cantón San Vicente.

El **Campo** de acción del tema investigado fue Las actividades turísticas del cantón San Vicente.

Variable independiente. Dificultades en el sector turístico. (Eficacia, eficiencia y efectividad)

Variable dependiente. Sistema turístico.

Objetivo general. Analizar las dificultades que afectan al sistema turístico del cantón San Vicente.

Tareas científicas

- Realizar una fuente bibliográfica que fundamente el estado de arte y la práctica sobre el turismo global, nacional y local.
- Realizar un diagnóstico de las dificultades que afectan al sistema turístico del Cantón San Vicente.
- Plantear una propuesta que ayude a mejorar el desarrollo turístico del cantón San Vicente.

Población

En el presente trabajo de investigación la población serán los prestadores de servicios turísticos e involucrados con la actividad turística del cantón San Vicente.

Muestra

“Una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible” (Balestrini, 2006)

La muestra de la presente investigación será una entrevista a:

- 60 prestadores de servicios turístico
- 3 expertos del ámbito turístico

En el presente trabajo de investigación se empleara el método deductivo y analítico, estos métodos nos ayudaran, a realizar un diagnóstico de las dificultades del sistema turístico del cantón San Vicente, en el proceso de la investigación también se utilizara técnicas, entrevista y encuesta, las cuales serán de importancia para obtener datos verificables que ayuden al buen desarrollo de la investigación.

"Quien estudia y trabaja sin método es como el navegante sin brújula" (Prieto, Aura Babaresco, 2013)

El método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

En el presente proyecto se utilizaron técnicas e instrumentos, las cuales fueron la entrevista y encuesta

“La entrevista constituye el instrumento por excelencia de la investigación sociológica, compensa la falta de tubo de ensayo del químico o el microscópico del bacteriólogo” (Webb, Beatrice, 2014)

La entrevista es una especie de conversación formal entre el investigador y el o entre el entrevistador y el entrevistado o informante, es una modalidad de la

encuesta, que consiste en formular preguntas en forma verbal con el objetivo de obtener respuestas o informaciones y con el fin de verificar o comprobar la hipótesis del trabajo.

Es una técnica de recogida de información muy usada para conocer las opiniones, preferencias y/o puntos de vista de una cantidad considerable de personas. Consiste en la formulación de preguntas (cerradas, abiertas o mixtas) dirigidas a la totalidad de personas que conforman una población en estudio (universo) o a un grupo representativo de dicho universo (muestra).

Un cuestionario, que puede ser aplicado en un tiempo relativamente breve y a través de diferentes vías: presencial, por teléfono y online, es útil para detectar tendencias y generalizar resultados. En el contexto educativo, el cuestionario se utiliza, habitualmente, para evaluar y/o medir los saberes específicos de una unidad didáctica (conceptuales, procedimentales y actitudinales), y para conocer las opiniones o tendencias sobre un tema relevante de la formación del estudiante. Los tipos de cuestionarios son: abiertos, cerrados y mixtos.

“Las consecuencias negativas de las crisis traen consigo enormes desafíos para la supervivencia y recuperación de la industria turística, a lo que no es ajeno el sector turístico.” (Ritchie, wang, 2010)

Analizar las dificultades d un problema consiste en darse cuenta de que existe y que podemos darle solución. El análisis de las situaciones críticas que afectan a la industria turística se erige como un ámbito de estudio académico y profesional de gran relevancia estratégica y operativa, donde podemos detectar el problema percatándonos de situaciones que podríamos mejorar, la cual puede ser el resultado de una propuesta.

En cualquier caso no basta con detectarlo, sino que debemos enunciarlo correctamente. Definir la vinculación entre turismo y crecimiento económico ha sido el pretexto clave para analizar diferentes dificultades que existe en el sector desde diversos enfoques teóricos.

CAPITULO I

1. Marco Teórico.

1.1. El turismo

“El turismo, comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994)

Según lo expuesto por la OMT, define al turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamiento y estancias en distintos lugares, diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, lo cual existen diferentes motivos para realizar actividad turística.

El turismo a su vez, se fundamenta en un sistema de relaciones entre el sujeto y el objeto turístico. Para el sujeto, el turismo es un conjunto de servicios que le son facilitados por el objeto turístico, la cual el sujeto es el destinatario de los servicios que el produce.

2.1.1. Turismo internacional.

La OMT calcula que en el 2017, el turismo aportó el 10% del producto interno bruto (PIB) mundial dio uno de cada diez puestos de trabajo, representó 1,4 billones de dólares, es decir, el 7% de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones de servicios.

Según datos de la OMT indica que el país con mayor competitividad turística es España con visitas anuales de 75 millones de personas, y Estados Unidos es el único país que se encuentra dentro del top 10 de los países más competitivos en cuanto a la actividad turística, ubicándose en sexto puesto por encima de Australia.

En Latinoamérica el País con mayor visita de extranjeros es México con 32 millones de visitas anuales ubicada en el puesto 22 a nivel mundial, y Brasil ubicada en el puesto 27, siendo el país con mayor competitividad turística de Sudamérica con 6,3 millones de visitas anuales de extranjeros.

En las cifras emitidas por la OMT, respecto a los países con mayor competitividad turística, se puede observar una gran diferencia entre el país del continente Europeo, con los países de América, cabe mencionar que de acuerdo a los datos proporcionado, se puede llegar a la conclusión que el turismo también forma parte de los elementos económicos de un país, a la vez se expresa que la actividad turística genera desarrollo económico en un país y puede sacar a flote a los demás países que cuentan con recursos turísticos pero que aún no han sido explotado para su buen uso.

De tal manera el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Por esta razón, el turismo puede transformarse en un motor de progreso socioeconómico, a través de la creación de empleo.

2.1.2. Turismo nacional.

“El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en las llegadas de turistas debido a sus maravillas naturales.” (MINTUR, 2015)

El ministerios de turismo en su proyecto Ecuador potencia turística resalta los atributos que tiene el país, pertinente a sus diversas áreas protegidas, sus playas y sus numerosos patrimonios culturales, esto hace que las entidades competentes apuesten por el turismo como forma de desarrollo económico para el país.

El legado cultural ecuatoriano es resultado de una simbiosis producida por varios procesos de aculturación a lo largo de la historia, dando origen a una gran variedad de expresiones propias a nivel nacional, que visualizan de forma

material e inmaterial y que adquirió un valor añadido con las declaraciones en el territorio de ciudades patrimonio de la humanidad.

De esta manera el Ecuador se perfila como un país multiétnico y pluricultural, lo que se convierte en una joya para los visitantes atraídos por esta diversidad de gente y costumbre.

2.1.3. Turismo del cantón San Vicente.

San Vicente es uno de los cantones más jóvenes de la provincia de Manabí, en donde sus principales actividades económicas según datos de la INEC son, agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

El cantón San Vicente se encuentra ubicado estratégicamente en la ruta E-15 del pacífico considerada también como la ruta Spondylus, constituido en un importante punto de destino turístico internacional, nacional y provincial, cuenta con varios lugares turísticos de sol, playa, campo, avistamientos de aves, y vistas panorámicas.

En el aspecto turístico, según fuentes de la INEC en cuanto a las actividades de alojamiento, servicios de comidas, se encuentra ubicada en tercer lugar con el 6.7% en cuanto a las acciones comerciales del cantón San Vicente.

2.2. Servicios turísticos

“Los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.” (OEA , 1980)

De acuerdo a lo manifestado por la OEA, se puede decir que los servicios turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refiere a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas

intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de evento y actividades recreativas.

2.2.1. Características del servicio turístico.

La diferencia de los productos tradicionales de consumo, donde se entrega un artículo material, el cual se puede tocar, degustar o sentir, un producto turístico tiene un contenido físico limitado y muchas veces la única manera de valorar si es bueno o malo se reduce al servicio que se recibe, entre las características del servicio tenemos las siguientes:

Intangibles: Cuando adquirimos un producto, se puede tocar u olerlo antes incluso de realizar la compra, lo que ayuda a saber si es lo que se está buscando. Cuando se desea vivir una experiencia de un viaje, es imposible que se lleven la habitación de hotel para verla o el medio de transporte, o las atracciones del destino; esto quiere decir intangibilidad, los servicios no se pueden ver, oír, sentir, oler o probar antes de su compra.

Indisociables: Partimos de la explicación que indisociable significa “que no se puede separar”.

Carácter indisociable quiere decir que quien vendió un producto turístico no se puede alejar del mismo producto. Por ejemplo, si se adquiere una noche de hotel en un destino de playa, cuando el huésped arribe al lugar a recibir lo que pago, el gerente, quien probablemente gestionó la venta, tendrá que estar presente para entregar el producto y mantenerse al pendiente de las posibles necesidades del cliente. Por lo tanto en un servicio turístico tanto el producto en sí, como el vendedor y el comprador conviven en un mismo tiempo y lugar.

Variables: Variabilidad quiere decir que la calidad del servicio dependerá de quién, cuándo y dónde se entregue. Es muy común que al momento de acudir a un restaurante, un mismo mesero tenga tratos diferentes en días diferentes. Un día puede estar de malas porque que recibió una llamada de atención por parte de sus jefes u otro día puede ser la persona más feliz porque tuvo un aumento de sueldo; esto se verá reflejado en el servicio que recibe el cliente.

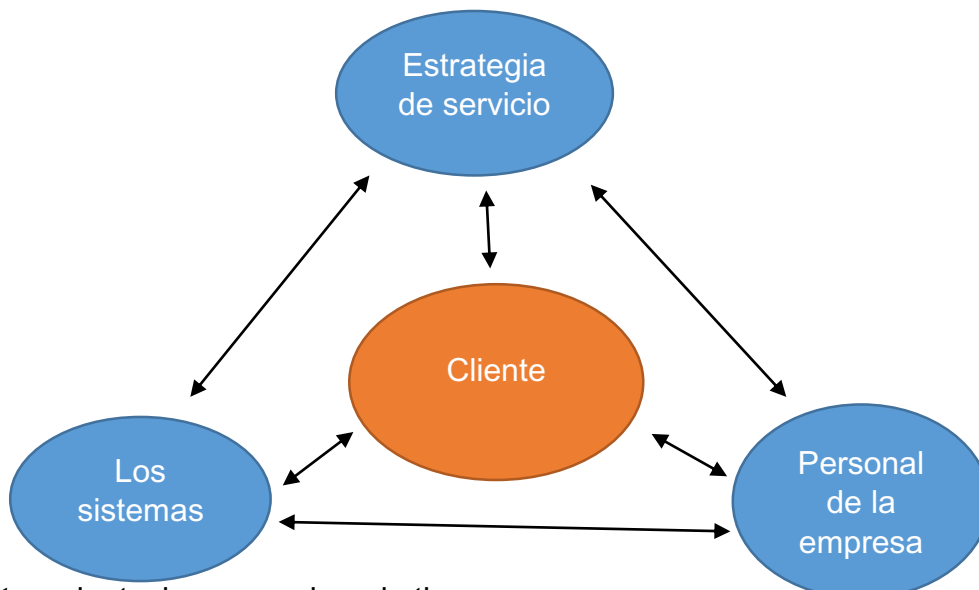
Precederos: A diferencia de un producto físico, los servicios no se pueden almacenar para una futura venta. El ejemplo más claro sucede en los servicios de hospedaje, por ejemplo, si un hotel dispone de 40 habitaciones y un día solo logro vender 30 de ellas, nunca podrá recuperar la venta perdida por las otras 10.

Por esta razón, los directivos buscan estrategias que les permitan tener ocupación máxima cada día, entre ellas, anticiparse a las temporadas bajas buscando estrategias, como tener una base de datos de sus clientes y establecer comunicación con ellos en momentos oportunos, para poder llenar, en la medida de lo posible, las habitaciones vacías.

2.2.2. Triángulo de servicio.

“La gestión integral de servicios puede representarse por un triángulo, que precisamente ellos denominan el triángulo de servicio, este triángulo está integrado por tres elementos que se colocan en vértice del mismo.” (Karl Albrecht y Zemke)

Según lo mencionado por los autores, el triángulo de servicio es un esquema que permite integrar tres elementos claves para una mejor gestión de los negocios y garantizar la satisfacción del cliente, los cuales son la estrategia de servicio, los sistemas, y el personal de la empresa.



Fuente: orientaciones en el marketing

Elaborado por: Jandry Obando Vélez

En el centro del triángulo de servicio colocan al cliente, ya que si bien es cierto que los tres elementos antes señalados se relacionan e interactúan íntimamente, al mismo tiempo, interactúan, se relacionan, se originan y tiene como objetivo el cliente como elemento integral de la gestión.

2.2.2.1. Eficiencia.

“La eficacia es la utilización correcta de los recursos disponibles.” (Idalberto Chavenato)

Según lo expuesto por el autor, se puede manifestar a la eficiencia como los recursos empleados y los resultados obtenidos. Por ello, es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas u organizaciones debido a que en la práctica todo lo que estas hacen tienen como propósito alcanzar metas u objetivos.

2.2.2.2. Eficacia.

“Está relacionada con el logro de los objetivos/resultados propuestos, es decir con la relación de actividades que permitan alcanzar las metas establecidas.” (Reinaldo Da Silva, 2002)

Respecto a lo mencionado por el autor, se manifiesta que la eficacia tiene un solo fin el cual es alcanzar los objetivos propuestos.

2.2.2.3. Efectividad

“La efectividad es el equilibrio entre eficacia y eficiencia, es decir, se es efectivo si es eficaz y eficiente.” (Paulo Nunes, 2016)

Acorde a lo mencionado por Nunes, se puede decir que la efectividad es el grado de éxito de los resultados alcanzados a través de la eficacia y eficiencia.

2.3. Sistema turístico

Se le llama sistema turístico a un modelo conceptual, formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y que permiten la existencia y correcto desarrollo del fenómeno llamado turismo. (OMT, 1994)

Según lo expresado por la OMT se considera, que el sistema turístico existen varios elementos que lo conforman, donde encontraremos elementos tanto intrínsecos como son, el turista un elemento dinámico de este sistema; tres elementos geográficos donde se encuentra la región de salida, región de tránsito conformada por los medios de transporte como son autos, avión, tren, entre otros, que permiten la accesibilidad entre la región de salida y la de destino que sería el tercer elemento geográfico. Un elemento turístico que lo forman los servicios turísticos. La plaza emisora de mercado, que es el lugar específico de origen de las personas que se desplazan hacia otro lugar, que sería el destino o plaza receptora que es visitado por las personas de la región de origen.

2.3.1. Espacio geográfico.

“Base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente.” (Ronaldo Soto)

Mediante lo mencionado por el autor se puede manifestar que el espacio geográfico es la base principal, para que puedan desarrollarse los demás sistemas, las actividades turísticas que se realicen en determinado espacio geográfico y sus atractivos, hacen que se analicen cada uno de los componentes del sistema turístico, para la respectiva planificación y aplicación de estrategia, para una posterior promoción del destino.

2.3.2. Oferta turística

“La oferta turística está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades, considerando además como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística, transportes y elementos institucionales sobre los que se desarrolla” (OMT, 2013)

Según lo manifestado por la OMT declara que en la oferta turística, existen diversos elementos que atraen al turista a un destino, de la cual existen ofertas básicas y complementarias, la primera relacionada con servicios de carácter y la segunda compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos pero que completamente el producto final.

2.3.2.1. Atractivos y recursos turísticos de un destino turístico.

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico, que tenga la capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar d residencia habitual hacia un determinado elemento.

“Recurso turístico, es todo aquello que pose características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural, de esparcimiento y recreación, o histórico-cultural.” (Villacis, 2013)

“Recurso turístico es todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio” (Marin, 2012)

Según lo manifestado por los autores, se puede decir que los recursos turísticos son el conjunto de atractivos dl territorio, su patrimonio natural y cultural, los recursos turísticos que disponen los países están constituidos por espacio, bienes y valores.

2.3.2.2. Clasificación de los atractivos turísticos.

De acuerdo a su naturaleza.

- **Lugar.** Inmóviles por lo general ejemplo. Restos arqueológicos
- **Objeto.** Se mueven en el espacio.
- **Acontecimiento.** Se mueven en el espacio y en el tiempo.

De acuerdo a su categoría.

- **Sitios naturales.**
- **Manifestaciones culturales.**
- **Folklore.**
- **Acontecimientos programados.**
- **Realizaciones Técnicas, Científicas o Artistas Contemporáneas.**
- **Etnológico.**

2.3.2.3. Jerarquización de atractivos turísticos.

Procedimiento que cuenta con las condiciones establecidas en una lista de evaluación con el fin de establecer una escala de importancia, con el objetivo de determinar el valor real turístico de cada uno de ellos.

“La jerarquización de zonas depende precisamente de la concentración en calidad o en cantidad de los atractivos que contenga cada una.” (Hernandez, Edgar, 2001)

Según Hernández, la jerarquización depende del atributo que tenga el atractivo o el número de atractivos que existe en un lugar, a su vez se puede declarar que la jerarquización ayuda a determinar el porcentaje del atractivo, lo cual si es un porcentaje no muy favorable se tendría que intervenir para que el atractivo lo sea y así explotarlo turísticamente.

Se lleva a cabo de la siguiente forma:

Jerarquía 4: Atractivos Excepcionales de gran significación para el mercado turístico internacional, por sí solos son capaces de motivar una corriente actual o potencial, estos atractivos se encuentran desarrollados.

Jerarquía 3: Atractivos con rasgos excepcionales capaces de motivar por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos son capaces de motivar una

corriente actual o potencial de visitantes nacionales y extranjeros cuentan con servicios básicos y grado de desarrollo local o regional.

Jerarquía 2: Atractivos capaces de motivar a visitantes a la larga distancia, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones o motivar a corrientes turísticas locales. Pueden contar con algunos servicios básicos.

Jerarquía 1: Atractivos sin méritos suficientes para considerarlos al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico.

2.3.3. Demanda turística

“La demanda turística se define como el conjunto, de valores, servicios, y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.” (Rodríguez, 2008)

En cuanto a lo expresado por el autor, se manifiesta que la demanda turística está formada por elementos bien estructurados, que ayudan a generar una visión sobre los posibles turistas potenciales, que pueden consumir los productos turísticos de un determinado país, a su vez la cultura e idiosincrasia de los turistas, influyen mucho en cuanto a la adquisición de un producto turístico.

2.3.3.1. Producto turístico

“El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.” (OMT, 1998)

En lo expresado por la OMT el producto turístico es actualmente el componente esencial de la actividad turística, y surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos y servicios.

Si consideramos al producto turístico como un conjunto de bienes y servicios, podemos hablar de los diferentes productos turísticos que existen y que forman parte de la oferta turística de nuestro país que atrae año tras año a una demanda nacional e internacional creciente.

2.3.3.2. Operadores de mercado.

“Los operadores de mercado son las empresas y organismo cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda.” (Ronaldo Soto, s.f.)

Según Soto manifiesta que los operadores turísticos son las empresas y organismos, cuyas entidades son la conexión de la oferta y la demanda, de la cual se puede decir que los organismos son los que regulan a las empresa relacionada con actividad turística, y a su vez las que facilita el apoyo para el respectivo desarrollo turístico.

Los operadores de mercado en el ámbito turístico tienen que estar siempre en conexión para analizar la deficiencias que existen en el sistema turístico, de la cual se tendrá que llegar a la conclusión si las deficiencia son causada por la industria turística o por los organismo que las regula, o en alguno de los casos por los dos.

2.3.3.3. Servicio de apoyo

“Es todo aquello que la sociedad urbana requiere para funcionar adecuadamente, por ejemplo, transporte públicos, comunicaciones, policía, bomberos, hospitales, entre otros.” (Gurria, 1991)

De acuerdo, lo expuesto por Gurria, se puede indicar que todo poblado que cuente con un atractivo de cualquier índole, es en sí mismo un destino turístico, el cual requiere de los servicios de apoyo para lograr el funcionamiento adecuado, tanto para lo sociedad ahí asentada como para la sociedad que lo visita transitoriamente.

Aquellos lugares que han sido diseñado como destinos turísticos deben contar desde un principio con los servicios generales que requiere el turista, no solo

para satisfacer necesidades particulares, sino también para su comodidad y seguridad; servicios de los cuales se beneficiara la población no turística.

Existen otros tipos de servicio de apoyo que pueden considerarse necesarios para el viajero.

- Automóviles en renta.
- Información turística, como mapas, folletos.
- Guías de turista e intérpretes.
- Tiendas (fotografía, ropa, artesanía, artículos de recreo, entre otros.)

2.3.3.3.1. Control y apoyo financiero.

“Cuando el turismo como actividad socio económica se considera útil para un país, se requiere de la acción ordenada del estado para poder fomentar con incentivos dicha actividad.” (Gurria, Manuela, 1991)

Según Gurria, cuando la actividad turística se convierte en base de ingreso económico para un país, es importante que las autoridades competentes, encargadas de regular al sector turístico, brinden incentivos para poder lograr la mejoría del sector en cada uno de los sistema que los conforman.

Esto se hace por medio de un organismo sectorial del gobierno que por lo general en nuestro país es el ministerio de turismo, muchas veces es compleja la situación de recibir apoyo económico por medio de este organismo, debido a que concurrentemente existe procesos muy protocolarios y dentro de la misma existe el burocratismo, por lo que muchas empresas turísticas y sus prestadores de servicios, acuden, a las empresas privadas en busca de apoyo económico, para conjuntamente lograr beneficios y utilidades.

2.3.3.3.2. Elementos de control y apoyo financiero.

Infraestructuras (carreteras, vías férreas, puerto, aeropuertos y servicios anexos, como líneas de autobuses corridas de trenes y vuelos establecidos, complementan el acceso.

Servicios (terminales de autobús, estaciones de ferrocarril, terminales aéreas, marítimas, servicios de combustible, agua, luz, drenaje, telecomunicaciones.)

Áreas comunales (parques, jardines, paseo)

Fomento para la actividad industrial y comercial.

Regulación de la actividad turística (legislación, reglamentación, promoción, publicidad, control de centros académicos.)

CAPITULO II

2. Diagnostico.

2.1. Población y muestra

Para la realización de esta investigación se tomó en cuenta a la infraestructura hotelera y restaurantes, con el fin de identificar las falencias que afectan al sistema turístico del cantón San Vicente.

2.2. Muestra.

La muestra pertinente para nuestra investigación la compuso, 60 prestadores de servicio turístico, en donde se les realizó una encuesta, y 3 expertos del turismo, la cual se les efectuó una entrevista.

2.3. Métodos aplicados.

En el presente trabajo de investigación, se aplicaron los siguientes métodos.

2.4. Método Analítico.

Este método nos permitió conocer las causas, la naturaleza y los efectos de las falencias del sistema turístico del cantón San Vicente, descomponiendo elementos clave para detectar dichas falencia y poder generar la respectiva investigación.

2.5. Método deductivo

Permitió conocer las generalidades de las falencias y descubrir la particularidades de los principales problemas que afectan al sistema antes mencionado, lo cual es accesible para un tipo de investigación, que tiene como objetivo generar propuesta en busca d una solución a los problemas.

2.6. Análisis de la situación actual del turismo del cantón San Vicente.

La actividad turística del cantón San Vicente, según datos del INEC, se encuentra ubicada, en el tercer lugar de las actividades económicas del cantón, por debajo de la (agricultura, ganadería) (silvicultura, pesca). Cabe recalcar que el cantón San Vicente se encuentra en la ruta E-15, la denominada ruta Spondylus, donde se puede decir que se halla situada en una zona privilegiada para la realización de actividad turística, la cual podría generar desarrollo económico a través del turismo.

El análisis que se realizó para detectar las dificultades que existen, en el sistema turístico, y datos proporcionados por el observatorio turístico de la ULEAM BAHIA, dan a conocer que existen muchas falencias de las cuales son motivos de la mala situación del turismo de la zona.

Jerarquización de los atractivos turísticos.

Parroquia	Nombre del atractivo	Categoría	Jerarquía	Habilitado
San Vicente	Playa Canoa	Natural	2	Si
San Vicente	Cerveza artesanal Beerkingo	Servicio	2	Si
San Vicente	Cabo Pasado	Natural	2	Si
San Vicente	Fiestas patronales	Folklore	2	Anual
San Vicente	Iglesia Santa Rosa de Lima	Cultural	3	Si
San Vicente	Los Aposentos	Natural	2	Si
San Vicente	Playa los Perales	Natural	2	Si
San Vicente	Puerto Cabuyal	Natural	2	Si
San Vicente	San Pedro y San Pablo	Cultural	3	Anual
San Vicente	Playa Punta Napo	Natural	1	Si
San Vicente	Parque Temático Rio Muchacho	Cultural	2	Si

Fuente. Observatorio turístico Uleam Bahía.

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Según los datos proporcionados por el observatorio turístico de la universidad laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Bahía (ULEAM), se puede indicar que la

mayoría de los atractivos turísticos del cantón San Vicente son atractivos naturales, en donde se considera uno con jerarquía 1, ocho con jerarquía 2 y dos con jerarquía 3.

Mediante estos resultados, se manifiesta que, en su mayoría los atractivos cuentan con una baja jerarquía dando a conocer, atractivos sin méritos suficientes y con poca motivación para atraer turistas, a diferencia de dos atractivos culturales que tienen una aceptable jerarquización para atraer turistas potenciales.

Siendo así, es importante mejorar el estado actual de los atractivos turísticos, para lograr la llegada de los turistas potenciales, la cual beneficiara al sector turístico y el crecimiento económico de esta actividad.

2.7. Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los prestadores de servicio turístico del cantón San Vicente.

A través del programa IBM- SPSS editor de datos estadísticos, el instrumento es fiable ya que el alfa Cronbach toma un valor de, 969, por lo tanto es mayor que ,8 lo que indica que la escala del instrumento es estable y está libre de errores aleatorios

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,969	10

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

El coeficiente tiene una validez en la encuesta, está midiendo el 89% de los casos.

Resumen del modelo

R,cuadro	R,cuadro corregida
,890	,868

Fuente. IBM-SPSS Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Pregunta de control.

¿Evalué de forma general al cantón San Vicente como destino turístico?

Tabla # 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos mala	20	33,3	33,3	33,3
regular	30	50,0	50,0	83,3
buena	10	16,7	16,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

De acuerdo a los datos proporcionados, se indica que el 33,3% manifestó como mala, al cantón San Vicente como destino turístico, un 50% como regular y un 17,7% expreso buena, dando como dato final el 83% dentro de las alternativas entre mala y regular.

Respecto a la percepción de los encuestados se puede manifestar que el cantón, genera problemas para poder formar parte de un exitoso destino turístico, lo cual se necesita resolver los problemas para la mejora del destino.

1 ¿Cómo considera usted el sistema turístico del cantón San Vicente?

Tabla # 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos mala	22	36,7	36,7	36,7
regular	30	50,0	50,0	86,7
buena	8	13,3	13,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Los datos dan como resultado que un 36,7% indico que el sistema turístico del cantón San Vicente es mala, un 50% regular y un 13,3% expreso como buena al sistema ya mencionado, obteniendo como porcentaje acumulado el 86,7% dentro de las alternativas mala y regular.

Un sistema turístico que presente falencias en un destino, afectara al sector turístico y los involucrados de la misma, ya que cada componente del sector turístico, tiene diferentes funciones pero con un mismo fin que es el de, lograr desarrollo turístico a un destino.

2 ¿Cómo considera usted la promoción de los atractivos turísticos del cantón San Vicente?

Tabla # 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
pésima	11	18,3	18,3	18,3
mala	23	38,3	38,3	56,7
regular	26	43,3	43,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

En consideración con los resultados obtenidos, indican que un 18,3% manifestó como pésima la promoción de los atractivos turísticos, a diferencia de un 38,3% expreso mala la promoción y un 43,3% como regular, dando como porcentaje acumulado un 56,7 entre las alternativas pésima y mala.

La promoción es uno de los elementos principales, para dar a conocer cualquier producto y en el caso de turismo dar a conocer sus atractivos, con el fin de que los turistas visiten el destino acorde a sus gusto o afinidades ya sean estos, cultural, natural, entre otros, una mala promoción de los atractivos turísticos trae como consecuencia la desinformación y la escasa llegada de turistas a un destino.

3 ¿Cómo considera la infraestructura hotelera del cantón?

Tabla # 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
mala	6	10,0	10,0	10,0
regular	33	55,0	55,0	65,0
buena	21	35,0	35,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

De acuerdo a los datos proporcionados, se indica que el 10% manifestó como mala, la infraestructura hotelera, un 55% como regular y un 35% expreso buena, dando como porcentaje acumulado el 83% dentro de las alternativas entre mala y regular.

De acuerdo a la perspectiva de los encuestados, indica que en su mayoría existe una fatal de adecua miento en la infraestructura hotelera, componente importante del sistema turístico, los establecimientos hoteleros son una necesidad para el turista, debido a que son lugares donde el turista tiene la necesidad de pernoctar, logrando esperar un buen servicio y confort del mismo.

4 ¿Cómo considera los servicios básicos del cantón?

Tabla # 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
mala	15	25,0	25,0	25,0
regular	15	25,0	25,0	50,0
buena	30	50,0	50,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Los datos dan como resultado un 25% indico como mala los servicios básicos del cantón San Vicente, un 25 regular y un 50% expreso como buena al sistema ya mencionado, obteniendo como porcentaje acumulado el 50% dentro de las alternativas mala y regular.

En consideración con los datos obtenidos se puede decir que es equilibrada la percepción de los encuestados, pero a su vez la inconformidad genera falencias dentro de un sector en donde los servicios básicos tienen que ser mayor del 50% debido a que en turismo los servicios básicos son indispensables, para cumplir con las necesidades de los turistas y su satisfacción

5 ¿Cómo considera la oferta cultural del cantón?

Tabla# 6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
mala	16	26,7	26,7	26,7
regular	19	31,7	31,7	58,3
buena	25	41,7	41,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Observando los datos correspondientes, donde un 26,7% de los encuestados manifestó como mala la oferta cultural, un 31,7% regular y un 41,7% como buena, lo cual arroja como porcentaje acumulado un 58% dentro de las alternativas mala y regular.

Considerando los datos, se puede decir que la oferta cultural es parte de la identidad de un destino, a través de las costumbres e idiosincrasia, la cual puede llamar la atención de turistas nacionales y extranjeros, y motivarlos a visitar determinado destino el cual proveerá beneficios para el sector turístico.

6 ¿Cómo considera la oferta gastronómica del cantón?

Tabla # 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
mala	12	20,0	20,0	20,0
regular	20	33,3	33,3	53,3
buena	28	46,7	46,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Mediante Los datos obtenidos, dan como resultado, que el 20% considera mala la oferta gastronómica a diferencia, de un 33,3% como regular, y un 46,7% como buena, generando como porcentaje acumulado un 53,3% dentro de las alternativas mala y regular.

Referente a los resultados de esta pregunta, se indica que la oferta gastronómica, es parte de la oferta de un destino, en donde la gastronomía de cada lugar hace identificar a un pueblo, debido a su identidad gastronómica y sus derivados platos existentes en un destino.

7 ¿Cómo considera la integración entre el sector público y el sector privado?

Tabla # 8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
mala	40	66,7	66,7	66,7
regular	15	25,0	25,0	91,7
buena	5	8,3	8,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Los datos obtenidos indican, que un 66,7 considera mala la integración entre el sector público, con el sector privado a diferencia de un 25,0% que estima que regular y un 8,3% la define como buena, dando así un porcentaje acumulado del 91,7% dentro de las alternativas mala y regular.

La integración entre el sector público y el sector privado es el principal motivo para que exista un eficiente desarrollo económico en determinado lugar, pero en este caso, según los datos es lo opuesto, lo cual genera falta de confianza y divorcio en ambos sectores, provocando dificultades dentro la operación de mercado.

8 ¿Cómo considera la calidad del servicio en el sector turístico del cantón?

Tabla # 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
pésima	10	16,7	16,7	16,7
mala	30	50,0	50,0	66,7
regular	20	33,3	33,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Los datos dan como resultado, un 16,7% que considera la calidad del servicio como pésima, a diferencia de un 50% que la define como mala y un 33,3% como regular, generando un porcentaje acumulado del 66,7% entre las alternativas pésima y mala.

La mala calidad en el servicio turístico es una de las principales deficiencia que puede existir en este sector, respecto al resultado, se manifiesta que para que haya un buen servicio en un sector que es muy exigente, en cuanto a la calidad del servicio se refiere, es necesario capacitar a las personas que prestan servicio turístico y dar a conocer las consecuencias de la existencia de un mal servicio, ya que afectaría un sistema y una industria en general.

9 ¿Cómo considera la seguridad en el cantón?

Tabla # 10

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mala	8	13,3	13,3
	regular	33	55,0	68,3
	buena	19	31,7	100,0
	Total	60	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Los datos obtenidos indican, que un 13,3 considera mala la seguridad en el cantón, a diferencia de un 55,0% que estima que regular y un 31,7% la define como buena, dando así un porcentaje acumulado del 68,3% dentro de las alternativas mala y regular.

La seguridad turística, es un factor importante el cual brinda confianza a los consumidores de un destino y genera motivación en visitar un determinado lugar, pero en caso de que un destino no brinde seguridad, este se convertirá en inseguro para visitar, por más que el destino sea exitoso.

2.8 Análisis de los resultados de la entrevista realizada a los expertos del sector turístico.

A través del programa IBM- SPSS editor de datos estadísticos, el instrumento es fiable ya que el alfa Cronbach toma un valor de, 916, por lo tanto es mayor que ,8 lo que indica que la escala del instrumento es estable y está libre de errores aleatorios

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	5

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

El coeficiente tiene una validez en la encuesta, está midiendo el 89% de los casos.

Resumen del modelo

R, cuadrado	R, corregido
,826	,812

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

1 ¿Evalué de forma general el estado actual del cantón para desarrollo del turismo?

Tabla # 11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos REGULAR	2	66,7	66,7	66,7
BUENA	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Fuente. IBM-SPSS

Elaborado por. Jandry Obando Vélez

Los datos muestran un 66,7% que indicaron regular, y un 33,3% buena, que da como porcentaje acumulado un 66,7% dentro de la alternativa regular.

Debido a este resultado se manifiesta que el cantón San Vicente, se encuentra en un estado no muy favorable, para el desarrollo del turismo, del cual se deben

tomar medidas para mejorar dicha situación y que se convierta en un destino de éxito.

¿Recomendaría al cantón como destino turístico, y porque?

El primer experto que realizo la entrevista supo manifestar, que si recomendaría al cantón San Vicente como destino turístico, porque oferta sol y playa, gastronomía, organización de su pueblo los últimos años, y que después de lo sucedido el 16 de abril del 2016, ha permitido organizar y tener conciencia, con responsabilidad social.

El segundo experto manifestó que si recomendaría al cantón San Vicente como destino turístico, debido a los diferentes atractivos naturales que lo hacen diferente a otros lugares.

El tercer experto indico, que si lo recomendaría, pero antes de convertirlo en potencia turística, se deberá evaluar los servicios, cultura, calidad de vida, calidad ambiental, entre otros.

3 ¿sugerencias para desarrollar el destino?

Primer experto:

- Mejor integración entre el sector público y el sector privado.
- Buena planificación dentro del sector turístico.
- Capacitación a los hoteleros y sus prestadores de servicios.

Segundo experto.

- Definir medidas de una buena promoción turísticas a través de las redes sociales.
- Capacitación del MINTUR para operadores y servidores turísticos.
- Campaña de motivación a la ciudadanía, para dar a conocer que San Vicente es una ciudad turística y todos deben apoyar

Tercer experto

- Generar una buena planificación dentro del sector turístico para el desarrollo del turismo en el cantón.

Análisis de información cruzada.

Los datos obtenidos dentro del trabajo de campo arrojaron cifras contundentes que ayudaron a descubrir las falencias existentes en el sistema turístico del cantón San Vicente.

El turismo va tomando un papel muy importante dentro de las actividades económicas de un país, tanto es así que hay países en que el turismo es la primer ayuda económica para el producto interno bruto, según las entrevistas y encuesta realizadas, a los prestadores de servicios turísticos, y experto en el tema de turismo, da como resultado, que el estado actual del cantón San Vicente como destino turístico, no es el mejor, debido a un gran porcentaje de falencias existentes en el sistema turístico, a causa de factores internos, como externos.

La integración entre el sector público y privado en la actualidad es hostil, esto se debe, a la falta de confianza que genera las entidades gubernamentales, hacia el sector privado, y el débil, control y apoyo por parte de lo público.

El sistema turístico, está compuesto por diversos elementos, que permiten generar de enfoque sistemático una mejora para las actividades turísticas que se realizan en determinado destino, San Vicente para formar parte de un exitoso destino turístico, tiene que empezar por mejorar cada uno de los elementos que conforman al sistema, ya que según en las encuestas y entrevista realizada presenta falencia en cada uno de los componentes que forman parte de un sistema turístico, afectando al sector y a los que viven del mismo.

CAPITULO III

3. Propuesta.

Elaborar un diagrama causa efecto con las principales dificultades que afectan al sistema turístico, como aporte al desarrollo turístico del cantón san Vicente.

3.1. Antecedentes.

El diagrama causa efecto, fue creado a principios de los años 40, por Kaoru Ishikawa, como una herramienta que permite la identificación, clasificación, de los distintos aspectos, en categorías útiles y muestra, gracias a todo lo anterior, un conjunto de posibles causas, que han provocado un problema o efecto.

Este diagrama también es conocido como diagrama de Ishikawa, en honor en honor a su creador y diagrama de espina de pescado, debido a la imagen visual, que adopta una vez finalizado y que se asemeja, utilizando un poco de imaginación, a la espina de un pescado común.

3.2. Justificación.

La presente propuesta, dará a conocer las dificultades del sistema turístico del cantón San Vicente, la cual permitirá seleccionar, una dificultad y crear un diagrama que ayude a exponer las causas y sus efectos, del ya mencionado sistema, para su posterior aporte al desarrollo turístico del cantón.

El diagrama causa efecto permitirá mostrar, mediante lo diagnosticado, las posibles falencias que afectan al sistema turístico, a través de las causa que ocasiona dichos problemas y el efecto que este genera al sistema ya mencionado.

El cantón San Vicente, no cuenta con un sistema turístico efectivo, lo cual ha generado inconvenientes dentro de este sector, la cual ha afectado, a la infraestructura hotelera, prestadores de servicios turístico, la imagen turística del cantón y demás involucrados dentro de la actividad turística por eso es importante realizar un diagrama causal para saber el efecto y generar ideas en busca de la solución del problema.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo General.

Analizar las principales falencias del sistema turístico para la creación de un diagrama causa efecto, para desarrollo del turismo del cantón San Vicente.

3.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar las principales dificultades del sistema turístico del Cantón San Vicente.
- Seleccionar las principales dificultades que afectan el sistema turístico, en base al programa SPSS.
- Crear un diagrama causa efecto de la principal dificultad del sistema turístico del cantón san Vicente.

3.4. Importancia.

La creación de un diagrama, causa efecto es importante para este tipo de investigación que busca diagnosticar falencias, y del cual se necesita saber , las causa que genera dicho problema y el efecto que este ocasiona.

De esta forma esta se convierte en una herramienta muy eficaz, la cual permite identificar a simple vista, todas las posibles interrelaciones existentes, entre un efecto y sus posibles causas.

Sus utilidades son infinitas, ya que no debemos solamente concéntranos en los aspectos negativos, es decir no puede ser concebido, únicamente como un instrumento para buscar las posibles causas de un problema o una situación no deseada, sino que también se puede emplear para identificar todos aquellos posibles factores que llevaron a una situación exitosa.

3.5. Generalidades Causa efecto del turismo.

El turismo es una metáfora que todo mundo cree conocer. He ahí su principal vulnerabilidad. Es un fenómeno tan complejo que tratando de definirlo se llega a la confusión. Nadie se ha puesto de acuerdo si el turismo es una industria o un acto de comercio.

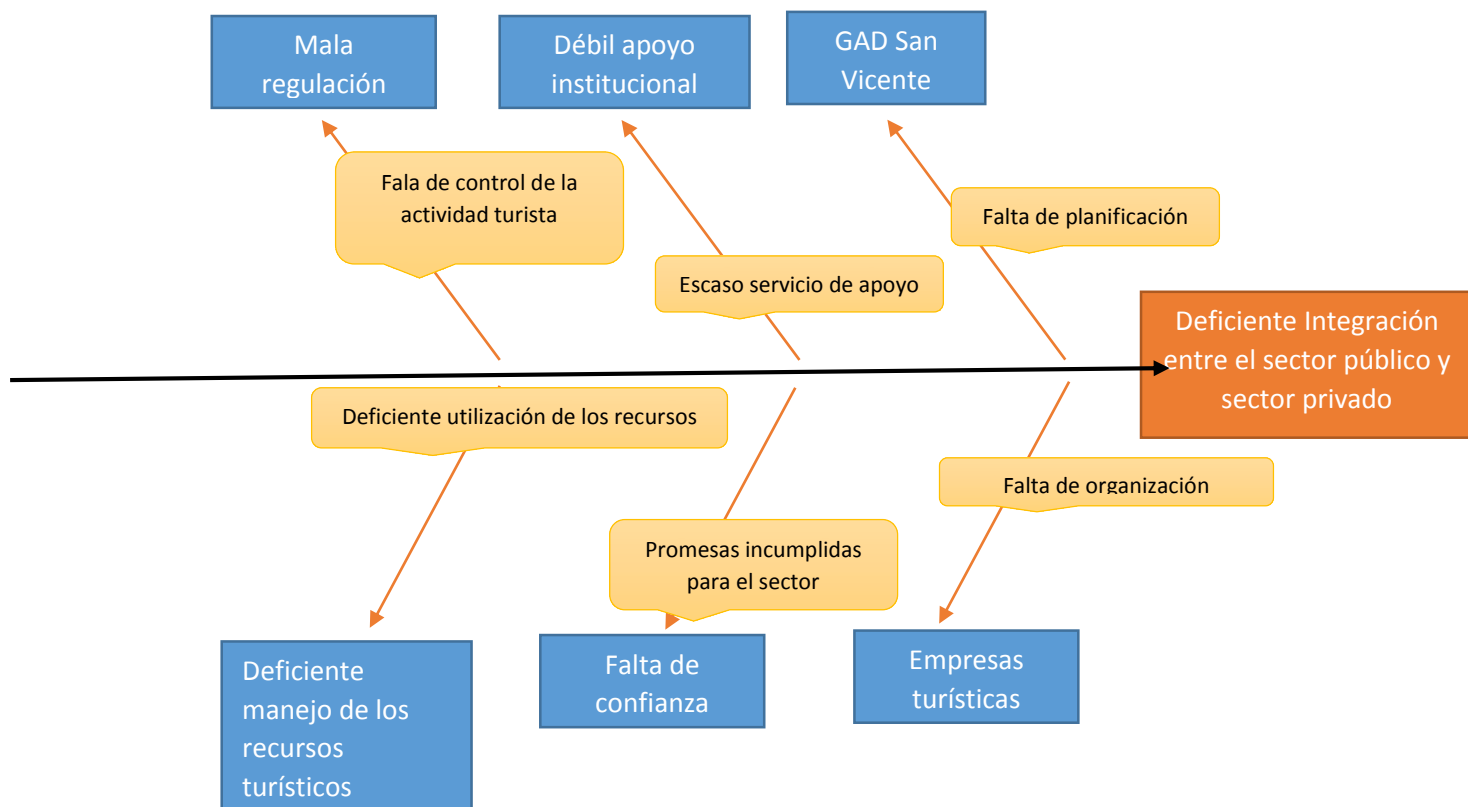
Se cree en las bondades del turismo, pero también se cree que es una actividad que es una actividad que en nuestro país ha sufrido por falta de capacitación y planificación dentro del ámbito turístico. El ver al turismo solo como creador de puesto de trabajo, es una visión miope. Las autoridades tienen la obligación de fomentar la economía nacional y por tanto, de conocer el fondo de esta actividad económica.

Identificación de las principales dificultades que afectan al sistema turístico del cantón San Vicente.

- Inadecuada infraestructura hotelera del cantón.
- La mala prestación de los servicios básicos
- Deficiente integración entre el sector público y sector privado.
- Falencia en la calidad del servicio turístico

Diagrama causa efecto de la principal falencia que afecta al sistema turístico del cantón San Vicente.

El cantón San Vicente presente problemas en el sistema turístico, como causa principal, la mala integración, entre el sector público y sector privado, mostrando los siguientes elementos involucrados elementos involucrados.



Elaborado por: Jandry Obando Vélez

Causas principales:

- GAD san Vicente.
- Débil apoyo institucional
- Mala regulación
- Empresas turísticas
- Falta de confianza
- Deficiente manejo de los recursos

Causas secundaria:

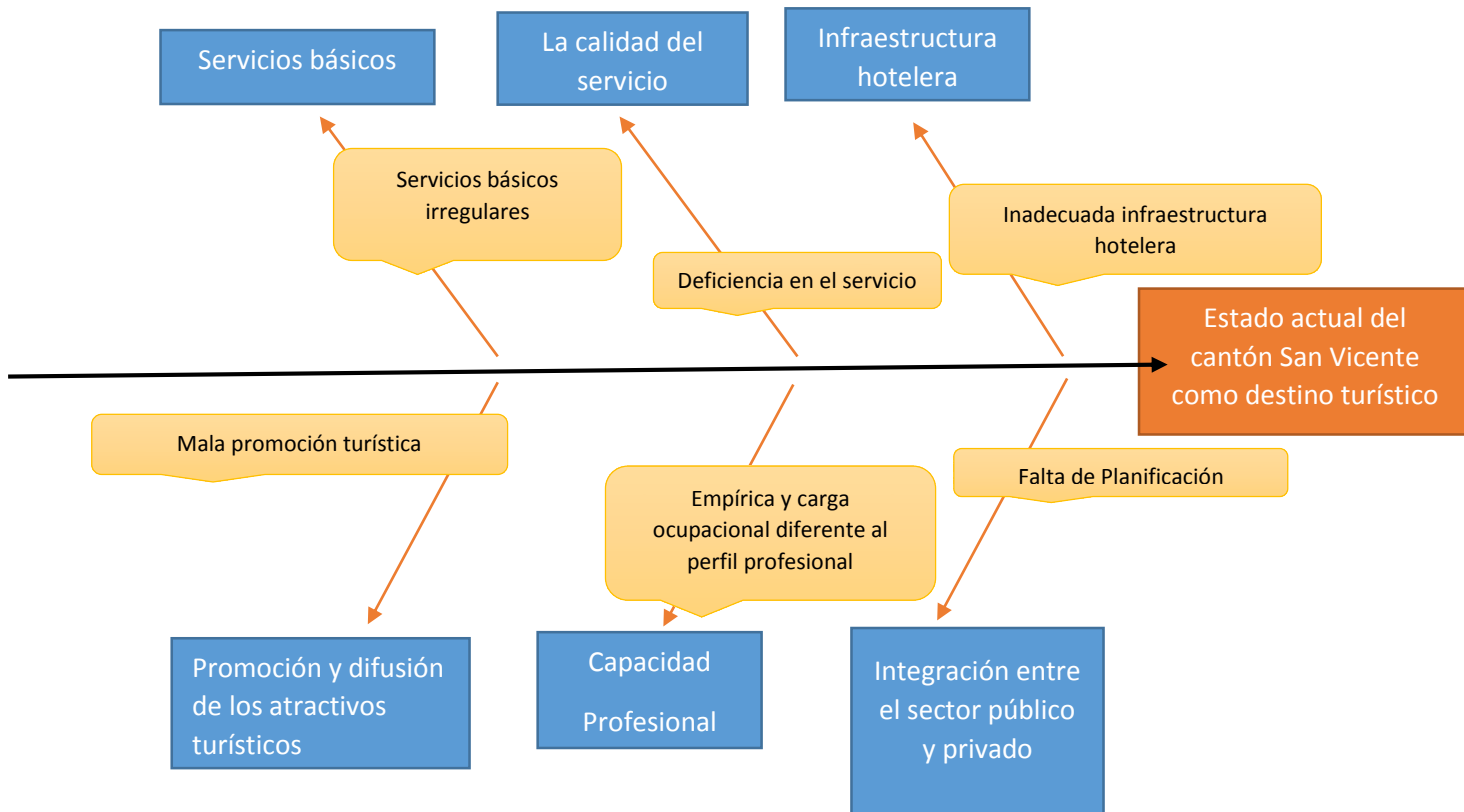
- Falta de planificación
- Escaso servicio de apoyo
- Falta de control de la actividad turística
- Falta de organización
- Promesas incumplidas para el sector turístico
- Deficiente utilización de los recursos

La integración entre el sector público y el sector privado, en la actualidad no pasa por un buen momento, dentro de un contexto sistemático, donde existen dificultades, debido a las causas expuestas en el diagrama antes observado, la cual se manifiesta que la integración entre ambos sectores es el primer componente, para que exista un enfoque sistemático exitoso y agradable, para que sus competencias no causen delimitaciones a un proceso, ni el sector turístico se vea repercutido. A su vez la integración y las regulaciones por parte de las entidades públicas pueden generar mejoras a través de la flexibilidad y responsabilidad, con conciencia y visión turística, logrando generar benéficos a la industria y el sector turístico del cantón.

Propuesta de mejoramiento.

- Planificación turística, por parte de las entidades que regulan esta actividad, con el fin de generar mejoras para el destino y sus componentes.
- Brindar un mejor apoyo por parte del sector público hacia el sector privado, principalmente para la respectiva capacitación hacia los prestadores de servicios.
- Mejor control de la actividad turística por parte de las autoridades competentes, con el propósito de controlar ciertas anomalías y lograr obtener sustentabilidad de los recursos y atractivos.
- Correcto manejo de los recursos y atractivos turísticos, para la prolongación de las mismas, ya que en su mayoría son atractivos naturales, de los cuales se necesita su duración para seguir aprovechándolos como oferta turística.
- Creación de una política integral que mejore la situación entre el sector público y privado, la misma que genere mejoras en el turismo del cantón.

Diagrama causa efecto de la evaluación de control del diagnóstico de las falencias del sistema turístico.



Elaborado por: Jandry Obando Vélez

Causas principales:

- Infraestructura hotelera
- Calidad del servicio
- Servicios básicos
- Integración entre el sector público y privado
- Capacidad profesional
- Promoción y difusión de atractivos turísticos

Causas secundarias:

- Inadecuada infraestructura hotelera
- Deficiencia en el servicio
- Servicios básicos irregulares
- Falta de planificación

- Emperica y carga ocupacional diferente al perfil profesional.

La situación actual del cantón San Vicente como destino turístico, es compleja debido a un sin número de factores que afectan su normal desarrollo, dentro de un contexto sistemático, que implica que la actividad turística a desarrollarse en este cantón sea limitada, ya que las cualidades que tenga un destino va más allá de los atributos que tenga sus atractivos, se complementa a través de los elementos que forman parte de la accesibilidad, necesidades y satisfacciones que necesita adquirir el turista al momento de visitar un determinado destino.

Propuesta de mejora.

- Capacitación a los prestadores de servicio, para mejorar la calidad de la misma.
- Mejora en los atractivos turísticos para lograr obtener una buena jerarquización y atraer a turistas potenciales.
- Mejorar la calidad de los servicios básicos para que la industria turística pueda complementar la oferta de sus servicios.
- Adquirir una buena integración entre el sector público y privado.
- Una vez el destino y su sistema, haya superado todas sus dificultades, es importante y necesario, promocionar al destino para la posterior visita de turistas tanto nacionales como extranjeros, lo cual traería beneficios económicos para el sector turístico.

CONCLUSIONES

- Las derivaciones obtenidas nos permiten resolver el problema y cumplir los objetivos de la investigación, mediante un proceso de análisis y se logró identificar, las dificultades que afectan a un sistema turístico, con precedencia económica, lo cual se puede manifestar que mencionado sistema es inexistente.
- Mediante un programa estadísticos SPSS se diagnosticó, las falencias que afectan a un proceso sistemático y su enfoque, la cual los datos proporcionados arrojaron una escala con un alto porcentaje entre mala y regular, indicando que mencionado proceso, tiene un alto índice de deficiencia, la cual afecta a todo el sector turístico del cantón.
- La oportunidad de constatar las deficiencias de un sistema turístico, nos permitió reconocer problemas por parte de diferentes escenarios, la cual repercute a un sector, dedicado a la actividad turística, la misma que desequilibra, lo que podría ser una de las principales actividades económicas del cantón.
- Mediante la investigación se puede constatar que la aplicación un sistema turístico estructurado de una manera eficaz y eficiente, en donde todos los componente que conforman al sistema ya mencionado, interactúan entre sí, de la mejor manera posible, con el fin de correlacionar ciertos elementos que ocasionan problemas al sector, de la cual se busca lograr beneficios para la creación de un destino exitoso.
- Se realizó un procedimiento de causa y efecto, que tiene como fin descubrir la principal causa de la deficiencia del sistema turístico y evaluar de forma general al cantón, como destino turístico, a través de este medio se pudo proponer mejoras con la intención de generar mejoras para el desarrollo del turismo del cantón San Vicente.

RECOMENDACIONES

- Mejorar la situación actual del sistema turístico, es una prioridad ya que es una industria en donde los recursos son mínimamente explotados, en comparación a otras actividades económicas, una buena planificación por parte de las competencias, y la concientización turística, hará que la situación sea favorable dentro del ámbito turístico.
- Actualizar la información semestralmente, de todo lo que forme parte de la actividad turística, para ir analizando cuales son las falencias y los posibles problemas a futuro, y presentar soluciones a las deficiencias presentadas.
- Es importante identificar, las generalidades de la deficiencia de un sistema turístico, para que en el transcurso de la investigación se conozcan las principales causas, que lo ocasionan y poder generar una propuesta que mejore la situación del sistema ya mencionado.
- La aplicación de un sistema turístico eficaz y eficiente, mejorará la situación actual del cantón trayendo consigo beneficios para el destino y los elementos que lo conforman, la cual podrá ser aplicada siempre y cuando se resuelva las deficiencias existentes en el sistema.
- Realizar el procedimiento causa efecto para este tipo de investigación, es de suma importancia ya que descubriremos cuales serán las causas principales de una deficiencia en el sector y que efecto provoca dentro de un proceso sistemático de enfoque turístico.

BIBLIOGRAFÍA

- Naresh. (s.f.). *Question pro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>
- (MINTUR). (s.f.). *proyecto turistico* . Obtenido de proyecto turistico : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Balestrini. (2006). *Eumed.net*. Obtenido de Eumed.net: http://msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/p/poblacion-y-muestra_19.html
- Capece, Gustavo R. (2012). *POLITICA TURISTICA*. Buenos Aires : FUNDACION PROTURISMO.
- Gurria, Manuela. (1991). *Introduccion al turismo*. Mexico: Trillas.
- Hernandez, Edgar. (2001). *Proyectos Turisticos*. Mexico: Trillas.
- Idalberto Chavenato. (s.f.). *Promonegocios.net* . Obtenido de Promonegocios.net : <https://www.promonegocios.net>
- Idalberto Chiavenato. (s.f.). *pro*.
- Karl Albrecht y Zemke. (s.f.). *nuevas orientaciones en el marketing* . Madrid : Diaz de Santos S.A .
- Marin. (2012). *Recursos turisticos* . Obtenido de Recursos turisticos : <file:///C:/Users/TOSHIBA%20PC/Downloads/114%20RECURSOS%20TURISTICOS.pdf>
- OEA . (1980). *concepto y generalidades* . Obtenido de concepto y generalidades : <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- OMT . (s.f.). *Concepto de turismo* . Obtenido de Concepto de turismo : www.eumed.net/libros-gratis/2014/1377/turismo.html
- OMT . (s.f.). *GEO TURISMO* . Obtenido de GEO TURISMO : <http://wwwgeo-turismo.blogspot.com/2009/09/el-sistema-turistico.html>
- OMT . (s.f.). *GEO-TURISMO*. Obtenido de <http://wwwgeo-turismo.blogspot.com/2009/09/el-sistema-turistico.html>
- OMT. (1998). *Administracion de servicios turisticos*. Bogota: Ediciones de la u.
- OMT. (2013). *TENDENCIAS GLOBALES*. Bogota : ECOS EDICIONES.
- Panosso, Marcelino Castillo . (2010). *Epistemologia del turismo*. Mexico: Trillas S.A.
- Paulo Nunes . (s.f.). *Know.net* . Obtenido de Know.net : know.net/es/cieeconcom/gestion/efectividad/

- Prieto, Aura Babaresco. (2013). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare:
<https://www.slideshare.net/dudyacks/mtodo-analtico-26064628>
- Reinaldo Da Silva . (s.f.). *Promo negocios* . Obtenido de Promo negocios :
<https://www.promonegocios.net>
- Ritchie, wang. (2010). *El sector turistico turistico en contexto de crisis*. Obtenido de El sector turistico turistico en contexto de crisis: <file:///C:/Users/BLTK-P4/Downloads/1173-2866-1-PB.pdf>
- Rodriguez. (2008). *tendencia globales y planificacion estrategica*. Bogota : Eco ediciones.
- Ronaldo Soto. (s.f.). *sistema turistico*. Obtenido de sistema turistico:
[ttps://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267](https://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267)
- Ronaldo Soto. (s.f.). *sistema turistico* . Obtenido de sistema turistico :
[ttps://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267](https://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267)
- Smart, Creighton. (2012). *metodologia de la investigacion*. Mexico: noriega editores.
- Villacis. (2013). *recurso turistico*. Obtenido de recurso turistico:
<file:///C:/Users/TOSHIBA%20PC/Downloads/114%20RECURSOS%20TURISTICOS.pdf>
- Webb, Beatrice. (2014). *metodologia de la investigacion*. Bogota: Ediciones de la u .

Anexos

Grafico # 1

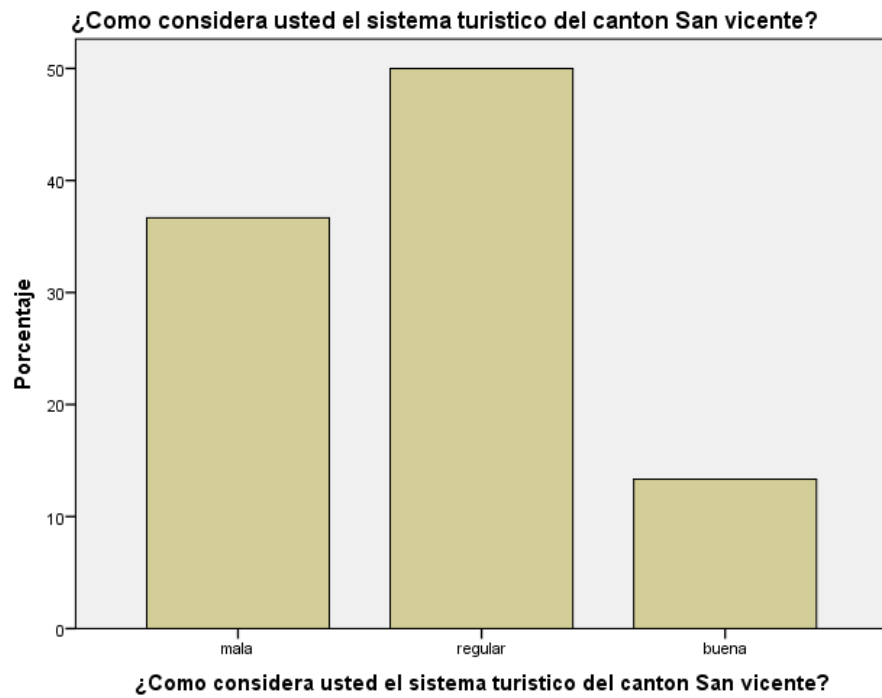


Grafico # 2

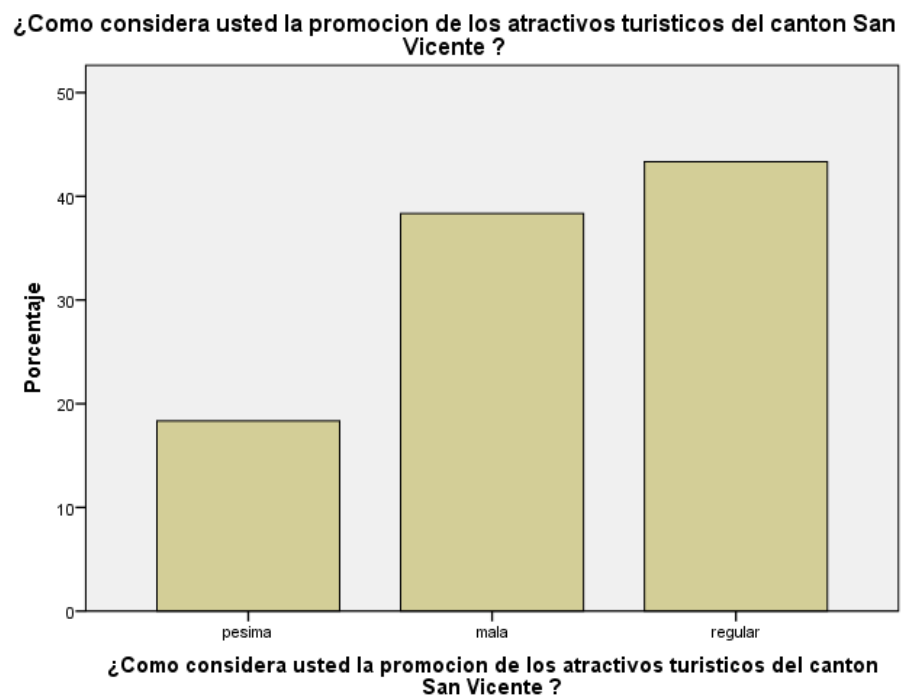


Grafico # 3

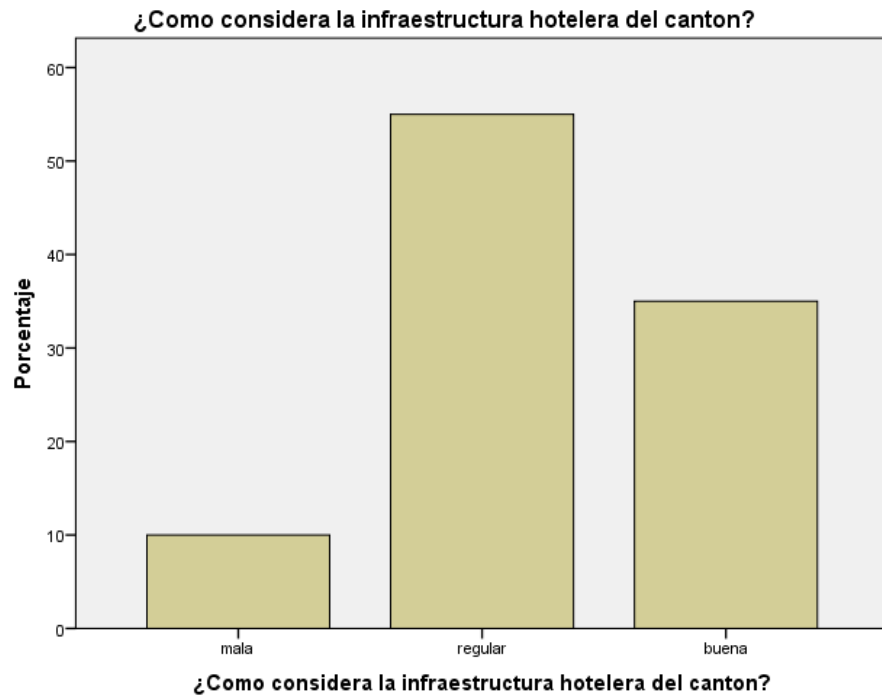


Grafico # 4

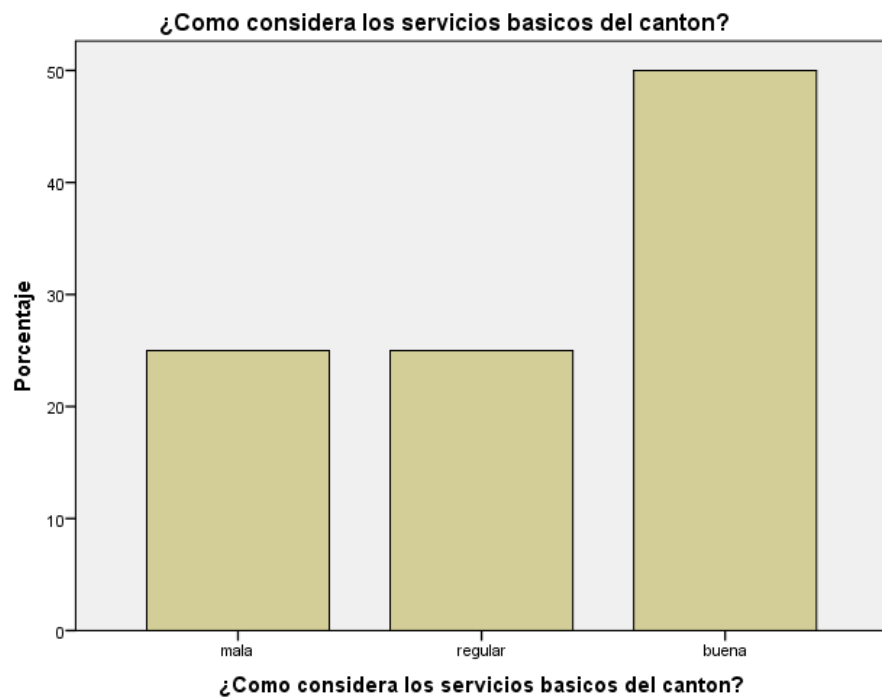


Grafico # 5

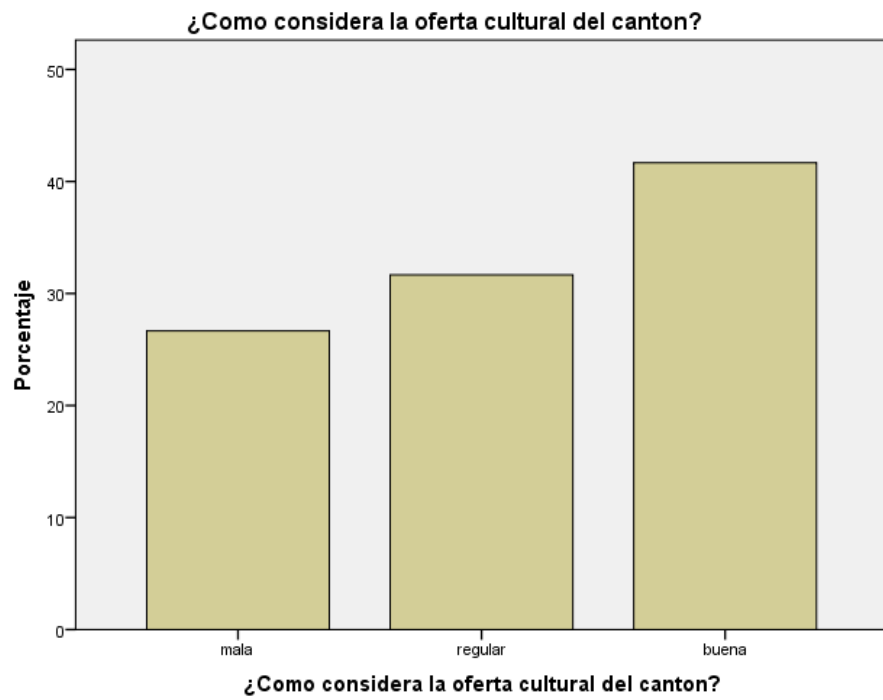


Grafico # 6

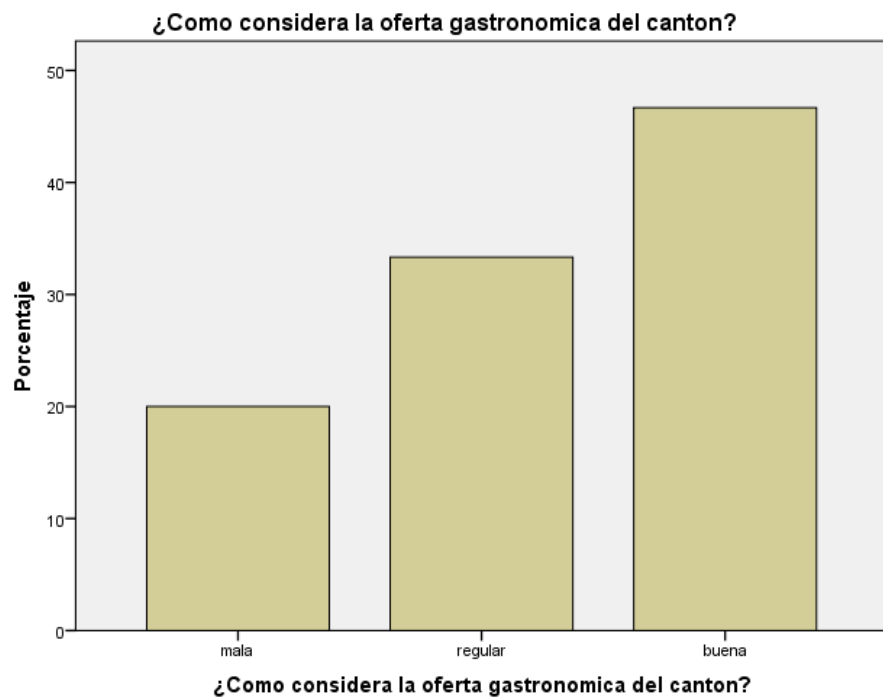


Grafico # 7

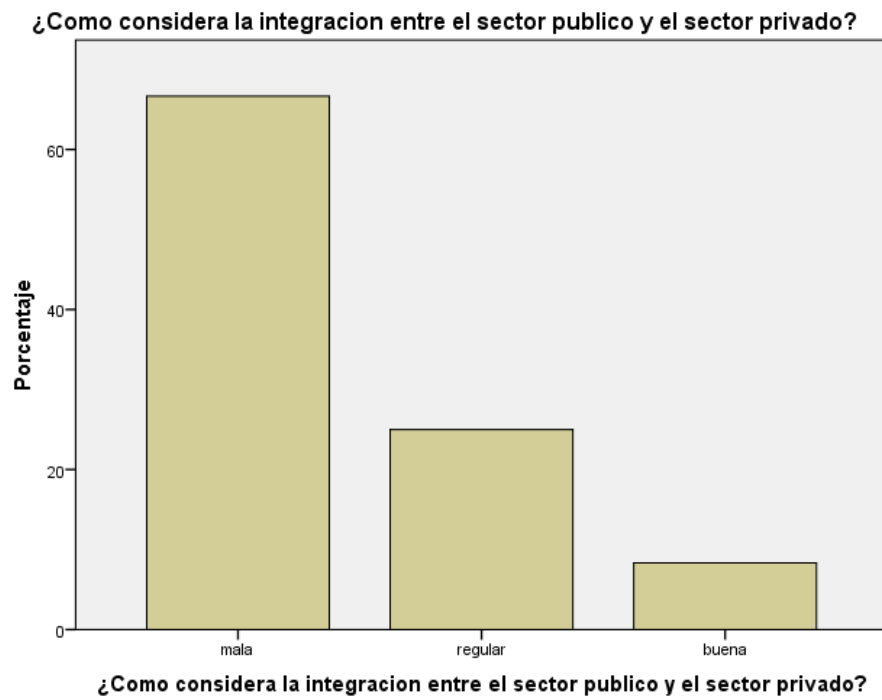


Grafico # 8

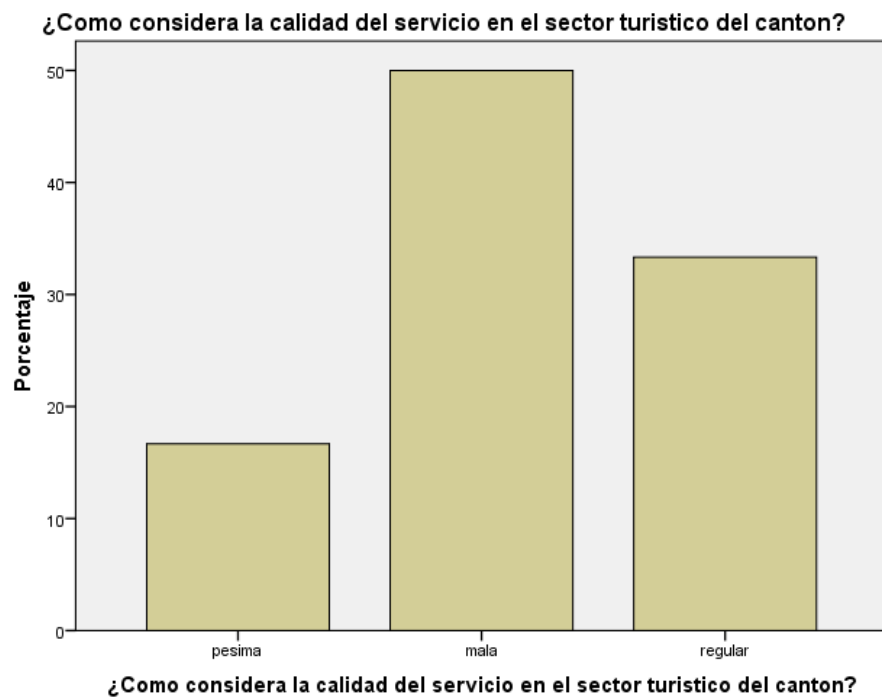


Grafico # 9

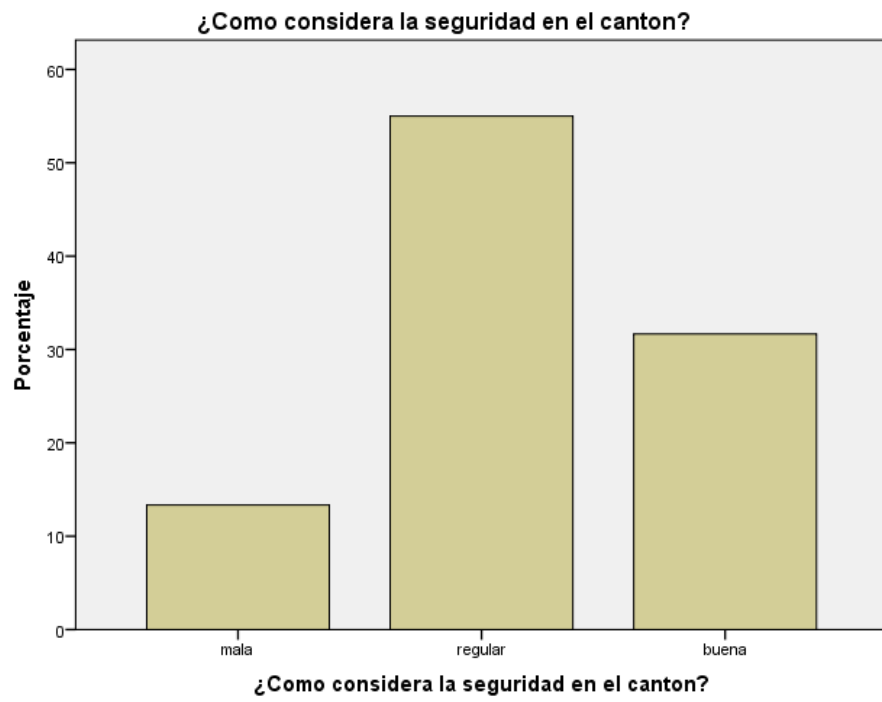


Grafico # 10

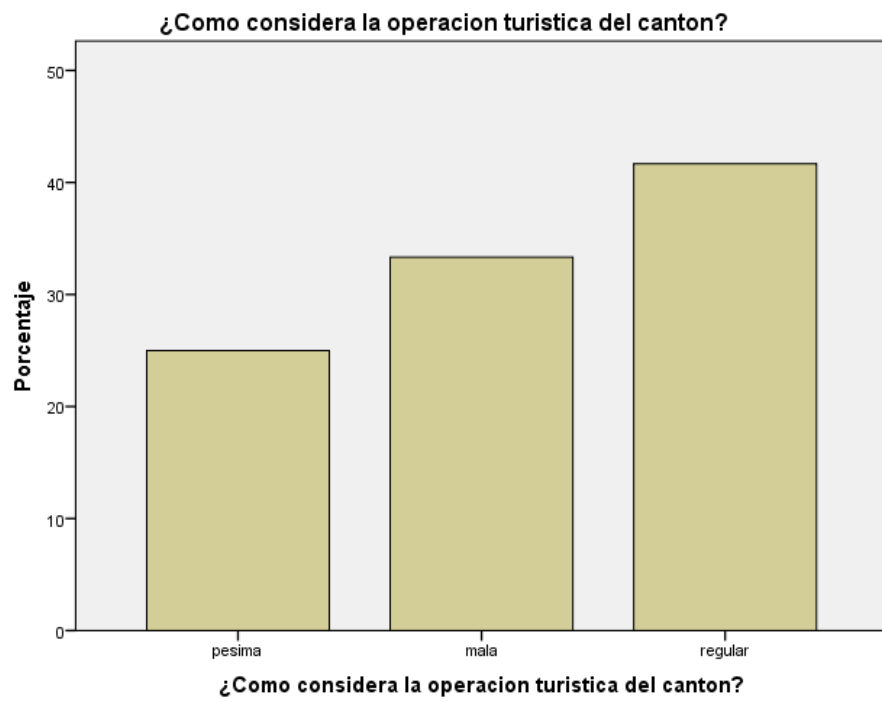
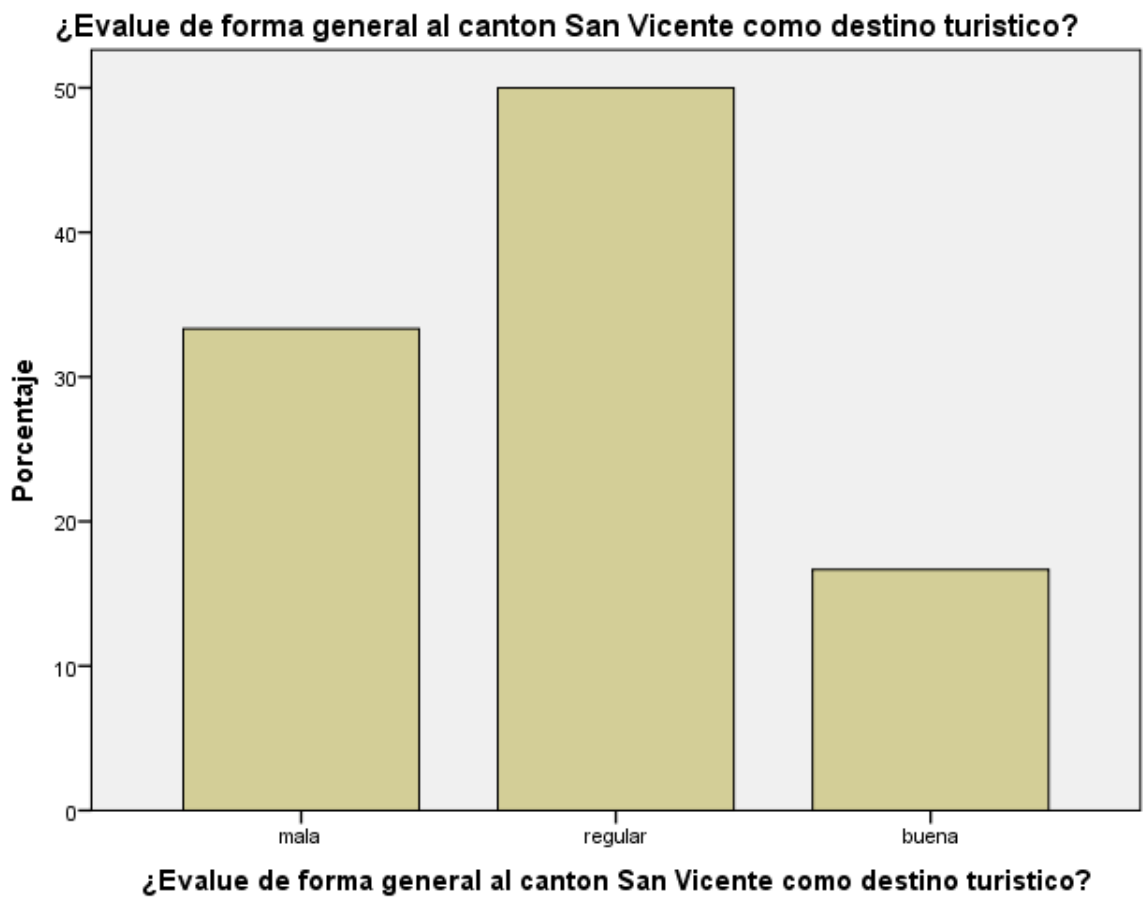


Grafico # 11



Encuesta

1¿Cómo considera usted el sistema turístico del cantón San Vicente?

Pésima mala regular buena excelente

2¿Cómo considera usted la promoción de los atractivos turísticos del cantón San Vicente?

Pésima mala regular buena excelente

3¿Cómo considera la infraestructura hotelera del cantón?

Pésima mala regular buena excelente

4¿Cómo considera los servicios básicos del cantón?

Pésima mala regular buena excelente

5¿Cómo considera la oferta cultural del cantón?

Pésima mala regular buena excelente

6¿Cómo considera la oferta gastronómica del cantón?

Pésima mala regular buena excelente

7¿Cómo considera la integración entre el sector público y el sector privado?

Pésima mala regular buena excelente

8¿Cómo considera la calidad del servicio en el sector turístico del cantón?

Pésima mala regular buena excelente

9¿Cómo considera la operación turística del cantón?

Pésima mala regular buena excelente

10¿Cómo considera la seguridad en el cantón?

Pésima mala regular buena excelente

11¿Evalué de forma general al cantón San Vicente como destino turístico?

Pésima mala regular buena excelente

Entrevista

11 ¿Evalué de forma general el estado actual del cantón para desarrollo del turismo?

Pésima mala regular buena excelente

¿Recomendaría al cantón como destino turístico?

Sugerencias para desarrollar al destino

Imagen 1



Imagen 2

