

Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón

Tosagua 2019-2023

María Katherine Heredia Solórzano

katherineheredia@hotmail.com

Universidad San Gregorio de Portoviejo. Manabí- Ecuador

María José Muñoz Muñoz

munozmariajose@outlook.es

Universidad San Gregorio de Portoviejo. Manabí- Ecuador

Emanuel Guillermo Muñoz Muñoz

emanuel.munoz@utm.edu.ec

Universidad Técnica de Manabí. Manabí- Ecuador

Francisco Omar Cedeño Loor

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7545-2472>

francisco.cedeno@utm.edu.ec

Universidad Técnica de Manabí. Manabí- Ecuador

RESUMEN

La construcción del plan estratégico para el Desarrollo Turístico del Cantón Tosagua 2019-2023, se lo realizó en base a un proceso participativo que integro a todos los actores tanto públicos, privados y comunitarios. Para la elaboración del plan se identificaron seis ejes estratégicos, se realizó talleres participativos, asamblea cantonal y mesas temáticas, mediante la lluvia de ideas, análisis de la problemática actual y la identificación de necesidades. Uno de los resultados importantes del proceso fue el planteamiento de la misión y visión futuro del turismo del cantón Tosagua proyectada hacia 5 años, así como se establecieron objetivos y estrategias que regirán el desarrollo del plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Tosagua. Los resultados de la asamblea cantonal se identificaron los factores internos como son las fortalezas y debilidades, factores externos, así como las oportunidades y amenazas, según cada eje; Posteriormente se realizó la matriz del FODA, que dieron como resultado siete perfiles de proyectos orientados a garantizar resultados positivos para el desarrollo turísticos del cantón, estableciendo actividades a corto mediano y largo plazo. El cumplimiento de las estrategias y acciones ayudarán alcanzar el futuro deseado de un desarrollo sostenible integral del turismo del cantón Tosagua hacia el 2023.

Palabras clave: turismo; emprendimiento; sostenibilidad; plan estratégico

Strategic plan for tourism development of the Canton Tosagua 2019-2023

ABSTRACT

The construction of the strategic plan for the Tourism Development of the Tosagua Canton 2019-2023 was carried out based on a participatory process that integrated all public, private and community actors. To prepare the plan, six strategic axes were identified, participatory workshops, cantonal assembly and thematic tables were held, through brainstorming, analysis of current problems and identification of needs. One of the important results of the process was the statement of the mission and future vision of the tourism of the Tosagua canton projected for 5 years, as well as the objectives and strategies that will govern the development of the strategic plan of tourism development of the Tosagua canton were established. The results of the cantonal assembly identified internal factors such as strengths and weaknesses, external factors, as well as opportunities and threats, according to each axis; Subsequently, the SWOT matrix was made, which resulted in seven project profiles aimed at guaranteeing positive results for the tourist development of the canton, establishing activities in the short, medium and long term. Compliance with the strategies and actions will help achieve the desired future of a comprehensive sustainable development of tourism in the Tosagua canton by 2023.

Keywords: tourism; entrepreneurship; sustainability; strategic plan

Artículo recibido: 10. Junio. 2021

Aceptado para publicación: 16. Julio. 2021

Correspondencia: katherineheredia@hotmail.com

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una economía flotante ya que puede variar dependiendo de las facilidades de las que se cuenten para ser atractivo hacia los turistas. Ecuador es un país con una riqueza turística muy diversa. El cantón (Tosagua, 2016) Su potencial tan solo se ve limitado por la falta estacional de lluvia, capacitación, y mejora en el sistema de comercialización. Es un territorio privilegiado por su cultura, fiestas religiosas y su potencial actividad artesanal en barro, habilidad transmitida de generación en generación, a lo que suma, además su riqueza gastronómica y la hospitalidad de su gente. El cantón tiene la oportunidad de proyectarse turísticamente con una nueva herramienta estratégica como lo es el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón, el mismo que respalda y apunta al desarrollo turístico del cantón, priorizando el fortalecimiento de las ferias, festividades patronales y cantonales e innovando y creando nuevas actividades turísticas, con la finalidad de incrementar la competitividad de las entidades públicas, privados y comunitarios, mediante la aplicación de un turismo sostenible que sea socialmente incluyente y ambientalmente responsable. A través del cambio de la matriz productiva y el impulso de actividades turísticas como una alternativa generadora de económica y desarrollo local.

En el proceso de investigación participaron la Universidad San Gregorio–Maestría de Turismo Internacional, representantes de emprendimientos, de los establecimientos de comidas y bebidas, hoteles del cantón, empresarios, administradores de los centros recreacionales, líderes comunitarios y Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, mediante la elaboración del el Plan Estratégico de Desarrollo se propone el ordenamiento territorial y la identificación de zonas de prioridad turística del cantón, en alianza con el Plan de Ordenamiento Territorial para nuevas estrategias.

Para el desarrollo de la investigación, es necesario realizar un diagnóstico interno y externo, analizar las dificultades y problemas a las que se enfrentan como comunidad, identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y con estos insumos poder plantear alternativas de solución que contribuyan a mejorar los procesos y la toma de decisiones, para obtener mayores avances y resultados más positivos a largo plazo.

Por consiguiente, este estudio desarrolló un diagnóstico estratégico a través de un análisis externo e interno, seguido por el desarrollo de una matriz DOFA y la realización de una formulación estratégica de acuerdo con las necesidades que se

estudien o identifiquen en ASOTRUBEL, además se plantea un sistema de integración a través del eco-turismo y agro-turismo por medio de este direccionamiento estratégico y principalmente, establecer una serie de análisis que contribuyan a aumentar la comercialización y por lo tanto, las ventas, a través de una mayor participación en el mercado de la mano con el turismo ecológico. Por lo tanto, es importante continuar capacitando al talento humano de los establecimientos de servicios turísticos del cantón para brindar servicios de calidad para los turistas.

Plan estratégico de desarrollo turístico

El turismo es parte importante del desarrollo económico de los países en los cuales existe apoyo gubernamental para poder desarrollarse en forma ordenada y teniendo un plan de desarrollo sostenible, para Lalangui et al. (2018) considera que “Los destinos turísticos se han convertido en un espacio en las agendas de los gobiernos nacionales y locales para el progreso de sus territorios”. Para fomentar el turismo también hay que tener muy en cuenta el cuidado ambiental y sus representantes deben de ser visionarios tal como lo indica Gómez, (2012), que cualquier persona que desee transformar el sistema o modelo de turismo imperante y actuar respecto a las graves dificultades que padecen los destinos de sol y playa en lo referente al deterioro ambiental, incremento demográfico, anarquía urbana, pobreza y desigualdad, desempleo y subempleo, crisis económicas y políticas, debe contar con pensamiento complejo, visión multidisciplinaria, actitud científica y habilidad intelectual. Pág. 9

El turismo para Merinero, (2009, pág. 29) “Se convierte en un fenómeno complejo en el que sin duda intervienen un número importante de agentes públicos, privados y sociales, entre los que se establecen interacciones producidas por la fragmentación y la transversalidad característica del turismo”. En lo que respecta a la economía factor determinante en el éxito turístico manifiesta Flores, (2008) “Conscientes de la importancia que va adquiriendo el turismo como actividad productiva, muchos territorios están apostando en las últimas décadas por considerar a esta actividad en sus estrategias de desarrollo económico” Página 27. Para Alcívar, (2018, pág. 9) considera “El fenómeno turístico, ha tomado una fuerza significativa en la economía ecuatoriana, lo que le ha permitido ubicarse como una de las actividades económicas de mayor importancia en cuanto a la generación de divisas monetarias se refiere”. Dentro de la planificación estratégica para el desarrollo turístico, en el ámbito cultural también se

destaca el Etnoturismo. Según el artículo de la Universidad de Sevilla el autor Lopresti, (2007) destaca lo siguiente sobre los recursos naturales. “Se denominan recursos naturales a aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del ser humano”

Los recursos que proporciona la naturales son elementos que aportan al bienestar y desarrollo de la sociedad y la cultura, tal como lo manifiesta Guerrero & Ramos, (2014, pág. 6) “Es evidente que el turismo ha contribuido a enriquecer el acervo cultural de las distintas regiones del mundo”. Desde el punto de vista de la economía, Antón & Gonzáles, (2005, pág. 15) manifiesta que “La ordenación del territorio va más allá de la mera delimitación de zonas y representa, en la actualidad, una opción indispensable de consenso social y económico” estos los recursos son importantes para las sociedades humanas para edificar el desarrollo de manera directa y contribuyen a la producción y distribución de los bienes y servicios usados por los seres humanos. Para Dyke, (2008) “Los recursos naturales se refieren a los factores de producción proporcionados por la naturaleza sin modificación previa realizada por el hombre” y se diferencian de los recursos culturales y humanos en que no son generados por el hombre (como los bienes transformados, el trabajo o la tecnología).

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico es acrecentar el grado de satisfacción turística para poder promover, organizar y supervisar un desarrollo turístico que produzca bienestar económico, psicosocial y medioambiental a medio y largo plazo, esto es, un Desarrollo Turístico Sostenible. Tal como lo manifiesta Acerenza, (2006, pág. 17) “El turismo es en realidad una manifestación social de la conducta humana cuyo estudio requiere de una perspectiva de base psicológica-social”. Para Ledhesma, (2016, pág. 13) considera que el “Turismo es todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas”.

Planificación Estratégica. permite orientar y definir en forma planificada aquellos actores que tienen mayor relevancia en el desarrollo del turismo, para Bustamante et al., (2016) determina que “El análisis estratégico es el que determina los puntos clave al momento de establecer un plan de toma de decisiones a futuro “Así Serna, (2010) lo define. “La planeación estratégica, es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente,

interna y externa” En esta misma línea de ideas Ancin, (2015) nos indica que. “Al hablar del plan estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado “hoy” en referencia a lo que hará en los tres próximos años”

Atención al cliente. Es un conjunto de actividades interconectadas que ofrece la empresa con el fin de que el usuario obtenga la atención requerida, es así que Torres, (2006, pág. 16) considera que “El desplazamiento del hombre sobre el territorio es tan antiguo como el hombre mismo”. Para Panosso & Lohmann, (2012, pág. 39) considera que “El turista, visto como aquel que por diversos motivos se desplaza de su residencia habitual, necesita hospitalidad y la busca”.

A medida que se incrementan los negocios cada vez es mayor y más variado la exigencia del usuario, ellos ya no solo buscan calidad y buenos precios, sino también una buena atención al cliente en la cual debe de participar la comunidad. Tal como lo manifiesta Molina & Rodriguez, (2005, pág. 26) “Una comunidad con posibilidades de participación constituye el elemento básico para la transformación cualitativa que se necesita”. Pérez, (2007, pág. 7) menciona que “La cultura de servicio se muestra a través de la actitud y comportamiento de las distintas personas con las cuales el cliente entra en contacto”. Así mismo Brown, (1989, pág. 2) considera que, La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa.

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos, el cliente es la persona más importante de nuestro negocio. Para Báez, (2005, pág. 15) considera que “Desde el momento en que el empleado inicia su relación laboral en una empresa de servicios, como un hotel, se debe fomentar en él la creación de una cultura de calidad en la prestación del servicio a cada huésped”. Así también Kotler et al. (2011, pág. 7) considera que “Cuando una empresa satisface a sus clientes, los clientes pagarán un precio justo por el producto. Un precio justo incluye un beneficio para la empresa”. Para ello Kristie, (2014) considera que para dar una atención de primera es necesario tener, Habilidades de escucha, Habilidades de pregunta, Responsable, Sensible, Entendido, completo, puntual y preciso.

La calidad del servicio es muy importante en la actualidad, ya que, los clientes son cada vez más exigentes, para Berry et al. (1989) considera que existe 5 dimensiones globales:

tangibilidad, confiabilidad, Tiempo de respuesta, Seguridad, Empatía, estas consideraciones esenciales para fortalecer e integrar el desarrollo de la sociedad en busca de asegurar espacios de desarrollo turístico, Para Albrecht, (2009) lo define así. “La calidad del servicio que se presta al cliente es un valor agregado invisible que puede determinar que aquel vuelva o que nunca más pise nuestro negocio”. Para Pérez, (2007) considera que “La calidad del servicio que se presta al cliente es un valor agregado invisible que puede determinar que aquel vuelva o que nunca más pise nuestro negocio”. Es muy importante los aportes de Pacioli, (2013) donde manifiesta que “El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo”

Diagnóstico Internacional. El turismo internacional según la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron 1.322 millones de llegadas de turistas internacionales en el año 2017, lo que equivale prácticamente a la séptima parte de la población mundial. Esto no hace más que evidenciar la importancia global de una industria turística responsable de la creación de más de 100 millones de empleos. La actividad generada por el sector hotelero, las agencias de viajes, el transporte de pasajeros y del ocio en general consigue atraer, además, una importante inversión pública y de capital privado. El turismo internacional se mantiene fuerte los primeros cuatro meses de 2018. Las llegadas de turistas internacionales clave crecieron un 6% en enero- abril de 2018 en comparación con el periodo del año pasado. Los resultados internacionales se refleja una continuación de la fuerte tendencia observada en 2017 (+7) y hasta el momento supera el pronóstico de la OMT de 4% a 5% para el año 2018 como el crecimiento provisional de una fuente en los primeros cuatro meses de 2018 se registró en Asia y el Pacífico (+8) Europa (+7), mientras que África (+6) medio oriente (+4) y las Américas (+3) también registraron resultados sólidos. La confianza en el turismo mundial sigue siendo fuerte según el último panel de la OMT.

Diagnóstico Nacional. Según el portal del Ecuador, Ministerio de turismo, (2017) en su sección de Perfiles de turismo internacional 2017, se destaca lo siguiente: se presenta las características de los turistas que arriban a Ecuador, para conocer los destinos de sus cuatro mundos. El turismo receptivo crece en el país mediante el gasto turístico, que se incrementó un 7% entre 2013 y 2017, según la Cuenta Viajes del Banco Central del

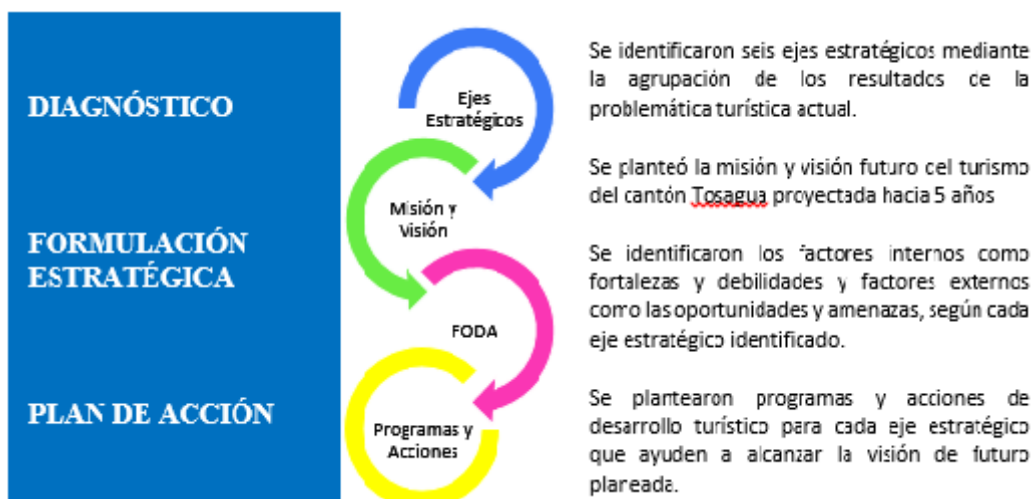
- Existencia de sitios arqueológicos de interés;
- Atracciones nuevas atracciones estacionales, como el avistamiento de ballenas, festivales de playa y otras que podrían promoverse.
- Hay, desde luego, también unos pocos ejemplos de “lodges” y conjuntos vacacionales eco-playeros de calidad aceptable internacionalmente, pero son pocos y muy pequeños como para darle un vuelco al mercado de sol y playa. Además, no se percibe presencia de servicios suplementarios adecuados en transporte, recreación y gastronomía; hay operadores receptivos que se ocupan de los grupos.

Diagnóstico local. El cantón Tosagua ubicado al Noroeste de la provincia de Manabí, es un cantón agrícola ganadero, que está a orillas del río Carrizal. Su nombre se debe a la tribu nativa llamada los Tosahuas, fue fundada como cantón el 25 de enero de 1984. Tiene una superficie de 377.40 kilómetros cuadrados, es un territorio próspero donde sobresalen la siembra y cosecha tradicional de diversos frutos como cacao, café, sandía, plátano, yuca, maíz, pimienta entre otros.

En el presente trabajo de investigación se inició con diversas visitas de observación de campo en el territorio del cantón, en el que se pudo evidenciar el potencial natural y cultural que posee turísticamente; esta información de primera mano fue plasmada en fichas geo referenciadas.

Plan estratégico. A continuación, se muestra el proceso de la elaboración del plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Tosagua.

Figura 2: Plan estratégico



Fuente. Elaboración propia de los autores

Tabla 1: Etapas del plan en el territorio

1	Taller de Atención al cliente, Protocolo, Etiqueta y montaje de mesa con participación de 84 servidores turísticos de los diferentes establecimientos de comidas y bebidas de todo el cantón Tosagua.
2	Taller de Seguridad alimentaria y Manipulación de alimentos con participación de 60 servidores turísticos del cantón.
3	Taller de Inducción al Turismo con participación de 74 servidores turísticos del cantón Tosagua.
4	600 encuestas realizadas a los habitantes del cantón Tosagua
5	Asamblea cantonal con participación de 50 actores involucrados en el turismo.

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tabla 2: Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Fiesta religiosa de la Virgen María Inmaculada y Romería.	Desaprovechamiento de territorio del humedal La Segua que le pertenece al cantón Tosagua.
Fiestas del Cantón Tosagua, Fiesta del mes de la cultura, danza, arte y cultura (septiembre).	Deficiente señalética en áreas turísticas.
Parque Los Amarillos.	Gruta de la Virgen María Inmaculada temporalmente cerrada.
Actividad Hípica: Hipódromo los Tulipanes (actividad estacional).	Escasa oferta Hotelera de calidad.
Equipamiento básico de establecimiento de comidas y bebidas, complejos turísticos de diversa categoría y calidad.	Recurso humano de los servicios turísticos poco capacitado.
Clima tropical agradable. Diversos Paisajes en las zonas rurales. Biodiversidad de flora y fauna.	Insuficiente promoción de los productos turísticos. Poco financiamiento para el desarrollo de proyectos turísticos. Deficiente promoción y escasa información turística.
Diversidad de Gastronomía típica de la zona.	Deficiente gestión técnica del departamento de turismo.
Extensas playas de agua dulce sobre el río carrizal Chone.	Desorganización de los servidores turísticos.
Elaboración de Artesanías, tejidos de petate, y artes en barro. Feria gastronómica la olla de barro.	

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Escuela Superior Politécnica de Manabí ESPAM.	Deficiente organización del servicio recolector de basura.
Unidad Educativa del Milenio.	Contaminación en el Río Carrizal.
Servicio Internet libre en ciertas áreas públicas.	Calles internas del cantón en mal estado.
Campaña: Reforestando a Tosagua.	Los caminos vecinales de tercera categoría no poseen carpeta asfáltica.
Servicios de transporte Intercantonal.	Desastres naturales, ciertas comunidades se evidencia inundaciones.
Organización de las comunidades.	Falla geológica (socavón).
Desarrollo de campeonatos deportivos.	Inseguridad, robos en el centro, falta de control policial.
Conexión de carreteras externas en buen estado.	Escasos servicios de primeros auxilios, salvavidas.
Proceso participativo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.	Falta de capacidad de gestión y liderazgo institucional. No hay coordinación entes gubernamentales a nivel nacional, provincial y local.
	Escasas condiciones de salubridad en el mercado central de Tosagua.
	Inexistencia del terminal terrestre. Escasas líneas de transporte urbanas y rurales. Deficientes Servicios básicos.

Fuente: *Matriz FODA. Elaboración propia de los autores*

Misión. Tosagua corazón de Manabí, es un cantón agrícola y ganadero, que brinda servicios de alimentos y bebidas, ofertando una deliciosa gastronomía, variada biodiversidad de flora y fauna y el placer de disfrutar del contacto con la naturaleza en sus balnearios de agua dulce.

Visión. En el año 2023, Tosagua cantón agrícola ganadero reconocido a nivel nacional por sus productos, gastronomía, fiestas y tradiciones promoviendo actividades turísticas culturales en todo el año, ofreciendo servicios turísticos de calidad y a su vez mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Tabla 3: Objetivos

1	Identificar las principales necesidades de los prestadores de servicios turísticos en el área de atención al cliente, para desarrollar un programa de capacitaciones y puedan ofrecer un servicio de calidad, estas capacitaciones deben ser dictadas y evaluadas trimestralmente por profesionales de turismo.
2	Elaborar un programa de eventos culturales, gastronómicos que involucren a todas las organizaciones interesadas para que lideren y desarrollen dichos eventos durante todo el año, con el fin de mejorar la economía interna y posicionar a Tosagua como un cantón cultural.
3	Potenciar los principales recursos naturales que se encuentran en las comunidades del cantón Tosagua involucrando a los líderes comunitarios para llevar a cabo proyectos de turismo comunitario con el fin de desarrollar una ruta de turismo rural en la que los principales beneficiarios sean los miembros de las comunidades.
4	Implementar acciones para garantizar y mantener la limpieza del cantón y promover programas, principalmente en los balnearios, centro de la ciudad, con el fin de proyectar un cantón más limpio.

Fuente: *Elaboración propia de los autores*

Tabla 4: Matriz Estrategias

Fortalezas + Oportunidades	
1	Vincular a los estudiantes de la carrera de turismo de la ESPAM en los programas festivos del mes de la cultura danza y arte para que colaboren con sus conocimientos en la gestión y desarrollo de actividades. (F2 y O1)
2	Continuar con la campaña reforestando a Tosagua para poder conservar la biodiversidad de flora y fauna del Cantón, mejorando el escenario paisajístico de sus extensas playas de agua dulce sobre el río carrizal Chone. (F7,F8, F10 y O4)
3	Asociar a los estudiantes de la Unidad Educativa del Milenio en conjunto con las Universidades USGP y ESPAM para poder realizar programas educativos en el que la puesta en escena sea la principal actividad en el que se busca impulsar la historia del parque de los amarillos con el fin de conocer su historia y cultura. (F3, O1 , O2 Y O9)
Fortalezas - Amenazas	
4	Tomar medidas de acción en los caminos vecinales de tercera categoría que no poseen carpeta asfáltica para que exista un fácil acceso a las comunidades y puedan adquirir sus productos artesanales (tejidos en petate y artes en barro) aportando a la economía local. (F12 y A3).
5	Mejorar las condiciones básicas de los establecimientos de comida y bebidas del mercado, partiendo de que se cumplan las ordenanzas municipales en el aspecto de salubridad, aseo e imagen. (F5 y A10).
6	Vincular a la empresa pública y privada para que tomen acciones en la actividad hípica desarrollando un programa trimestral para promover un desarrollo económico. (F4 y A9).

Debilidades + Oportunidades	
7	Continuar con los procesos de capacitación que brindó la Universidad San Gregorio de Portoviejo en conjunto con el GAD Municipal a los servidores turísticos con el fin de mejorar la atención al cliente. (D6 y O9)
8	Aprovechar la participación de la Universidad San Gregorio de Portoviejo Maestría en Turismo para que se ejecuten programas, proyectos y actividades turísticas en conjunto con el Departamento de turismo. (D7 y O10)
9	Gestionar la participación de las carreras de ambiente y turismo de la ESPAM para que implementen la señalética en los atractivos existentes del Cantón. (D3 Y O1)
Debilidades - Amenazas	
10	Tomar medidas de acción urgente en la contaminación del Río Carrizal con el fin de minimizar los desechos en este recurso natural importante. (D2 y A8)
11	Actualizar el inventario de atractivos turísticos, recursos potenciales con el fin de brindar información y promoción turística a través de las instituciones correspondientes. (D7, D10 Y A8).
12	Fortalecer programas de seguridad turística integral cuyo ente rector sea el departamento de turismo del GAD municipal para poder brindar seguridad a los turistas. (D10 Y A6)

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

Tabla 5: *Ejes Estratégicos*

Calidad en Talento Humano.	Programa integral de capacitación.
Tosagua destino cultural.	Programa de actividades turísticas culturales.
Tosagua un destino seguro.	Programa de seguridad turística integral.
Ciudad más limpia y reforestada.	Programa de limpieza en las zonas de mayor afluencia turística
Innovación.	Imagen integral para los prestadores de servicios turísticos.
Turismo sostenible.	*Fortalecimiento de los atractivos naturales, sociales y culturales. * Turismo rural Comunitario.

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se enmarca en un estudio cualitativo, descriptivo, analítico y propositivo, ya que se va a describir las características de las variables de estudio, para lo cual se utilizó herramientas de búsqueda de información en diferentes repositorios de libros, tesis y artículos científicos, los cuales dieron sustento y apoyo bibliográfico a la investigación, en cuanto a los instrumentos de medición en los cuales se apoya esta

investigación, es la recolección de información de la procedencia de los turistas, sexo, edad, función profesional y finalmente una encuesta para recabar información proveniente de los involucrados, la cual proporcione resultados basados en el cumplimiento del objetivo general el cual es elaborar un plan estratégico de desarrollo turístico para el Cantón Tosagua. Para el desarrollo de la investigación se tomó como unidad de análisis a 600 personas que corresponde a habitantes nativos y turistas que visitan esta región, el análisis de la información obtenida se la proceso aplicando la estadística descriptiva la cual permitió determinar varios aspectos relevantes.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente estudio se realizó de forma libre y voluntaria a 600 personas dentro del cantón Tosagua incluidos habitantes del cantón y turistas provenientes de los cantones cercanos de la provincia Manabí. Con el objetivo de obtener datos estadísticos del tipo de turistas que visitan el cantón y así poder medir sus diferentes características.

Tabla 6: De qué país proceden la mayoría de los turistas encuestados

Procedencia de los encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatorianos	600	100%
Extranjeros	0	0%
TOTAL	600	100%

Fuente: Elaboración propia de los autores.

En la tabla 6 se aprecia que a nivel del cantón Tosagua se establece que es el turista ecuatoriano en su mayoría realiza turismo interno y se plantea como la principal fuente de turistas que usan servicios en este cantón.

Tabla 7: De qué ciudad son los turistas encuestados

Ciudades	Frecuencia	Porcentaje
Chone	114	19%
Bolívar	45	8%
Portoviejo	19	3%
Bahía de Caráquez	28	5%
Tosagua Residentes	394	65%
TOTAL	600	100%

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Los resultados reflejan un alto porcentaje de turismo interno en el cantón por parte de sus habitantes tal como se aprecia en la tabla 7, este resultado da la oportunidad de orientar estrategias que satisfagan las necesidades de este segmento de mercado,

seguido de un porcentaje importante de turistas que provienen del cantón vecino Chone, así mismo se muestran resultados de turistas provenientes de otros cantones vecinos tales como Bolívar, Bahía de Caráquez y Portoviejo.

Tabla 8: *Cuál es el sexo de los turistas encuestados*

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	281	47%
Mujeres	319	53%
TOTAL	600	100%

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

Los resultados que se reflejan en la tabla 8, reflejan que en su mayoría son de sexo femenino, los turistas que visitan el cantón Tosagua y hacen uso de los diferentes servicios turísticos, frente al porcentaje de sexo masculino despunta ligeramente del sexo femenino, al mismo tiempo los resultados reflejan el hecho de ser una ciudad adaptable y receptiva para ambos sexos lo que reflejará posteriormente ser un cantón que en su mayoría es visitado por familias.

Tabla 9: *Cuál es la edad de los turistas encuestados*

Edades	Frecuencia	Porcentaje
-20	114	19%
20 a 25	36	6%
25 a 30	63	11%
30 a 35	84	14%
35 a 40	82	13%
40 a 45	75	13%
45 a 50	54	9%
50+	92	15%
TOTAL	600	100%

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

Los resultados de la tabla 9, establecen que tanto los clientes que se encuentran en rango de edad de 20 a 35 años y los de 36 a +50 años están en el pico estadístico por igual, lo que planea y encamina a formular estrategias orientadas para ambos rangos de segmento de edad.

Tabla 10: *Cuál es su ocupación o profesión*

Ocupación	Frecuencia	Porcentajes
Empresario	24	4%
Empleado publico	122	20%
Jubilado	79	13%
Estudiante	129	22%
Profesionista	32	5%
Empleado privado	46	8%
Trabaja por cuenta propia	107	18%
Otros	61	10%
TOTAL	600	100%

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

En estos resultados de la tabla 10, se puede apreciar claramente las diferentes ocupaciones de los diferentes encuestados y la función en las cuales se desempeñan, en estos resultados se puede estimar que existe en su una gran mayoría son estudiantes, empleados públicos y los que trabajan por cuenta propia.

Tabla 11: *Con quién visita Tosagua*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Solo	105	23%
Grupo	121	27%
familia	230	50%
TOTAL	600	100%

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

En la tabla 11 se aprecia que la familia corresponde al mayor segmento desde el cual proceden la mayoría de turistas que visitan el cantón Tosagua, lo que refleja ser un cantón que le presta los servicios y garantías para el desarrollo de actividades familiares, seguido por un porcentaje igual importante de turistas que visitan el cantón con amigos lo que despierta seguramente el entorno natural que nos rodea, existe al igual un porcentaje de turistas que viajan solos que en su mayoría corresponde a trabajadores y empresarios que usan frecuentemente la planta hotelera y de restaurante.

Tabla 12: *Cuál es el motivo de su visita a Tosagua*

Motivación del viaje	Frecuencia	Porcentaje
Ocio recreo y vacaciones	214	36%
Visitas a familiares y amigos	201	34%
Negocios, asuntos profesionales	50	7%

Tratamiento de salud	117	20%
Religión peregrinación	10	2%
Otros	8	1%
TOTAL	600	100%

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

Los resultados de la tabla 12, reflejan que el mayor motivo por el que visitan Tosagua es por ocio, recreo y vacaciones, este resultado da lugar a definir y orientar estrategias para desarrollar actividades turísticas recreativas que se puedan realizar los fines de semanas y temporada de vacaciones, otro alto porcentaje corresponde al literal de visitas a familiares y amigos, este resultado sustenta el cuadro anterior en el que la familia es un segmento de mercado importante, indicándonos nuevamente que se deben orientar estrategias dirigidas a satisfacer a dicho segmento. Seguido por el literal tratamiento de salud, por último, pero igual de importante el literal de negocios y asuntos profesionales, este resultado corresponde al segmento de trabajadores y empresarios que visitan Tosagua por este motivo, y un mínimo porcentaje lo cubren el motivo religioso y entre otros motivos.

Tabla 13: *Por qué eligió o elije visitar Tosagua*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Gastronomía	540	30%
Balnearios de agua dulce	450	25%
Festivales, fiestas patronales y cantonales	360	20%
Centros recreacionales	90	5%
Parques	180	10%
No contesto	180	10%
TOTAL	1800	100%

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

Los resultados de la tabla 13, califican a Tosagua como un cantón rico en gastronomía que se sustenta en la diversidad cultural y de pisos climáticos que permiten la variedad de platos y sabores. Además, lo eligen también por ser un cantón tranquilo relacionado directamente con su ambiente, seguido por el tema de precios, lo que lo convierte en un destino potencial del cual el plan sabrá sacar el mejor provecho, El tema rural refleja un alto porcentaje puesto que el cantón posee 2 balnearios de agua dulce atravesados por el río Carrizal Chone a y que son visitados con frecuencia por los turistas los fines de semana, atraídos por la belleza paisajística y naturaleza del sitio. Seguido por un porcentaje de turistas que elige visitar los centros recreacionales del cantón, además de

disfrutar de sus festivales, fiestas patronales y cantonales que lo promueven a Tosagua como un cantón cultura.

Tabla 14: *Que no le gusta o cree que deben mejorar en el cantón Tosagua*

Detalles	Datos	Frecuencia
El mal estado de las calles internas	540	30%
Contaminación en los balnearios	450	25%
La inseguridad	450	25%
No contestó	360	20%
TOTAL	1800	100%

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

Los resultados de la tabla 14, reflejan que a los turistas no les es agradable ver el estado actual de las calles internas del cantón, seguido de un alto porcentaje de turistas que les molesta la contaminación que se puede evidenciar en los balnearios de agua dulce donde ellos se recrean, además otro alto porcentaje plantea su inconformidad con respecto a la seguridad turística, puesto que no se están tomando las medidas de seguridad pertinentes, en todo caso estos resultados dan lugar a plantear estrategias orientadas en mejorar estos aspectos.

Tabla 15: *Que considera usted que se debería hacer para desarrollar la actividad turística del cantón*

Detalle	Frecuencia	Porcentajes
Gestión y desarrollo de actividades turísticas	210	35%
Capacitar a los servidores turísticos	150	25%
Crear nuevas actividades y productos turísticos	90	15%
Mantener limpios los sitios de interés turístico	150	25%
TOTAL	600	100%

Fuente: *Elaboración propia de los autores.*

Los resultados de la tabla 15, reflejan y coinciden en que gestionar y desarrollar actividades turísticas recreativas es el eje sobre el cual debe trabajar la municipalidad del cantón Tosagua, seguido de un porcentaje importante que plantea capacitar a los servidores turísticos, sin duda hay que fortalecer temas como calidad, atención, diversificación, oferta entre otros. Así mismo otro literal importante es que se deben mantener limpios los sitios de interés turístico, dando lugar a orientar las estrategias

enfocadas a estos aspectos tomando en cuenta el literal de crear nuevos productos turísticos para el desarrollo del cantón Tosagua. Índice de satisfacción para la competitividad turística. 600 encuestados. Valoración de 1 Muy malo, 2 Malo, 3 Bueno, 4 Muy bueno. Y que al multiplicar los 600 encuestados * 4 que es el índice de satisfacción mayor da un valor meta de 2400. A continuación, se muestran las puntuaciones de satisfacción, y para una mejor apreciación de los resultados se ha tomado como referencia la equivalencia en una escala del 1 al 10.

Tabla 16: Índice de satisfacción para la competitividad turística

1	¿Cómo considera la calidad de la infraestructura hotelera?	1626 = 6.7
2	¿Cómo considera la planta de restaurantes?	1677 = 6.9
3	¿Cómo califica el servicio de las líneas de transporte?	1476 = 6.1
4	¿La limpieza en el terminal es?	1361 = 5.6
5	¿La comodidad en el terminal es?	1322 = 5.5
6	¿La señalización de la ciudad y del cantón es?	1435 = 5.9
7	¿La cantidad de actividades turísticas que se pueden realizar?	1376 = 5.7
8	¿La calidad de actividades turísticas que se pueden realizar?	1512 = 6.3
9	¿Información para visitar lugares y realizar actividades?	1434 = 5.9
10	¿Seguridad para los turistas en los sitios visitados?	1404 = 5.8
11	¿Cómo califica la limpieza en general?	1319 = 5.4
12	¿La Gastronomía de la zona es?	1964 = 8.1
13	¿Los servicios básicos de la ciudad y el cantón son?	1237 = 5.1
14	¿Cómo califica el trabajo de las instituciones en turismo?	1062 = 4.4

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Estos resultados que se presentan en la tabla 16, dan una clara visión de la situación actual del cantón Tosagua en estos 14 aspectos fundamentales para el desarrollo turístico, sin duda estos resultados permitirán orientar y plantear estrategias enfocadas a mejorar estos índices de satisfacción que claramente se muestran en la tabla anterior.

4. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

Para que exista un buen desarrollo turístico en el cantón Tosagua deberían estar articulados y organizados los actores públicos, privados y comunitarios.

Existe una débil competitividad interna y externa del sector turístico privado y comunitario del cantón Tosagua, en la actualidad existe una alta deficiencia de desigualdad de la calidad de los servicios turísticos.

Al no tener una adecuada dotación de facilidades turísticas tanto en infraestructura privada, comunitaria y pública en zonas de interés turístico, no se puede brindar una experiencia positiva a los turistas.

Es importante continuar capacitando al talento humano de los establecimientos de servicios turísticos del cantón para brindar servicios de calidad para los turistas.

La oportunidad de desarrollar y ejecutar un proyecto de turismo comunitario en el cantón Tosagua garantizará un desarrollo local, el cual es socialmente incluyente, ambientalmente responsable y económicamente equitativo.

Las estrategias campañas, promoción, marketing y comunicación son indispensables para dar a conocer los atributos y servicios turísticos que oferta el cantón Tosagua.

Para que se dé un correcto desarrollo turístico sostenible en la zona Noroeste de la provincia de Manabí se propone la mancomunidad de los cantones vecinos como Rocafuerte, Tosagua, Chone y Bolívar cada uno con un producto turístico diferenciado y complementario para así poder impulsarse turísticamente.

5. LISTA DE REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas.
- Albrecht. (2009). *La revolución del servicio*. Obtenido de http://managementynegocios.com/pildoras/ptes/La%20revolucion%20del%20servicio_c.doc
- Alcivar, I. (2018). *Realidades del Turismo local*. Ecuadro: Departamento de Ediciones y Publicación Universitaria (DEPU) Uleam.
- Ancin, J. (2015). *El plan estratégico en la práctica*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=bIh5CgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Sainz+De+Vic%C3%B1a&ots=bNxmIGYobA&sig=98J3JWz28T5YaxQKR7CW9MLHZMo#v=onepage&q=Sainz%20De%20Vic%C3%B1a&f=false>
- Antón, S., & Gonzáles, F. (2005). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: UOC.
- Báez, S. (2005). *Hotelería* (Séptima Reimpresión ed.). México: Compañía editorial continental.

- Berry, L., Bennet, D., & Brown, C. (1989). *La Calidad en el Servicio*. Obtenido de http://docencia.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf
- Brown. (1989). *Gestión de la Atención al cliente*. Madrid: Diaz Santos.
- Bustamante, R., Zuñiga, A., & Toro, I. (2016). Diseño de un plan de direccionamiento estratégico para el sector piscícola. *Espacios*, 18. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n21/17382118.html>
- Dyke, V. (2008). *Fred. Conservación Biology: Foundation, Concepts, Aplicacations*. Obtenido de Springer Verlag: <http://www.springer.com/us/book/9781402068904>
- Ecuador. (2008). *Constitución de la republica del Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.dpe.gob.ec/bitstream/39000/638/1/NN-001-Constituci%C3%B3n.pdf>
- Ecuador. (2017). *Ministerio de turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/estudio-de-perfiles-de-turistas-fortalece-la-planificacion-del-destino-ecuador/>
- Flores, D. (2008). *Competitividad sostenible de los Espacios Naturales Protegidos como destino turística*. Sevilla: Tesis Doctoral. Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones>
- Gómez, S. (2012). *Educación superior e investigación turística. Retos, problemas y desilusiones* (Segunda ed.). México: Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas Universidad de Guadalajara.
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. México: Patria.
- Kotler, P., García, J., Flores, J., & Otros. (2011). *Marketing Turístico* (Quinta ed.). Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Kristie. (2014). *Características del servicio al cliente*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/caractersticas-del-servicio-al-cliente-4418.html>
- Lalangui, J., Rodriguez, G., & Palomeque, J. (2018). Contribución al aprovechamiento de las potencialidades de los destinos turísticos en la Provincia de El Oro (Ecuador). *Espacios*, 13. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n27/18392713.html>
- Ledhesma, M. (2016). *Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales*. Buenos Aires: Escuela de Turismo sede UARG Universidad Nacional de la Patagonia Austral.

- Lopresti, E. (2007). *Universidad de Sevilla "Ordenación de los Recursos Naturales y del patrimonio Ambiental"*. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MLGA/MLGA-02/Unidad-3/lecturas/8.pdf>
- Manabí. (2012). *Diagnóstico de los destinos priorizada de Manabí*. Manabí.
- Merinero, R. (2009). *Las redes de actores en la gestión participativa del turismo en el ámbito local*. Sevilla: Tesis Doctoral. Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/36572.pdf>
- Molina, S., & Rodriguez, S. (2005). *Planificación integral del turismo*. México: Trillas.
- Pacioli. (2013). *Importancia del servicio al cliente*. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Pérez, V. (2007). *Calidad total en la atención al cliente. España*. España: Ideas propias.
- Serna. (2010). Obtenido de <HTTP://PUBLICACIONES.URBE.EDU/INDEX.PHP/CICAG/ARTICLE/VIEWARTICLE/362/865>
- Torres, E. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona : UOC.
- Tosagua. (2016). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Tosagua*. Obtenido de <http://www.tosagua.gob.ec/tosagua/>