



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA DE TURISMO

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS
SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES.**

AUTOR:

YULISA ALEXANDRA MAZÓN MENDOZA

TUTOR:

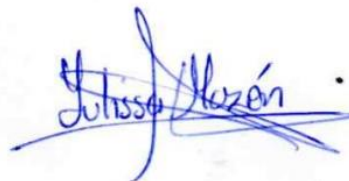
NELSON GARCIA REINOSO, MSc.

CALCETA, OCTUBRE DE 2022

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo Mazón Mendoza Yulisa Alexandra, con cédula de ciudadanía 131697413-6, declaro bajo juramento que el trabajo de integración curricular titulado: **PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES** es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

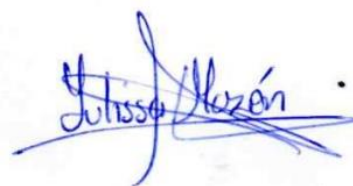
A través de la presente declaración, concedo a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



Mazón Mendoza Yulisa Alexandra
CC: 131697413-6

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo Mazón Mendoza Yulisa Alexandra, con cédula de ciudadanía 131697413-6, autorizo a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución de Trabajo de Integración Curricular titulado: **PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría



Mazón Mendoza Yulisa Alexandra
CC: 131697413-6

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Nelson García Reinoso, certifica haber tutelado al Trabajo de Integración Curricular titulado: **PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES**, que ha sido desarrollado por Mazón Mendoza Yulisa Alexandra, previo a la obtención del título de licenciado en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

NELSON GARCIA REINOSO, MSc.

CC: 1756366611

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del Tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: **PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES**, que ha sido desarrollado por Mazón Mendoza Yulisa Alexandra, previo a la obtención del título de licenciado en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

ING. JOSÉ R. VERA VERA, MG.

CC:1313176131

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

ING. YADIRA B. PARRAGA, MG.

CC:1312437393

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING. BLANCA E. MENDOZA MG.

CC:1104440167

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos para ser aplicados en mi ámbito profesional.

A Dios por tenerme con vida y salud, a mi madre, a mis abuelos por su apoyo brindado todo este tiempo y a todas las personas que de una u otra manera fueron parte de este proceso.

A mi esposo Jorge Luis por su apoyo moral y ser el sustento de nuestra familia junto a nuestro hijo Thiago ya que por él doy lo mejor de mí.

DEDICATORIA

A Dios por guiar mis pasos en todo momento, a mis padres, a mis abuelos y demás personas que creyeron en mí, que me motivaron a luchar y alcanzar una meta más en mi vida.

A mi hijo Thiago que me dio la fuerza e inspiración para convertirme en una profesional, a mi ángel en el cielo mi padre Wilder Humberto Mazón (+) que me cuida desde siempre.

CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO GENERAL.....	viii
CONTENIDO DE TABLAS	x
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xi
CONTENIDO DE FÓRMULAS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	5
1.2.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	5
1.2.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	6
1.3. OBJETIVOS.....	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.4. IDEA A DEFENDER.....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	8
2.1. EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN ECUADOR	8
2.2. PROYECCIÓN E INNOVACIÓN EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN MANABÍ.	14
2.3. EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES	18
2.4. LA PERCEPCIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	22
2.5. LOS EMPRENDIMIENTOS Y EL DESARROLLO LOCAL EN MANABÍ.....	24
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	29
3.1. UBICACIÓN	29
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
FASE I: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL DESTINO PEDERNALES.....	32

FASE II: ESTUDIO DE MERCADO ENFOCADO AL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES DEL CANTÓN PEDERNALES.	32
FASE III: ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN.....	33
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	35
4.1.1. CARACTERIZAR DE FORMA GENERAL EL ÁREA DE ESTUDIO.	35
4.1.2 EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EXISTENTES EN EL CANTÓN PEDERNALES.....	44
4.1.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES DEL CANTÓN PEDERNALES.....	45
4.2 ESTUDIO DE MERCADO ENFOCADO AL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS	47
4.2.1 ANALIZAR LA OFERTA TURÍSTICA.....	47
4.2.2 ANALIZAR LA DEMANDA TURÍSTICA.	49
4.2.3. EVALUAR A LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN BASE A LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA.	56
4.3. ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DEL DESTINO	58
4.3.1. ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.....	58
4.3.2. PLAN DE ACCIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DEL DESTINO.....	60
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
BIBLIOGRAFÍAS	73
.....	79
ANEXOS	79

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 3.1. Propuestas Metodológicas.....	30
Tabla 3.2. Fases metodológicas de la investigación	31
Tabla 4.1. Datos generales del cantón Pedernales.....	36
Tabla 4.2. Actividades productivas	38
Tabla 4.3. Salud	39
Tabla 4.4 Relieve.....	40
Tabla 4.5 Geología	40
Tabla 4.6. Cobertura del suelo	41
Tabla 4.7. Registro de recursos naturales y culturales	43
Tabla 4.8. Número de emprendimientos registrados.	44
Tabla 4.9. Matriz de involucrados	45
Tabla 4.10. Oferta turística del Cantón	47
Tabla 4.11. Nacionalidad.....	49
Tabla 4.12. De qué provincia visita el cantón.	50
Tabla 4.13. Procedencia de los visitantes	50
Tabla 4.14. Edad	51
Tabla 4.15. Género.....	51
Tabla 4.16. Motivo de visita.....	52
Tabla 4.17. ¿Con qué frecuencia visita usted el cantón Pedernales?	52
Tabla 4.18. Tipo de emprendimiento	53
Tabla 4.19. ¿Cómo califica los servicios brindados en los emprendimientos turísticos? ..	53
Tabla 4.20. ¿Cómo obtuvo información del emprendimiento turístico del destino Pedernales?.....	54
Tabla 4.21. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en el destino por turismo?.....	55
Tabla 4.22. ¿Le gustaría seguir consumiendo productos o servicios de los emprendimientos turísticos del destino Pedernales?	55
Tabla 4.23. Perfil del turista.....	55
Tabla 4.24. Determinación de FODA.....	56
Tabla 4.25. FODA estratégico cruzado.....	57
Tabla 4.26. Áreas estratégicas a intervenir	59
Tabla 4.27. Matriz de estrategias de competitividad	59
Tabla 4.28. Estrategias sector público	62
Tabla 4.29. Estrategias sector privado	66

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 2.1. Hilo conductor	8
Figura 2.2. Elementos del ambiente en el emprendimiento sostenible.....	20
Figura 2.3. Factores que propician el desarrollo local.....	26
Figura 3.1. Ubicación geográfica del cantón Pedernales.....	29
Figura 4.1. Cantón Pedernales.	36
Figura 4.2. Estructura organizacional del cantón Pedernales.....	37

CONTENIDO DE FÓRMULAS

Fórmula 3.1. Población desconocida	32
--	----

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue evaluar la percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles y su incidencia en la imagen del destino Pedernales. Se utilizó una metodología de tres fases: (1) un diagnóstico turístico situacional basado en búsquedas bibliográficas, donde destaca la práctica del turismo de sol y playa e infraestructura localizada mayormente en zonas urbanas, así como la informalidad de emprendimientos y deficiencia en servicios básicos, información turística y cooperación. (2) La elaboración de un estudio de mercado mediante encuestas, determinó el perfil del visitante, el cual es un segmento interno, proveniente de varios cantones manabitas, son jóvenes que deciden en base a redes sociales y consumen principalmente servicios de alojamiento y restauración, además tienen una imagen tradicional de Pedernales, seleccionando actividades de turismo convencional, por ende, las prácticas sostenibles son poco reconocidas. (3) Finalmente, se diseñó un plan de acción para el posicionamiento de la imagen, el cual contiene estrategias para el sector público y privado en las áreas político/legal, cooperación, capital humano, sostenibilidad, servicios públicos/infraestructura privada, recursos turísticos, innovación, imagen, promoción, comunicación/distribución y comercialización. En conclusión, a pesar de las limitantes internas y externas, el territorio es resiliente y requiere de apoyo para lograr un óptimo desarrollo turístico, porque cuenta con recursos potenciales y emprendimientos dispuestos a innovar y actualizarse, por lo que la ejecución de los lineamientos estratégicos propuestos favorece el manejo sostenible de los establecimientos e influye en la imagen del destino, motivando el desplazamiento de la demanda.

PALABRAS CLAVE

Emprendimientos sostenibles, imagen turística, desarrollo turístico, percepción turística.

ABSTRACT

The objective of this research was to evaluate the perception of the development of sustainable entrepreneurs and their impact on the image of the Pedernales destination. A three-phase methodology was used: (1) a situational tourism diagnosis based on bibliographic searches, which highlights the practice of sun and beach tourism and infrastructure located mostly in urban areas, as well as the informality of enterprises and deficiency in basic services, tourist information and cooperation. (2) The elaboration of a market study through surveys, determined the profile of the visitor, which is an internal segment, coming from several Manabi cantons, they are young people who decide based on social networks and mainly consume lodging and restaurant services, they also have a traditional image of Pedernales, selecting conventional tourism activities, therefore, sustainable practices are little recognized. (3) Finally, an action plan was designed for the positioning of the image, which contains strategies for the public and private sector in areas like political/legal, cooperation, human capital, sustainability, public services/private infrastructure, tourism resources, innovation, image, promotion, communication/distribution and commercialization. In conclusion, despite the internal and external limitations, the territory is resilient and requires support to achieve optimal tourism development, because it has potential resources and enterprises willing to innovate and update, so the execution of the proposed strategic guidelines favors the sustainable management of establishments and influences the image of the destination, motivating the displacement of demand.

KEY WORDS

Sustainable entrepreneurship, tourist image, tourist development, tourist perception.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El turismo es una actividad que a través de los años ha traído consigo importantes cambios para la sociedad, de hecho, lugares que antes no tenían un sustento económico estable, actualmente pueden cubrir sus necesidades en base al aprovechamiento adecuado de los recursos existentes en un determinado destino. La percepción que se tiene en torno al turismo es uno de los elementos fundamentales para el logro del desarrollo de los destinos turísticos o potencialmente turísticos, por tanto, esta debe ser considerada en la realización de proyectos de turismo enfocados en la participación de la población, para que de este modo se logre encontrar una la solución a una determinada problemática, y así poder adquirir beneficios para todos los involucrados (García, et al., 2016).

Teniendo en cuenta los desafíos que se presentan al inicio de un negocio, muchos de estos fracasan en los primeros meses, por tanto, no todos los emprendedores avanzan a la siguiente etapa, esto se debe al bajo nivel de formación empresarial del que carecen algunos emprendedores; además se debe tener claro el mercado al que se desea apuntar, puesto que a nivel mundial el turismo se ha convertido en una industria muy competitiva, como consecuencia, la reducida innovación en las nuevas empresas podría afectar el desarrollo del destino, lo que repercute en la percepción sobre la propuesta de nuevos emprendimientos turísticos vinculados con la sostenibilidad (Oyarvide, et al., 2016).

En otro aspecto relevante, los estándares de calidad y buen uso de los recursos están apostando por el desarrollo del turismo sostenible, respetando los espacios donde se puede interactuar de manera más consciente para proteger al medio ambiente en general; por tanto, Monge y Yagüe, (2016) mencionan que para la Organización Mundial del Turismo (OMT) “el turismo sostenible pretende satisfacer las necesidades de los turistas, así como de los destinos turísticos protegiendo e incrementando las oportunidades a futuro” (p 59). Por lo tanto, el desarrollo de emprendimientos turísticos sostenibles debe consolidarse bajo precedentes de calidad y buen trato hacia el cliente, sin dejar de lado que, además de satisfacer las

necesidades del visitante, estos, a su vez también contribuyen con el desarrollo local de las comunidades o sectores donde el turismo está empezando a verse como una fuente de ingreso estable para la población.

Por otra parte; asumir la percepción que vincula al desarrollo de los emprendimientos de manera sostenible podría direccionar al funcionamiento de un nuevo estándar de calidad que mejore la imagen del país, así no solo se brindaría un producto convencional, se podría apostar por la adaptación de emprendimientos turísticos donde prevalezca la conciencia ambiental, haciendo que el visitante pueda explorar nuevas experiencias al visitar Ecuador. En consecuencia, Chirinos, et al., (2018) expresan que “el emprendimiento sostenible se caracteriza por ser una forma de integración social, humana y económica, con la finalidad de realizar iniciativas de negocios que permitan el aprovechamiento de las oportunidades que se presentan en el entorno” (p 49).

Asimismo Rodríguez (2016) manifiesta que en el Ecuador el emprendimiento sostenible es un tema que no ha sido suficientemente explorado, de hecho, existe un limitado desarrollo de turismo sostenible debido a la falta de apoyo de entidades públicas, esto en consecuencia al poco interés de incursionar en propuestas para la mejora de calidad ambiental en el área turística; todo lo explorado, sin duda alguna afecta la imagen del destino, pues al no tener conocimiento sobre el mercado en el que se está trabajando, se incrementa la disminución de oportunidades frente a la competencia.

Desde otra perspectiva hay que tener en cuenta que, la importancia de la imagen del destino constituye un aspecto dinámico en la atracción del visitante; con el pasar del tiempo la industria turística se ha edificado sobre imágenes, por tanto, no se puede olvidar que los destinos turísticos compiten de manera continua sobre la base de su imagen percibida en relación a la imagen de los destinos competidores; de manera que, sin una imagen interesante, diferenciada, con el enfoque preciso, lo más probable es que el destino turístico pase desapercibido entre la vasta competencia del mercado actual. El Ecuador, ha pasado por variadas imágenes en los últimos diez años, sin embargo, es difícil cambiar una imagen en la mente del consumidor debido al proceso largo en el cual se forma e implanta, es vital

comprender si los cambios realizados han sido asimilados de manera positiva o han afectado la imagen del destino (Cervantes, 2017).

Según Salas y Villacis (2018) existe una mala imagen de Ecuador ante el exterior, pues no se trasmite confianza y seguridad; dejando claro la importancia de impulsar las fortalezas que posee el país, para así obtener inicialmente un compromiso de la nación y demostrar todos los potenciales turísticos del territorio ecuatoriano al mundo entero. Por tanto, las falencias expuestas permiten considerar que la proyección que se le da a la imagen país influye mucho en la decisión del público extranjero, trayendo consigo la pérdida de clientes potenciales, quienes deciden visitar países vecinos al no concebir un destino atractivo, que llame su atención.

No obstante, el criterio de Chávez (2017) contrarresta lo antes expuesto, indicando que “la imagen de la marca país Ecuador no responde completamente a una lógica de generación de identidad endógena, sino a los requerimientos unificados estratégicamente para atraer al público extranjero y generar divisas” (p 208). Como consecuencia, no se establece un consenso claro sobre lo que el país desea proyectar ante el mundo, además se trata de llamar la atención de la demanda bajo estándares estratégicos poco funcionales para un público en general, lo que conlleva a exhibir una marca que no resulta útil para la promoción del destino.

En Manabí, existe una escasa formación en cuanto al entendimiento de la actividad turística por parte de los actores clave y posibles emprendedores; esto afecta de forma directa el desarrollo sostenible de la actividad, sin dejar de lado que, en los últimos años se evidencian carencias en cuanto al desconocimiento de la imagen transmitida por la provincia como destino turístico, la captación de clientes potenciales a través de la imagen que proyecta la marca no está dando sus frutos, existe un desconcierto con la representación que se está mostrando al visitante, dando imposibilidad de consecución del efecto diferenciador de la oferta y captación que se espera ante el público receptor. Esto hace que los esfuerzos relacionados con la planificación y gestión de la actividad por posicionar el destino costero dentro del mapa vaya en descenso (Romero, 2016).

Los cantones Pedernales, Jama, San Vicente y Sucre, pertenecientes a la costa norte de Manabí, son destinos turísticos que se encuentra en desarrollo, las

actividades turísticas realizadas por los diferentes actores de turismo de dichos cantones se dan de manera espontánea; no obstante, a nivel local no se ha evidenciado ningún resultado óptimo en cuando la planificación para el desarrollo turístico sostenible en el área, la comunicación entre gestores turísticos de la costa norte es nula, no existe un compendio entre los actores involucrados para trabajar de manera sostenible (Nevárez, 2018). Además, los emprendimientos turísticos en Manabí tienen un déficit con respecto a la innovación y tecnología, existen falencias en la movilidad, con las TICs, la gestión energética, los eco-servicios, producción científica, plataformas de comercialización, promoción digital, entre otros (Loor, 2020); todo esto, afecta el desarrollo de emprendimientos sostenibles y la imagen del destino turístico antes mencionado.

Alcívar et al., (2018) sustentan que dentro del cantón Pedernales es complicado en desarrollo de los emprendimientos de turismo sostenible que garanticen el adecuado uso de los recursos naturales y culturales, además, la escasa innovación de emprendimientos turísticos y de oferta por parte de las comunidades y sus juntas comunales o parroquiales es evidente; existen falencias como la falta de publicidad sobre los destinos costeros, por tanto, disminuyen las oportunidades frente a la competencia del mercado turístico; sumándole a esto el déficit en el manejo de procesos ambientales, lo que repercute en la poca operatividad de emprendimientos sostenibles.

Con respecto a la imagen del destino, no cuenta con una marca que represente y dé a conocer dicha zona, de hecho, no tienen un plan ni programa de promoción efectivo y constantemente se reduce meramente las herramientas promocionales, no existe una planificación de la promoción, ni un documento que direcciona el tema de imagen en el destino ya mencionado. La realidad es que el limitado presupuesto en turismo y la falta de talento humano capacitados en tema de promoción, sostenibilidad e innovación es otra problemática para abordar, puesto que se ve afectada la imagen de los negocios y por consecuencia del destino en general. En vista que el cantón Pedernales no cuenta con suficientes bases para el desarrollo emprendimientos de turismo sostenible y la imagen del destino no se proyecta de manera adecuada, surge la siguiente interrogante: ¿De qué manera la evaluación

de la percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles permite la valoración de la imagen del destino Pedernales?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La presente investigación aborda los estudios relacionados a los emprendimientos sostenibles y la imagen del destino; por tanto, según las variables definidas, Polanco, *et al...* (2020) indica que “los emprendimientos sostenibles se caracterizan por tener una base socioeconómica y de organización más horizontal, donde su punto clave radica entre la relación amistosa de las pequeñas empresas y su objetivo primordial que es la conservación del medio ambiente” (p 12). Por esta razón, el presente fundamento teórico orienta el desarrollo de la investigación que permitirá evaluar la percepción en cuanto al desarrollo de los emprendimientos turísticos y la imagen del destino que se proyecta al cantón Pedernales, de manera que, junto a otras conceptualizaciones referenciadas en artículos y revistas científicas contribuyen con el aporte bibliográfico documental del actual proyecto; por lo tanto, a largo plazo la investigación desarrollada también servirá de guía para futuras generaciones que requieran investigar sobre la temática ya expuesta en el área antes mencionada.

1.2.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

La investigación se sustenta de manera metodológica mediante los estudios de Nevárez (2018), Loor (2020) y Ureta (2021), quienes con investigaciones desarrolladas en base a las variables de estudio logran establecer un compendio que permiten dar paso a la elaboración de una metodología propia a fin evaluar la percepción de los emprendimientos turísticos sostenibles y la imagen del destino antes mencionado; es así cómo se desarrolla una metodología basada en tres fases, incorporando métodos, técnicas y herramientas, instaurando actividades que dan secuencia al proceso de la investigación; es así como el presente proyecto contribuye con el conocimiento de metodologías que permitan a futuro sintetizar de manera más precisa la percepción que se da a partir del desarrollo de

emprendimientos turísticos sostenibles en el cantón Pedernales, sin dejar de lado la imagen que estos están proyectando ante los visitantes.

1.2.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La presente investigación referente al desarrollo de emprendimientos turísticos sostenibles en el cantón Pedernales, busca contribuir con la mejora continua y la imagen turística de la zona de estudio, para esto es importante que las empresas y el destino en general puedan mejorar los procesos, productos y servicios turísticos al tomar en cuenta la opinión tanto de los visitantes, como de los moradores, este hecho, beneficiará a los todos los emprendedores que han apostado por el desarrollo turístico sostenible del cantón y además mostrará el posicionamiento de la imagen del destino en el mercado; es así como este tipo de documentos e investigaciones desarrolladas en el área optimizan significativamente la productividad turística del lugar y captan la atención de posibles inversionistas que desean trabajar de manera sostenible.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles y su incidencia en la imagen del destino Pedernales.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un diagnóstico situacional del estado actual y tendencias del emprendimiento en el sector del turismo en Pedernales
- Realizar un estudio de mercado que analice la oferta y demanda enfocado al desarrollo de los emprendimientos del cantón Pedernales.
- Determinar estrategias para el desarrollo de emprendimientos sostenibles que mejoren el posicionamiento de la imagen del destino Pedernales.

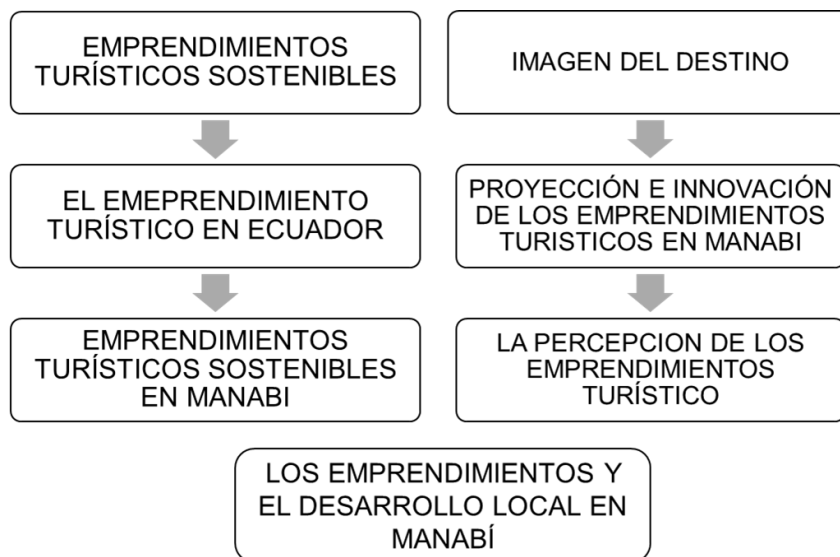
1.4. IDEA A DEFENDER

Si se evalúa la percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles, entonces es posible, una valoración de su incidencia en la imagen del destino Pedernales.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se desarrolla el marco teórico que sustenta la investigación denominada “Percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles y la imagen del destino Pedernales” integrando como punto de partida las dos variables generales establecidas en el proyecto, de esta manera se aborda y analiza cada una de las definiciones para entender la secuencia de las temáticas vertidas en función de un hilo conductor presentado en la figura 2.1.

Figura 2.1. Hilo conductor



Fuente: Elaboración propia

2.1. EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN ECUADOR

El desarrollo de la actividad turística en un determinado destino ha traído consigo beneficios socioeconómicos para la población en general, no obstante, estos grandes negocios que mueven la industria turística han iniciado desde abajo, sobresaliendo con sus pequeñas empresas que poco a poco han ido acaparando un lugar en el mercado, de hecho, es importante resaltar que los emprendimientos turísticos han ido impulsando en su gran mayoría el desarrollo de los pueblos, comunidades y regiones del Ecuador (Polanco, *et al*, 2020).

El emprendimiento es la acción que toma una determinada persona ante la creación de un negocio o empresa, este es un campo que ha ido evolucionando

constantemente por la manera en la que se involucra su definición, además es importante estudiarlo desde perspectivas que intervienen en la creación de las empresas. Por tanto, se establecen cuatro dimensiones que se involucran con el término emprendimiento y que son indispensables en el ámbito empresarial, estos son: Individuos, organización, ambiente y proceso; estas cuatro dimensiones interactúan entre sí para analizar el fenómeno del emprendimiento (Alean, Del Río, Simancas, y Rodríguez, 2017).

Por otra parte, Zaldívar, et al., (2019) consideran que el ecosistema emprendedor “es el conjunto de elementos económicos, legales, institucionales, políticos, sociales, culturales y medioambientales que desde niveles macro, meso y micro impactan en el desarrollo de los emprendimientos en cualquier territorio” (p 4). Es así como, a partir de esta definición, los elementos dentro del ecosistema emprendedor pueden ser números; sin embargo, para su mejor compendio se los ha establecido de la siguiente manera:

- **Marco legal y regulatorio:** Aquí intervienen las políticas representativas de un determinado sector, es decir los reglamentos para el desarrollo de cualquier actividad económica de carácter privado.
- **Marco financiero:** Es donde se analizan las fuentes de financiamiento de los negocios y opción en cuanto a posibles créditos que brindan las instituciones bancarias.
- **Marco de formación emprendedora y alianzas potenciales:** Se exploran las potencialidades del posible profesional y las habilidades que posee también el emprendedor para el desarrollo de su negocio; también se involucran las posibilidades de asociamientos y posibles alianzas.

Los elementos del ecosistema emprendedor deben ser examinados antes de empezar a andar un negocio, ya que sin duda alguna todos estos se acoplan en función de un solo propósito, hacer que el emprendimiento pueda desarrollarse de manera efectiva en el mercado. (Zaldívar, et al., 2019).

De acuerdo con Lucas, et al., (2019) “el sector turismo es considerado en Ecuador como una actividad económica y social, generadora de oportunidades de emprendimiento que impulsan el desarrollo integral e inclusivo y mejoran la calidad de vida de la población” (p 661). Es evidente que la actividad turística representa una alternativa en la generación de ingresos económicos para varias familias del país, al ser un sector que promueve ideas emprendedoras enfocadas al fortalecimiento de la matriz productiva a través de la creación de nuevos emprendimientos turísticos que se caracterizan por la innovación de productos y servicios diferenciados.

Por otro lado, según la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2017), con el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida”, Ecuador se propone impulsar el sistema económico y el reconocimiento del país como potencia, además en dicho efecto contempla el desarrollo de emprendimientos locales; con dicho apoyo se impulsa a seguir desarrollando emprendimientos turísticos que garanticen beneficios para todos los agentes involucrados en el desarrollo del sector. Para velar por el desarrollo adecuado de los emprendimientos, en el Ecuador se estableció la Ley de Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020), misma que establece en su artículo 1. “La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora he implementado nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2020, p 49).

Además, hay que tener en cuenta que debido a la riqueza de recursos turísticos del país, sobresale como un destino de excelente potencial para realizar actividades turísticas emprendedoras; de hecho, datos obtenidos del Ministerio de Turismo (MINTUR) (2018) resaltan que “en el año 2018 llegaron 1.472.469 turistas, sin considerar el ingreso de venezolanos, lo que representó un crecimiento del 14% con respecto al 2016”; esto genera mayores oportunidades para el desarrollo turístico, ya que el ingreso de turistas internacionales trae consigo ingresos para los emprendimientos que están iniciando en el mercado turístico.

Al analizar el desarrollo de los emprendimientos en Ecuador hay que tener en cuenta puntos claves a examinar para que este pueda acaparar la atención de los consumidores; no se trata solo de crear un puesto de comida porque a la gente le gusta comer, se debe impulsar la innovación, apostar por un valor agregado, examinar la competencia, indagar sobre gustos y preferencias de la demanda, entre varios puntos importantes a tomar en cuenta cuando se empieza a emprender.

Según Vázquez, Osorio y Arellano (como se citó en Polanco, *et al.*, 2020) los emprendimientos turísticos se han considerado componentes de desarrollo por su capacidad genérica para crear riqueza y bienestar dentro del sector turístico, por tal motivo a continuación se proyectan algunos tipos de emprendimientos en el área turística.

- a) **Emprendimiento pro-sostenible:** Estos se caracterizan por tener una base socioeconómica y de organización más horizontal, donde su punto clave radica entre la relación amistosa de pequeñas empresas y su objetivo primordial que es la conservación del medio ambiente.
- b) **Emprendimiento social:** Estas empresas de orden social buscan la creación de emprendimientos innovadores que logren la satisfacción de las necesidades individuales.
- c) **Emprendimiento ecológico:** Se tratan de emprendimientos con objetivos exclusivos del cuidado de ecosistemas y biodiversidad, están vinculados al desarrollo sostenible y sustentable.

Es importante mencionar que la estructura de estos emprendimientos se basa en un eje común, puesto que, estos no solamente buscan la generación de ingresos sino también un desarrollo social y cuidado ambiental del destino en general. Normalmente el tipo de emprendimiento también tiene que ver con la idea de negocio que se desea plantear y el lugar donde se pretende ubicar, existen tipos de emprendimiento según las necesidades de la región y el destino.

Otro aporte interesante que se debe tener en cuenta son las características que hacen que los emprendimientos funcionen, por tanto, Arellano (2017) indica que sostener un negocio en el mercado turístico, está conectado con la capacidad para

captar y fidelizar a los clientes; haciendo énfasis en que, el emprendimiento turístico adquiere ventajas competitivas cuando este se encuentra mejor posicionada que los demás negocios, ya sea por la cualidad específica del producto o el servicio que se esté brindando, estos aspectos, sin duda alguna, permitirán asegurar el estándar de calidad que atraerá a los consumidores potenciales.

Es así como todas estas particularidades se encuentran conectados para hacer que el emprendimiento turístico logre salir al mercado esperando captar la atención de la demanda, brindando un valor agregado al producto, ofreciendo un servicio de calidad, y sobre todo promocionando de manera llamativa a los negocios, sumándole a ello la implementación de estrategias que le permitan proyectarse con estabilidad dentro del mercado nacional e internacional.

Un aspecto interesante que vale puntualizar es que “Ecuador es catalogado por la organización *Global Entrepreneurship Monitor* como el segundo país que más emprende en el mundo, pese a esto existen problemáticas en cuanto, a la innovación, el país se encuentra en la posición 97” (Ekos, como se citó en García, 2019, p 30). Bajo el criterio de Polanco *et al.* (2020) también existen debilidades que afectan a los emprendimientos turísticos del país, ya que no existe organización por parte de los gestores turísticos, lo que genera poco apoyo para los emprendimientos, sobre todo en las áreas rurales donde el difícil acceso no permite mayor aporte o incentivos para los emprendedores que se encuentran en estas zonas. Sumando el argumento de Lazo, et al., (2017) estos indican que la mayoría de los emprendimientos turísticos que tienden al fracaso guardan relación con la falta de apoyo gubernamental, la carencia de recursos financieros, la poca experiencia en la creación de negocios, y la consecuente falta de visión empresarial de los emprendedores.

Generalmente cuando se inicia un emprendimiento, se indagan acciones factibles para poner en marcha el negocio, de modo que esto no afecte la estabilidad financiera del mismo, sin embargo, existen casos de emprendimientos que han entrado en declive por la falta de apoyo financiero en tiempos de crisis, el poco de conocimiento en el área turística y contable, sumándole a esto un mala elección en

cuanto a la ubicación geográfica y desastres naturales impredecibles que podrían afectar el acceso a los lugares turísticos, sobre todo a las áreas rurales.

De acuerdo con el estudio realizado por *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* (2018), el índice de la actividad emprendedora temprana conocida como TEA, fue del 29,62% en Ecuador. Esto establece que “los emprendimientos surgen en su mayoría por necesidad o por oportunidades temporales, sin embargo, no están catalogados como verdaderos negocios que puedan tener éxito y que sean sostenibles en el tiempo” (Polanco *et al.*...,2020, p 61).

Según Mendoza y Loja (2018) los emprendimientos turísticos en el Ecuador se encuentran registrados en el catastro del sector turístico a nivel país, estos están definidos por actividades de alimentos y bebidas, en referencia a alojamientos, agencias de viajes, centros de recreación y áreas de esparcimiento; por otro lado, en cuanto al empleo, los emprendimientos de servicio turístico generan empleo e inclusión para las diferentes familias, ya sea de la zona urbana o rural. En un estudio desarrollado en una de las ciudades costeras del país se evidenció que el promedio de empleados en los comedores de las playas es en promedio de cuatro personas, estos normalmente son familiares o socios.

Ante todo lo expresado con anterioridad con respecto a los emprendimientos turísticos del Ecuador se establece que, la manera actual en la que se encuentran los pequeños y medianos negocios turísticos desarrollados dentro del país ha dependido de las ganas de salir adelante de la población y la necesidad de buscar una fuente de ingreso para sus hogares, sin embargo, es importante resaltar que, al ser Ecuador una nación muy diversa en cuanto a la gastronomía, atractivos y recursos en general, ha generado oportunidades para el desarrollo de estos establecimientos turísticos que empiezan desde abajo, esto sumado a la valentía de la gente que han logrado salir adelante a pesar de lo sucedido con la pandemia, además, considerando que el área turística contempla un extenso abanico de oportunidades con respecto a la forma de emprender, las personas que deciden hacerlo están estableciendo nuevas alternativas de turismo que hacen que estos negocios resalten ante los ojos del visitante, y aunque siempre se van a encontrar

con desafíos en el camino, los emprendedores salen adelante día a día para brindar un producto y servicio que cubra las necesidades y requerimiento del cliente.

2.2. PROYECCIÓN E INNOVACIÓN EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN MANABÍ.

De acuerdo con Dieckow (2017) los emprendedores que desean incursionar en el área turística deben aprovechar al máximo todas las oportunidades del mundo globalizado y a la vez equilibrar los desafíos económicos para la implementación de los emprendimientos turísticos. Además, según Andy y Jumbo, (2019) “con la innovación en el emprendimiento turístico, existen variables que incrementan el desarrollo de la actividad económica, gracias a la creación de nuevos productos que son aprovechadas por la demanda turística” (P 14). Por tal razón, es necesario producir ideas innovadoras que den proyección y equilibrio a los nuevos productos y servicios que se oferten en el mercado turístico, de manera que, los nuevos emprendimientos que se desarrollen en la zona cumplan con las necesidades de los clientes potenciales.

La innovación es un proceso donde una persona nutre una idea para de esta manera crear o transformar un producto, este se da a partir de las interacciones entre diversos actores públicos y privados, dependiendo la empresa y el contexto en el que se desarrollen los procesos, facilitando el contexto regulatorio entre los involucrados. Por tanto, los procesos innovadores pueden nacer de una pequeña imagen que busque el mejoramiento de una empresa o negocio, además dentro de esta dinámica de cambio puedan involucrarse un grupo de agentes o personas que buscan el bien común para la empresa. (Núñez y Fernández, 2016).

Díaz y Fernández (2020) sostienen que es importante de la innovación en los emprendimientos turísticos ya que esta integra varios ámbitos del desarrollo sostenible, como lo son los ejes económicos, social y ambiental; además dicha innovación se logra poniendo en prácticas técnicas actuales de comercialización y distribución de productos, dando un valor agregado al servicio que se ofrece ante el cliente. Por tanto, la idea innovadora comprende algunos escenarios del contexto empresarial, tratando de encontrar un balance a través de pautas a nivel social que

involucran el accionar de instituciones públicas y privadas con la finalidad de obtener beneficios para el bien común.

Según Efiempresa (2019), existen elementos que permiten crear estrategias de emprendimiento e innovación:

- **Conocimiento del sector:** Como primer punto es importante conocer en qué área se desenvolverá la empresa, midiendo luego el nivel de innovación tecnológica de la industria, este se da con el propósito de orientar de manera correcta los esfuerzos y demás acciones que se quieren implementar.
- **Valorar el costo del plan de innovación:** se deben tomar en cuenta el tamaño de la empresa y los inconvenientes que enfrenta o pudiera enfrentar el negocio, para esto es necesario el diseño de un plan que considere estrategias que faciliten la gestión en la empresa.
- **Considerar el entorno externo de la empresa:** La empresa debe tener un área con la experticia para interactuar con las personas por fuera de ella. Por tanto, esta acción busca tener conocimiento sobre lo que esté sucediendo en el ambiente externo de la organización, así como de las nuevas tecnologías que se estén desarrollando y presentando dentro del mercado, de esta forma, la empresa estaría en mejor enfoque para ofrecer ideas creativas que aporten con algunas soluciones ante las necesidades de los consumidores.
- **Estructurar y disponer de un equipo con buenos creativos.** Esto es importante sobre todo para crear e implementar estrategias de innovación en la empresa, sin duda, de ellos dependerá su éxito. Los integrantes de dicho equipo creativo deben tener la capacidad para establecer esas estrategias, lo que les permitirá conseguir de manera eficaz las metas planteadas.
- **Las nuevas tecnologías:** Estas son muy importantes en la actualidad, sobre todo si se trata del tratamiento y manejo de datos, estas deben ser tomadas en cuenta siempre para lograr el éxito deseado.

- **El entorno inmediato:** Esto es indispensable porque no se puede olvidar el contacto armónico con proveedores y clientes, sin dejar de lado que, se debe orientar las estrategias al desarrollo de productos o servicios que añadan valor, tanto a la empresa como a sus clientes.

Además, el autor comenta que “al plantear emprendimiento e innovación de manera conjunta y como estrategia empresarial, es necesario identificar lo que debe hacer un emprendedor para ser considerado”. Efiempesa, (2019, p 1) sugiere los siguientes pasos:

- a) Identificar una idea por cada oportunidad que visualice.
- b) Se debe procurar la creación de un nuevo producto o servicio que no exista en el mercado.
- c) Hay que capturar valor social o económico, mediante el modelo de negocio a implementar o que haya implementado.
- d) El valor capturado debe ser en grandes cantidades, que tenga una visión tangible, global y novedosa.

Estos elementos de una u otra manera permitirán valorar adecuadamente la realidad de un emprendimiento, y ayudarán a conocer si la persona es o no un verdadero emprendedor. También, manifiesta dentro de las personas con valores que desean emprender tomando en cuenta la innovación tres existen escalas a tomarse en cuenta:

- a) **Innovación radical:** Orientada a la creación de nuevos mercados.
- b) **Innovación incremental:** Refiere a la creación de nuevos productos y/o servicios.
- c) **Innovación transformacional:** Cuyo esfuerzo se dirige a crear nuevas industrias promoviendo cambios hasta en la forma de vida del día a día.

El emprendimiento y la innovación tienen mención especial para aquellos emprendedores que hoy en día desempeñan un rol fundamental en la innovación.

Con esto se recalca que muchas de las innovaciones más relevantes no surgen en un departamento técnico, sino que nacen del resultado de las ideas que algunas personas presentan al visualizar el mercado, identificando nuevas oportunidades para formar negocios innovadores.

En referencia a la provincia de Manabí el fomento del emprendimiento en el área turística podría darse de manera proactiva porque Ecuador cuenta con la normativas legales necesarias que garantizan el estado de derecho generador de confianza en la población empresarial, destacando organismos como: la Asamblea Nacional Constituyente, el Ministerio de Turismo, la Planificación Nacional para el Desarrollo, los Reglamentos de las Instituciones locales, entre otros; además es un provincia privilegiada porque cuenta con los recursos naturales, culturales y humanos fundamentales para dar origen a emprendimientos turísticos donde se complementen todos los recursos, fomentando la generación de riqueza a través del empleo a la población manabita (Lucas, et al., 2019).

Es importante conocer que dentro de los emprendimientos turísticos existentes en Manabí, el 38,5% pertenecen al servicio de alojamiento, seguido por el servicio de restauración en un 37,5%, dichos porcentajes mantienen una relación muy cercana en la costa manabita, ya que existe una oferta basada en hoteles y restaurantes, mientras que otras actividades turísticas como la recreación y esparcimiento ocupan entre ellas el 24%, esto se debe al desconocimiento sobre otras áreas en las que se puede emprender (García, 2019, p.69 -70).

Los recursos con el que cuenta la provincia de Manabí son valiosos porque permiten a las organizaciones desarrollar actividades productivas que contribuyan con el desarrollo de emprendimientos turísticos en la región, por consiguiente, es necesario aprovechar las oportunidades para dar una nueva proyección al destino mediante la innovación de productos y servicios de captar de manera completa la atención del cliente; es de vital importancia coordinar y combinar los esfuerzos de todos los agentes turísticos para así implementar ideas productivas que generen cambios en la zona.

Por efecto, existen varias alternativas para la creación de emprendimientos turísticos en la zona, puesto que gracias a la excelente ubicación geográfica y a la

cantidad de recursos tanto naturales como culturales con los que cuenta podrían desarrollar estrategias vinculadas a la innovación; de hecho, según Méndez (como se citó en Astudillo y Prada, 2017) “la innovación permite acelerar la producción, abaratar los costes, aumentar los rangos de actuación, ampliar el mercado a nuevos segmentos o áreas o mejorar el funcionamiento de las empresas” (p 7). Así, en referencia a los emprendimientos turísticos en Manabí, se necesita crear innovación mediante nuevos productos, actividades o procesos que se puedan desarrollar en los emprendimientos, dándoles nuevas motivaciones al turista para así poder dinamizar la economía de la provincia.

2.3. EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

De acuerdo con el criterio de Pereira (como se citó en Toselli, et al., 2020) la sostenibilidad desarrollada en el área turística debe establecer una relación equilibrada entre la gestión eficaz de los recursos, integrando el desarrollo económico y los principios ambientales, culturales y sociales característicos del destino involucrado. Es por ello que, al desarrollar un emprendimiento turístico sostenible se debe tener en cuenta aspectos importantes como: la adecuada gestión y el cuidado de los recursos, el aporte económico que estos podrían generar, el impacto social que lograría causar, pero sobre todo la huella ambiental que se pretende forjar.

Según Riverós (2018) la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha establecido un nuevo norte en la industria turística hacia el 2030, al aumento económico le exige un desarrollo y sostenibilidad ambiental. Esta atmósfera abre una gran oportunidad para nuevos emprendimientos en una de las industrias más fortuitas del mundo, por esta razón, lo más importante a tener en cuenta, es que, se debe generar un trabajo en toda la cadena de valor e incluir a nivel estratégico a todos los agentes de interés, por tanto, hay que considerar el impacto social y ambiental a través de la creación de un emprendimiento, obteniendo mayor grado de sostenibilidad para derivar mejores resultados en el negocio.

Si bien es cierto, el emprendimiento sostenible dentro de la economía turística es visto como un conjunto de acciones creativas que buscan la mejora continua de los procesos, recursos y métodos, pero, las acciones creativas que conducen a

emprender de manera responsable dependen también del capital humano, el cual es el encargado de proyectar ideas estratégicas capaces de transformar situaciones que alteran el buen funcionamiento de empresas (Pitre, et al., 2017).

El emprendimiento sostenible influye directamente sobre el ambiente y las transformaciones que se generen en el mismo por tal motivo es importante considerar los siguientes elementos: la innovación constante, las condiciones tecnológicas, político - legal, económicas y social, de cada uno de los destinos donde se desarrolla; además representan ventajas efectivas como: la generación de empleos y fuentes de ingreso económicos para las familias; esto de una u otra manera contribuye al incremento del nivel de vida de la población (Chirinos, et al., 2017)

El emprendimiento sostenible tiene como características el mejor uso de los recursos existentes, la gestión de los actores involucrados, la innovación de procesos, productos y servicios, el dinamismo social, y demás aspectos fundamentales que conducen a generar bienes con la finalidad de crear oportunidades de desarrollo social, económico y ambiental para el destino en general.

Dentro de este marco, Johnson y Scholes (como se citó Chirinos et al., 2017), indican que las cualidades del ambiente en el emprendimiento sostenible representan una dirección y amplitud de las acciones que tome una organización a lo largo del tiempo, ya sea para cubrir las expectativas del mercado demandas del mercado o generando ventajas competitivas a partir de la distribución de los recursos; por consecuencia dentro de un entorno determinado se presentan los siguientes elementos, así se muestra en la figura 2.2.

Figura 2.2. Elementos del ambiente en el emprendimiento sostenible



Fuente: Chirinos, Meriño, Martínez y Pérez (2017), a partir de Johnson y Scholes

Todos estos elementos son fundamentales al desarrollar un emprendimiento sostenible, ya que por un lado la transformación constante obliga a las empresas a enfrentar los cambios que se efectúan a través de procesos; las condiciones tecnológicas se encuentran relacionadas con el desarrollo y la disponibilidad de las mismas en el entorno, esto incluye los avances científicos; por otra parte, las condiciones político-legales hace referencia a las exigencias legales que tiene que cumplir el emprendedor para desarrollar su negocio; además las condiciones económicas son importantes en el mundo emprendedor, estas vienen determinadas por la estructura y económica de cada país o de la región en que actúa la empresa; y finalmente, las condiciones sociales pueden provocar cambios en la demanda de los productos o los servicios, sin dejar de lado trae consigo notables consecuencias sobre los hábitos de adquisición y consumo de la sociedad (Chirinos, et al., 2017).

Según Arturo (2020) dentro de la costa norte de Manabí se encuentran siete emprendimientos turísticos sostenibles; estos desarrollan prácticas de turismo comunitario y rural; cinco de ellos tienen un alto potencial para el desarrollo de dicha actividad debido a su contraste ambiental y paisajístico, entre ellos destacan: El bosque seco Lalo Loor, Río Muchacho Organic Farm y "Jóvenes emprendedores

del manglar La Boca” , entre otros; por otra parte, dos de ellos tienen un potencial emergente puesto que carecen de ciertas características importante para el sector turístico, no cuentan con servicios básicos en óptimo estado y por tanto tienen una baja aceptación de la demanda turística.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que con lo ocurrió con la pandemia también bajó la productividad turística y el interés en viajar disminuyó notablemente, razón por la cual se vieron afectados los emprendimientos turísticos en Manabí; sin embargo , Sigala (2020) considera que con lo sucedido tras el COVID 19, se creó oportunidades de transformación para el sector turístico, todo esto, a partir de las nuevas formas de desarrollo turístico, ya que, ciertos destinos tienen un alcance que podrían traer consigo el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos.

Además, Higgins (2020) argumenta que “la pandemia del Covid-19, impulsa la reflexión entre los empresarios para pensar un turismo socialmente responsable, que considere, más allá de las ganancias propias, proteger a las comunidades” (p. 615). Entonces, se debe aprovechar todas las circunstancias de la crisis sanitaria y tratar de transformar positivamente la mentalidad emprendedora, se debe desarrollar el turismo de forma responsable con las debidas medidas de bioseguridad que permitan proteger la integridad de la población, pero, sobre todo aprovechando el potencial de zonas para crear nuevos emprendimientos que capten la atención del consumidor , tratar de innovar la oferta en Manabí y aprovechar las oportunidades que se presenten.

Manabí ofrece alternativas diversas para la creación de nuevos emprendimientos pues se caracteriza por poseer diversidad de paisajes, balnearios, cultura, sin dejar de lado, el componente gastronómico, lo que la convierte en uno de los destinos más visitados por turistas tanto nacionales, como extranjeros. (Gobierno provincial de Manabí, 2020). A esto se le suman los servicios de alojamiento, restauración, recreación, entre otros; predominando en la mayoría de los casos los hoteles y restaurantes; siendo la ciudad de Manta el puerto marítimo de la provincia, y cantones como Portoviejo, Pedernales, y Puerto López donde están ubicados la mayoría de los emprendimientos turísticos (Mendoza, 2019).

Los productos y servicios que se ofertan en Manabí son muy variados, sin embargo, los que principalmente predominan son los ofertados en el sector del alojamiento y la restauración, pues es el área donde la mayoría prefieren crear emprendimientos; un punto clave a recalcar es que los emprendimientos como tal surgen mediante una necesidad dentro de una zona turística, por tanto, es notable ver que la casi todos los emprendimientos turísticos sostenibles de la provincia de Manabí se encuentran ubicados en zonas rurales, esto debido a las facilidades que da la naturaleza para que puedan desarrollar actividades más sostenibles.

Para Mora y Martínez (2018) una de las maneras de conseguir un efecto dinamizador es a través de estrategias en cuanto a productos y servicios, es orientando a los emprendimientos a desplegar iniciativas propias a partir de las características únicas con las que cuenta el destino. Por eso, con los espacios naturales que existen en Manabí se podrían crear estrategias para el desarrollo de emprendimientos sostenibles, a fin de dinamizar el turismo en las zonas rurales, aprovechando el potencial que aún no ha sido descubiertos para crear productos y servicios innovadores que fortalezcan el área, esto a su vez generará fuentes de ingresos para las familias de la zona.

Por su parte, Agüera y Morales (como se citó en Bayas y Mendoza, 2017) indican que existen grandes oportunidades para el desarrollo de nuevos tipos de turismo, y que se debería crear un nuevo producto con las peculiaridades inherentes a su comercialización, ya que estas oportunidades están adquiriendo en los últimos tiempos un papel dinamizador en el marco social y económico, además de fortalecer el desarrollo local, a través de su aprovechamiento como una nueva forma de turismo. En este punto la comercialización vendría a ocupar un papel importante, ya que para que el emprendimiento fluya es importante analizar la manera más adecuada de llegar a captar la atención de los consumidores.

2.4. LA PERCEPCIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

En el mundo laboral “el empresario y emprendedor han sido asociados al factor trabajo, haciéndolo ver como un trabajo común y corriente. Aun así, el papel de emprendedor es un talento especial que no es tan común como el de un trabajador ordinario” (Primo y Turizo, 2017, p 2). Por tanto, es normal que existan varias teorías

en cuanto a la interpretación de estas conceptualizaciones, por lo tanto, el tema tratado entra en debate debido a que el empresario como agente dinamizador de la actividad económica ha sido gestor del crecimiento y desarrollo económico de los destinos, sin embargo, no todos miden el esfuerzo y perseverancia desde ambos roles.

Desde la óptica del empresario la educación en los emprendimientos debe ser real, no se deben tomar decisiones a la ligera, se debe trabajar el equipo para así alcanzar los beneficios tanto individuales como colectivos para un bien recomendable; por otra parte, las características que debe tener un emprendedor se relacionan mucho con la necesidad de lograr cumplir sus metas, la disciplina que tiene a lo largo del camino, el poder adquisitivo de autoestima y buen ambiente de trabajo, pero sobre todo la flexibilidad y el espíritu emprendedor (Andy y Jumbo, 2019).

El empresario turístico tiene conciencia de la dura tarea que le espera al manejar un negocio, sobre todo porque la actividad turística requiere de paciencia, atención y constancia, no es fácil salir delante de la noche a la mañana, hay que tener las metas claras y así avanzar paulatinamente; también influye mucho la oferta que presente ante al público, porque es ahí donde se va a conocer si el producto tiene aceptación o no ante el criterio de la demanda.

Por otro lado, desde la óptica del sector público, Zamora (2017) manifiesta que se refleja poder de apoyo a la creación de los emprendimientos, de hecho, en los últimos 10 años la política pública da soporte al emprendimiento por parte del gobierno ecuatoriano, pues este se ha enfocado en la creación de normativa, instituciones y programas para facilitar la inclusión económica y el desarrollo de actividades productivas en el sector de la economía popular y solidaria, de modo que, han incentivado la creación de emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y hasta talleres artesanales, asociaciones productivas, cooperativas financieras y no financieras, y así han fortalecido los sectores estratégicos de las regiones.

En cuanto a la población, la recepción de los emprendimientos turísticos ha mantenido una respuesta positiva; pues tienen claro que para emprender hay que

tener claras las metas propuestas, recalcando que para emprender no basta con querer, no basta confiar en las potencialidades naturales y culturales de un destino; hace falta el saber hacerlo, saber desarrollar las potencialidades y hacer frente a las adversidades que se presenten a lo largo del camino (Morillo, 2018).

La respuesta de la población es positiva ya que al crear más emprendimientos turísticos se dinamiza la actividad económica en el destino, además esto trae consigo compromiso con los turistas, ya que se debe ofrecer un producto o servicio de calidad para así brindar un imagen adecuado ante el mercado receptor, de manera que, esto crea experiencias, dando así un valor agregado en el negocio, haciendo que sea reconocido ante la competencia y porque no ante otros destinos de carácter mundial.

La percepción de los turistas en cuanto a los emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabí se relaciona un poco con el factor precio y la valoración de la oferta; estos indican que los precios de alojamiento y alimentación le parecen normales, mientras que los precios de otros servicios como el transporte y la recreación consideran son más elevados; no obstante, en cuanto a la valoración de la oferta estos indicaron que la atención y el servicio es excelente, y en la mayoría de emprendimientos que han visitado se les ha ofrecido productos variados y muy buenos (García, 2019).

Dentro de todo el tema tratado, la percepción ante el desarrollo de los emprendimientos turísticos ha sido favorable, todos los agentes involucrados en sector turístico han indicado su punto de vista ante el tema tratado, de tal manera se puede comprender que el desarrollo de este tipo de emprendimientos contribuye con el fomento de económica de los destino; haciendo énfasis en que no es tarea fácil, ya que la creación de un emprendimiento involucra esfuerzo, optimismo, dedicación y paciencia para alcanzar las metas establecidas.

2.5. LOS EMPRENDIMIENTOS Y EL DESARROLLO LOCAL EN MANABÍ.

Según Albuquerque (como se citó en Barragán y Ayaviri, 2017) “el desarrollo local hace referencia a la capacidad que tiene una sociedad para formular objetivos de

interés colectivo y movilizar los recursos necesarios para alcanzarlos y transformar su territorio” (p 74). Lo que involucra a la creación de ideas para impulsar el desarrollo socio económico de un determinado sitio; de dichas ideas nacen los emprendiendo, estableciendo el dinamismo dentro de la actividad turística de un territorio.

El desarrollo local es un producto derivado de la construcción colectiva que se da en un determinado sitio, impulsando el desarrollo de los recursos para lograr establecer proyectos que involucren a todos los agentes del cambio, normalmente en el ámbito turístico se trabaja transformando los recursos en productos que a la vez puedan brindar servicio a los visitantes; por tanto se crean emprendimientos que tengan este tipo de características con fin de generar fuentes de ingreso para la población y un mejor calidad de vida de los habitantes.

Frente a la realidad manabita Morales, et al., (2017), destaca que tomando como referencia el enfoque y la dirección en la que se basa el desarrollo de un emprendimiento local, el turismo constituye uno de los sectores con gran potencial para el desarrollo de este tipo de emprendimientos, puesto que las diversas tipologías de turismo tienen la capacidad de influir sobre el impacto social que se crea en un territorio.

En la mayoría de los pueblos y localidades que se encuentran dentro de la provincia manabita existen recursos con potencial turístico que aún no han sido desarrollados, no obstante, esta sería la oportunidad correcta para que mediante el aprovechamiento de esos recursos se pueda desarrollar actividades turísticas que contribuyan con el desarrollo local de comunidades; esto traería consigo la creación de nuevos emprendimientos de carácter turístico generando mayor atracción para la demanda de turistas nacionales e internacionales.

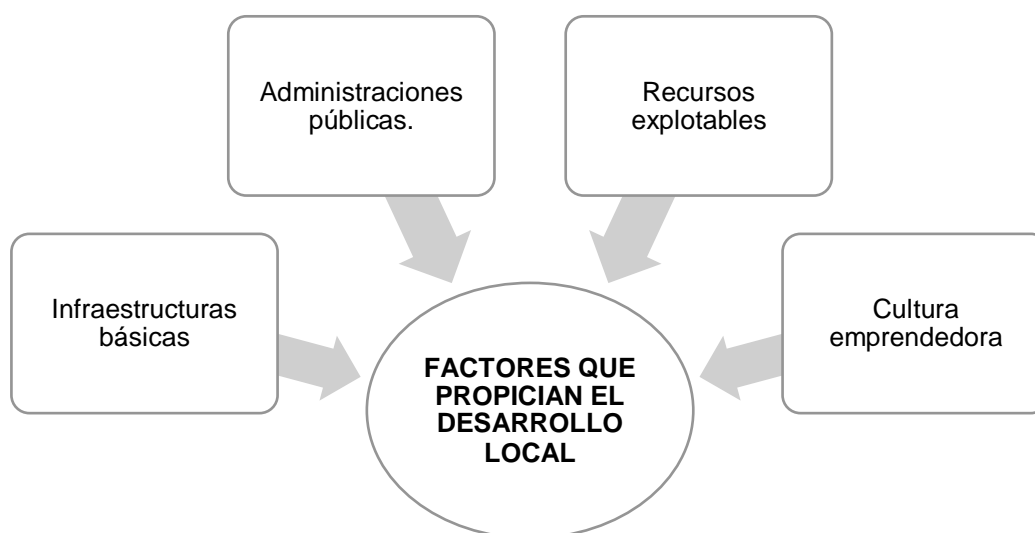
De acuerdo con Flores y Borroso (como se citó en Loo, 2018) “el hecho de analizar el impacto del emprendimiento turístico local tiene una función innovadora importante para comprender la economía, la sociedad y la política de las sociedades turísticas” (p 15). Por tanto, es importante conocer el punto de partida de los pequeños emprendimientos, porque son estos los que dan paso al desarrollo local, por esta razón, se debe tener en cuenta la proyección al ofrecer un producto

y el trato que se le da al cliente; para captar la atención es clave ofrecer un producto de innovador y de calidad, pero sobre todo hay que destacar la calidad humana al momento de brindar un servicio.

La creación de emprendimientos genera puesto de trabajos y por efecto ingresos económicos para la población; por ello, el desarrollo local genera oportunidades para los miembros de una sociedad, entonces, al crear proyectos de emprendimientos como fuente de ideas innovadores ayudará a fortalecer la actividad turística; si el emprendimiento resulta innovador atraerá a clientes potenciales y a la vez contribuirá a la expansión de nuevos de productos y servicios turísticos locales.

Según Uribe y Bonilla (como se citó en Mora y Martínez, 2018) para entender cómo se da el desarrollo local es necesario tomar en cuenta cuatro factores indispensables, que se muestran en la figura 2.3.

Figura 2.3. Factores que propician el desarrollo local.



Fuente: Mora y Martínez (2018), a partir de Uribe y Bonilla.

Como se refleja en la figura 2.3. existen factores que propician el desarrollo local, iniciando desde la infraestructura básica, esta genera el soporte necesario para poder llevar a cabo iniciativas de desarrollo local, además conecta al territorio con aquellas oportunidades que se presentan para dar apertura al ingreso de turistas hasta el sector; también se necesita el apoyo de las administración pública, puesto que, para el impulso de las medidas de dinamización se debe tener un modelo de

gobernanza capaz de asumir el compromiso de trabajar en conjunto con todos los agentes de progreso; por otro lado, están los recursos explotables, mismos que se necesitan para mantener la compatibilidad de la actividad económica y el complemento de sostenibilidad para conservar un ambiente propicio dentro del destino; por último, es clave poseer cultura emprendedora, esta es básica para introducir el emprendimiento como un valor presente en un determinado lugar, con el fomento de una cultura emprendedora se puede sensibilizar a la población (Mora y Martínez, 2018).

Por otra parte, en cuanto a los emprendimientos turísticos en Manabí, estos se encuentran integrados por un grupo pequeño de trabajadores que varían entre 2 a 4 personas por establecimiento, esto debido a que en la mayoría de los casos estos negocios están conformados por núcleos familiares, además el bajo nivel adquisitivo con el que muchas veces se emprende un negocio, impide a los propietarios sobrecargarse de personal y pagar roles muy extensos; también es indispensable mencionar que existe un déficit en el nivel académico de los propietarios y empleados de los establecimientos, por esta causa, es notable distinguir que la mayoría de los negocios turísticos son creados y ejecutados de forma empírica, sin la debida preparación en el ámbito turístico (García, 2019).

Es indiscutible que la creación de un emprendimiento contribuye directamente con el desarrollo de una localidad, sin embargo, hay puntos claves a tener en cuenta al iniciar un negocio, muchas de estas familias emprendedoras no cuentan con el apoyo económico suficiente para contratar personal que les ayude, por eso optan por ayudarse entre sí para economizar gastos, por otra parte, en alguno de los casos no cuentan con conocimientos administrativos para verificar el funcionamiento adecuado de los negocios, además, la carencia en cuanto a temas turísticos en destinos manabitas es notable.

Según Burgo (2016) en la provincia manabita la mayoría de los emprendimientos se han generado de forma empírica sin la capacitación por parte de las autoridades pertinentes en diferentes temáticas, los emprendedores no cuentan con conocimientos previos sobre planificación, comercialización y gestión; este hecho ha establecido un detonante para que en la actualidad la mayoría de estos

atravesen grandes problemas de declive. Notablemente el desarrollo local en Manabí se ha dado de una manera escasa, puesto que la creación de los emprendimientos turísticos ha sido en su mayoría de forma empírica, con carencias en cuanto a la innovación de productos-servicios, y falta de conocimiento en el mercado empresarial y turístico.

Un punto importante para tratar es la relación de la imagen con el desarrollo local, puesto que según se proyecte un destino turístico podría darse de manera más efectiva el desarrollo de una localidad. Para Alcántara y Oliveira (2017) “la percepción de la imagen y de la sustentabilidad del lugar por parte de los residentes resulta determinante para la planificación estratégica que busque el éxito del destino turístico” (p 133). Entonces, para que se dé el desarrollo local, hay que tener en cuenta la imagen que proyecta el destino y el tipo de emprendimiento que se está creando para atender a la demanda.

De acuerdo con Castro, et al., (2020) “la imagen del destino turístico influye en la calidad percibida, la satisfacción y la experiencia de las vacaciones de los visitantes” (p 1). Es así como la imagen cumple un rol importante dentro del desarrollo de un territorio; ya que además hay que tener en cuenta el tipo de producto o servicio que se ofrece dentro del emprendimiento porque esto repercute en la decisión del cliente, en tanto en la imagen del destino, y por consecuencia en el desarrollo local que se pretende alcanzar.

En referencia ante el tema expuesto se puede recalcar que la base del desarrollo local, está involucrado con el trato que se le da al cliente y el servicio que se le brinda dentro de un emprendimiento, esto a su vez genera una imagen ante la demanda, lo que da paso al desarrollo de destino en general, por estos motivos hay que tener en cuenta todo el esfuerzo que conlleva el convertirse en un emprendedor, sobre todo por la capacidad que debe de tener para salir adelante aun en tiempo de crisis ya que dentro del mundo emprendedor existen altas y bajas; además, tratándose del sector turístico, este suele ser muy cambiante y sobre todo exigente, por tanto hay que esforzarse constantemente para lograr el desarrollo de esos objetivos o metas propuestas.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

Esta investigación es descriptiva, de nivel exploratorio no experimental, con un enfoque mixto, ha sido desarrollada a partir de una investigación documental – bibliográfica, además de investigación de campo y métodos analítico – sintético; todo esto permitió conocer la realidad del área de estudio y la incidencia que tendrá en la misma la propuesta planteada.

3.1. UBICACIÓN

Pedernales es uno de los 22 cantones que conforman la provincia de Manabí, está situado en la parte norte de la provincia, se encuentra atravesado por la línea equinoccial de la República del Ecuador. Limita al norte con Esmeraldas, al sur con Jama, al este con Quinindé y al oeste con el Océano Pacífico; su extensión total es de 1.932 km². En la figura 3.1. se muestra la ubicación geográfica:

Figura 3.1. Ubicación geográfica del cantón Pedernales.



Fuente: Elaboración propia en ArcGis

Por otro lado, su división política está conformada por cuatro parroquias; en el área urbana Pedernales, y en la zona rural se encuentran Cojimíes, Atahualpa y Diez de Agosto según el Gobierno Autónomo Descentralizado de Pedernales (2018). Su población registrada es de 63.441 habitantes de acuerdo con INEC (2020).

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para definir el diseño metodológico de la presente investigación se analizaron tres propuestas metodológicas: Nevárez (2018), Loor (2020) y Ureta (2021), investigaciones que guardaban cercana relación con el tema estudio descrito y a través la exploración de la propuesta, en la tabla 3.1. se describen las etapas a las que se adaptaron las metodologías seleccionadas:

Tabla 3.1. Propuestas Metodológicas.

Autor	Autor	Autor
Nevárez (2018)	Loor (2020)	Ureta (2021).
Fase	Fase	Fase
Diagnóstico Situacional.	Diagnóstico Turístico Comunitario.	Diagnóstico Turístico Situacional.
Identificación de Estrategias de Desarrollo Turístico.	Evaluación de Emprendimientos Comunitarios.	Desarrollo y Evaluación de Emprendimientos Turísticos.
Plan de Desarrollo Turístico Sostenible	Identificación del Subsistema Emprendedor.	Estrategias que fomenten el Desarrollo Turístico.
	Análisis y síntesis.	
Control y Seguimiento	Selección y Validación de Indicadores Claves.	
	Proposición de un Modelo Comunitario.	

Fuente. Elaboración Propia.

La propuesta de Nevárez (2018) hace referencia al diagnóstico situacional, como segunda fase promueve la identificación de estrategias de desarrollo turístico y como tercera fase de su investigación establece un plan de desarrollo turístico y finalmente como cuarta y última fase dispone de un control y seguimiento.

El modelo que plantea Loor (2020) establece como primera fase el diagnóstico turístico comunitario, dentro de la segunda fase propone una evaluación de los emprendimientos comunitarios, posterior a ello hace referencia a una identificación del subsistema emprendedor, luego un análisis y síntesis, como quinta fase añade una selección y validación de actores claves para finalmente como última fase de su investigación realizar una proposición de un modelo comunitario,

Lo que propone Ureta (2021) como primera fase es un diagnóstico turístico situacional, luego teniendo como segunda fase un estudio de mercado y evaluación

de los emprendimientos turísticos para finalmente elaborar estrategias que fomenten el desarrollo turístico.

Para la definición de la propuesta metodológica de la investigación se realizarán las siguientes actividades, utilizando las técnicas y herramientas que se muestran en la tabla 3.2:

Tabla 3.2. Fases metodológicas de la investigación

Fases	Actividades	Métodos, Técnicas y Herramientas
FASE I Diagnóstico situacional de los emprendimientos turísticos	- Caracterizar de forma general el área de estudio.	- Analítico-Sintético. - Descriptivo.
	- Identificar los emprendimientos turísticos existentes en el cantón Pedernales	- Revisión bibliográfica. - Entrevista
	- Analizar la situación actual de los emprendimientos sostenibles del cantón Pedernales.	- Ficha de caracterización - Cuestionario de entrevista. - Matriz de involucrados
FASE II Estudio de mercado enfocado al desarrollo de los emprendimientos	- Analizar la oferta turística.	- Analítico-Sintético.
	- Analizar la demanda turística.	- Encuesta
	- Evaluar a los emprendimientos turísticos en base a la satisfacción de la demanda.	- Cuestionario de encuesta. - Matriz de evaluación de emprendimientos. - Matriz FODA. - Software SPSS
FASE III Elaboración de estrategias para el posicionamiento de la imagen del destino	- Determinar estrategias de competitividad de los emprendimientos turísticos	- Analítico-Sintético. - Descriptivo.
	- Elaborar un plan de acción para el posicionamiento de la imagen del destino.	- Modelo genérico de Plan de acción - Matriz de estrategias.

Fuente: Elaboración propia.

La metodología presentada manifiesta tres fases las cuales aportan a desarrollar una propuesta enfocada al desarrollo turístico de los emprendimientos turísticos del cantón Pedernales, contribuyendo a mejorar su incidencia e imagen turística por medio de la implementación de estrategias que adjunten la innovación de sus

productos, la optimización de la calidad de servicios, el apoyo a emprendimientos y la conservación de sus recursos naturales y culturales. A continuación, se puntualizan con mayor especificación cada una de ellas.

FASE I: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL DESTINO PEDERNALES

La caracterización general del territorio se realizó en primera instancia, mediante la revisión bibliográfica de documentos oficiales como el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial del GAD Pedernales y la ficha de caracterización (ver anexo 3), con la finalidad de conocer la realidad del territorio en aspectos económicos, sociales, ambientales, políticos y turísticos. Después se identificaron los emprendimientos turísticos existentes a través del catastro de turismo proporcionado por el MINTUR. En la última actividad se analizó la situación de los establecimientos en estudio, desde la visión de la gobernanza, aplicando dos cuestionarios de entrevista al Jefe del departamento de turismo GAD de Pedernales y otro al Ministerio de Ambiente (ver anexos 4 y 5), esto se desarrolló en base al modelo de la matriz de involucrados (ver anexo 6).

FASE II: ESTUDIO DE MERCADO ENFOCADO AL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES DEL CANTÓN PEDERNALES.

Esta fase comprendió tres actividades, por medio de las cuales se analizó a detalle la oferta turística en base a la información del GAD y MINTUR, referente a los establecimientos registrados en la base de datos de sus catastros. Adicional a ello, como parte del desarrollo de la investigación se aplicaron 196 encuestas (ver anexo 7) entre los meses de octubre y noviembre del año 2021, para conocer el perfil y la percepción de los turistas que llegan al cantón Pedernales, por lo tanto, se tomó como referencia la fórmula de población desconocida con la respectiva ayuda de la tabla distribución estándar al no existir datos estadísticos de turistas o visitantes que llegan al cantón. Por lo cual se apoyó en la siguiente fórmula:

Fórmula 3.1. Población desconocida

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

En donde,

- Z = nivel de confianza, 1,96
- P = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,5
- Q = probabilidad de fracaso 0,7
- D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 0,05

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 196 //$$

Las 196 encuestas fueron aplicadas a los turistas que visitan al cantón Pedernales, específicamente se las realizó en los atractivos turísticos y a los visitantes de establecimientos de carácter sostenible del cantón Pedernales. Por otra parte, a través de los métodos analítico-sintético fueron evaluados los emprendimientos en base a los resultados obtenidos y la satisfacción de la demanda, empleando la matriz de evaluación (ver anexo 8) y la matriz FODA (ver anexo 9), identificando de esta manera los factores internos y externos, positivos y negativos del tema que se estaba estudiando.

FASE III: ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN.

En la tercera fase por medio de los métodos analítico-sintético se determinaron las estrategias de competitividad, basando el direccionamiento estratégico a los resultados del FODA cruzado, lo que permitió establecer lineamientos generales que facilitaron la descripción de responsables, financiamiento estimado y actividades tanto para el sector público como el privado, en el plan de acción

propuesto a través de la matriz de estrategias (ver anexo 10), con el propósito de aportar al mejoramiento de los emprendimientos turísticos rurales para que logren un adecuado desarrollo, con la finalidad de proyectar una imagen del destino que motive el desplazamiento de un mayor número de turistas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este capítulo tiene como objetivo detallar los resultados obtenidos de cada una de las fases propuestas de la tabla metodológica (3.2.), las mismas que fueron desarrolladas mediante actividades, a través de la aplicación de métodos, técnicas y herramientas con el propósito de sustentar la información que se describe a continuación.

4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

Esta fase abarca el desarrollo de tres actividades que permitan conocer la situación en la que se encuentran los emprendimientos turísticos del cantón Pedernales, mediante la caracterización general del área en aspectos geográficos, sociales, políticos, ambientales y económicos, así como la cantidad de establecimientos existentes, las características generales de los mismos y las acciones realizadas por parte de las autoridades con el sector estudiado.

4.1.1. CARACTERIZAR DE FORMA GENERAL EL ÁREA DE ESTUDIO.

Este cantón se ubica en la parte norte de la Provincia de Manabí; sus extensas playas son una de sus características principales, además lo complementan sus bosques secos y húmedos, su diversa flora y fauna, sus montañas, entre otros atributos que lo hacen acreedor de una alta potencialidad turística (GADMCP, 2018). A continuación, se muestran la figura 4.1. y una tabla resumen con datos importantes (ver tabla 4.1).

Figura 4.1. Cantón Pedernales.



Fuente: Elaboración propia en ArcGis

Tabla 4.1. Datos generales del cantón Pedernales.

DATOS GENERALES DEL CANTÓN PEDERNALES	
Fecha de Fundación	Fue fundada el 31 de marzo de 1992
Localización astronómica -Latitud	Latitud Norte 9977089
	Latitud Sur 659139
	Longitud Este
	Longitud Oeste
Ubicación	País Ecuador
	Región Costa
	Provincia Manabí
	Cantón Pedernales
Límites	Norte Con la provincia de Esmeraldas
	Sur Con los cantones Jama y Chone
	Este Con el cantón Chone
	Oeste Con el Océano Pacífico
Coordenadas	Latitud: S 0o12' 26" Longitud W 79o34' 12"
Superficie	1932 Km ²
Demografía	63.441 aprox.
Temperatura	Entre 20 °C a 33,7°C, aprox.
Altitud	Media 21 m s. n. m. Máxima 864 m s. n. m. Mínima 0 m s. n. m
Hidrografía	16 microcuencas; entre las principales se encuentran cinco hoyas: Río Coaque, Tachina, Vite, Estero Chiquimble y Agua Amargo.
División Política	El cantón se divide en una parroquia urbana, Pedernales y tres de carácter rural: Cojimies, 10 de Agosto y Atahualpa, las cuales son representadas por juntas cívicas y gobiernos parroquiales ante la alcaldía de Pedernales

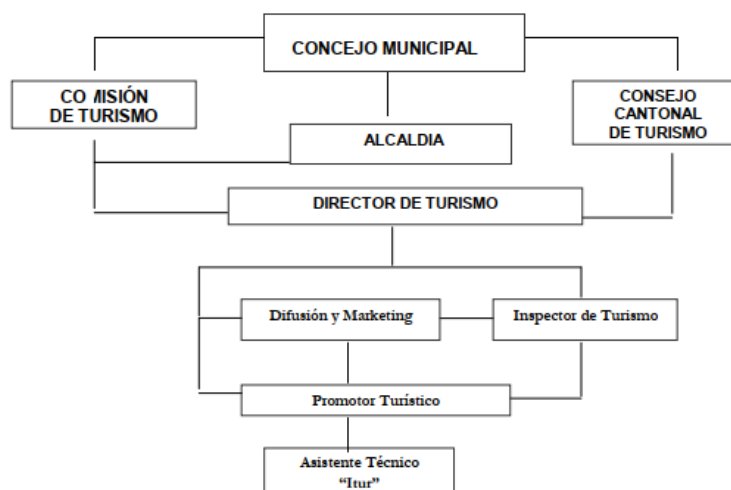
Fuente: GAD Pedernales 2018

De acuerdo con la información establecida en la tabla 4.1. de la matriz de caracterización, Pedernales es un cantón fundado en 1992, es decir que hace 30 años atrás obtuvo el reconocimiento y facultades para la administración política del territorio. De acuerdo al mapa, ubicación, temperatura y altitud, es evidente la presencia de dos ambientes que propician el desarrollo de sus actividades, por una parte, las características costeras hacia el oeste y agro productivas hacia el este. Por lo tanto, para profundizar aspectos relacionados entre ellos; a continuación, se detallan los componentes político, económico, social, ambiental y turístico con la finalidad de entender la importancia del destino en el contexto de la investigación.

❖ COMPONENTE POLÍTICO

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pedernales (GADMCP) (2018) impulsa el desarrollo de su jurisdicción a través de prestación de servicios en el área urbana y rural en el marco de sus competencias exclusivas. El soporte principal del accionar del GADMCP, se sustenta en lo establecido por la República del Ecuador (2010) en el Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización (COOTAD) en su artículo 338, donde se establece que el Gobierno Municipal, Concejo Cantonal y alcalde son los principales promotores y coordinadores del proceso de desarrollo local, siendo la estructura administrativa parte de estas competencias, por lo tanto es importante conocer cómo se organiza dentro del municipio al sector turístico (ver figura 4.2.)

Figura 4.2. Estructura organizacional del cantón Pedernales.



Fuente: GAD Pedernales 2018

El Concejo Municipal junto a la Comisión de Turismo, el Concejo Cantonal de Turismo y la Alcaldía, tienen el poder jerárquico y de decisión más alto, sin embargo, el equipo técnico encargado del sector turístico se integra por el Departamento de Turismo, encabezado por el director de turismo, quien asesora y da directrices para el cumplimiento de las actividades por parte de cuatro técnicos, en las áreas de difusión y marketing, inspección, promoción turística y asistencia técnica. Garantizando así la designación de dos funciones básicas, control y difusión de las potencialidades turísticas de Pedernales.

❖ COMPONENTE ECONÓMICO

Según el GAD Pedernales (2018) la población rural es la que aporta más personas ocupadas a la Población Económicamente Activa (PEA) 93,33 % del total, frente al aporte porcentual de la población urbana, 91,60 %. Sin embargo, la desocupación es mayor en el área urbana que en la rural, 8,40 % y 6,67 % respectivamente. A nivel general, en el cantón, la PEA está representada por los siguientes porcentajes: el 49,97 % en el área urbana y el 59,20% en la zona rural. Las actividades económicas en las que trabajan los pobladores del cantón Pedernales (ver tabla 4.2.) son labores relacionadas al sector terciario en el área urbana y al sector primario dentro del área rural. Las principales labores productivas que se desarrollan son: la agrícola, ganadera y pecuaria con un porcentaje de 70,73% dentro del sector primario, por lo consiguiente destaca la industria manufacturera con un 13,53% en el sector secundario.

Tabla 4.2. Actividades productivas

Rama de actividad	PEA	
	Número	%
Industrias manufactureras	1.185	13,53%
Comercio al por mayor y menor	2.233	8,15%
Construcción	696	8,15%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	6.653	70,73%
Otras actividades de servicio	260	3,09%
Enseñanza	692	8,09%
No declarado	2.321	25,95%
Trabajador nuevo	1.046	11,89%
Total		

Fuente: GAD Pedernales (2018)

Como se puede observar en la tabla 4.2. un gran porcentaje (70,73%) representa a la actividad de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, convirtiéndose en las principales actividades económicas dentro del territorio y al ser desarrolladas en un

entorno rural, se constituyen en labores de gran potencial para ser vinculadas al turismo alternativo. Por otra parte, se evidencia que casi el 26% de la población no declara el sector en el cual se desenvuelve, por lo tanto, la cultura local en cuanto a la informalidad por una parte aporta significativamente, pero a futuro se deben analizar las consecuencias que esto puede representar para el destino.

❖ COMPONENTE SOCIAL

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2020), la población del cantón Pedernales es de 63,441 habitantes. El incremento poblacional entre los años 2001 y 2010 ha sido de 17,60%.

En ámbito de educación el cantón no cuenta con un hospital básico ni especializado para atender las necesidades de los pedernalinos; sin embargo, dentro del cantón se encuentran operando cinco subcentros de atención básica, dos dispensarios del seguro social campesino y un hospital móvil de emergencia que dispone un quirófano de operaciones básicas y un área de reposo u observación.

Tabla 4.3. Salud

Unidad operativa	Ubicación
Subcentro	10 de agosto
Subcentro	Atahualpa
Subcentro	Cheve arriba Cojimies
Subcentro	Tipo B Cojimies
Subcentro	Pedernales
Hospital móvil de emergencia	Pedernales
Dispensario del S. Social Campesino	Coaque
Dispensario del S. Social Campesino	Eloy Alfaro-Cojimies

Fuente: GAD Pedernales (2018)

Por otro lado, en el ámbito de salud Pedernales cuenta con 66 médicos para una población de 63.441 habitantes. Según el GAD Pedernales (2018) cabe recalcar que esto representa un déficit de médicos y a esto se le suma la poca disponibilidad de camas hospitalarias, ya que apenas existen 6 unidades (3 camas de recuperación, 3 camas de emergencia y 3 habitaciones simples) distribuidas en las cuatro parroquias que conforman el cantón.

Cabe destacar que el territorio cantonal cuya población es de 63.441 habitantes, requiere de manera urgente una mejor atención. No toda la población de las parroquias acude a los subcentros con los que cuentan, debido al mal estado de los caminos vecinales en temporada invernal, se convierte en algunas, en un verdadero suplicio el trasladarse hacia las unidades de salud, y acuden a curanderos-as y/o parteras quienes, haciendo uso de su saber ancestral, proporcionan atención primaria en base a las plantas medicinales que se dan en el lugar, así se manifiesta en el PDyOT del GAD Pedernales (2018).

❖ COMPONENTE AMBIENTAL

El relieve de este cantón está determinado primordialmente por la Reserva Ecológica Mache-Chindul. El punto de mayor altitud con 864 m.s.n.m. es el Cerro Pata de Pájaro y el relieve más bajo se encuentra en la zona sur-oeste, en la que se encuentra ubicada la cabecera cantonal. De la misma manera, existe la presencia de diversos tipos de macro relieve (ver tabla 4.4)

Tabla 4.4 Relieve

Macro relieve	Área km ²	%
Pie de monte	1166,41	59%
Cordillera	364,91	19%
Penillanura	248,93	13%
Llanura	187,08	10%
Total	1967,32	100%

Fuente: GAD Pedernales (2018)

Como se muestra en la tabla 4.4. el total de km² ocupados por el relieve es de 1967,32 distribuido el 59% en formaciones conocidas como pie de monte; el 19% por cordilleras; el 13% por penillanuras y como último, pero no menos importante el 10% del territorio está conformado por llanura. Esto indica la poca cantidad de elevaciones que existen en el cantón, pues la ubicación cercana al mar y los procesos geográficos explica la abundancia del pie de monte. Por otra parte, es importante analizar la geología del cantón, para ello se presenta un resumen detallado (ver tabla 4.5.)

Tabla 4.5 Geología

Geología	Área km ²	%
Formación Angostura	1041,08	53%
Formación Onzole	213,45	11%

Formación Piñón	180,23	9%
Depósitos fluidos marinos	102,91	5%
Miembro Dos Bocas	91,52	5%
Formación Borbón	71,20	4%
Formación San Mateo	57,85	3%
Depósitos Marinos	42,76	2%
Miembros Villingota	27,31	1%
Formación Viche	24,78	1%
Formación Punta Blanca	24,17	1%
Formación Cayo	23,33	1%
Depósitos Aluviales	14,22	1%
Formación Viche, formación Angostura	0,10	0%
Formación Playa Rica	0,03	0%
Formación San Tadeo	0,00	0%
NA	54,55	3%

Fuente: GAD Pedernales (2018)

En Pedernales se ha estudiado la presencia de diversas formaciones geológicas, encontrando las siguientes variedades en 54,55 km² angostura (53%), onzole (11%), piñón (9%), depósitos fluidos marinos y miembro dos bocas (5% respectivamente), borbón (4%), San Mateo (3%), marinos (2%), villingota, viche, punta blanca, cayo y aluviales (1% respectivamente), mientras que es casi nula la existencia de viche-angostura, playa rica y San Tadeo.

Cobertura del suelo

En Pedernales, la cobertura vegetal natural (ver tabla 4.6.) ocupa una superficie de 49.099,85 hectáreas distribuida principalmente en un 76% correspondiente a bosque húmedo, seguido por matorrales húmedos (15.04%) y en aproximadamente 2% respectivamente: vegetación herbácea húmeda, de humedal y manglar; mientras que la presencia de bosque seco, matorral seco y vegetación herbácea seca es mínima.

Tabla 4.6. Cobertura del suelo

Cobertura vegetal natural	Superficie (ha)	Porcentaje (%)
Bosque húmedo	37748,64	76,88
Matorral húmedo	7384,26	15,04
Vegetación herbácea húmeda	1124,88	2,29
Vegetación herbácea de humedal	1127,87	2,30
Manglar	1282,87	2,61
Bosque seco	318,63	0,65
Matorral seco	107,18	0,22
Vegetación herbácea seca	5,52	0,01
	49099,85	100

Fuente: GAD Pedernales (2018)

Por otra parte, según el GAD Pedernales (2018) en el cantón el servicio de agua es administrado por la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pedernales. La distribución se encuentra categorizada en cinco sectores, con una conducción principal entre sectores de 200mm con redes secundarias de 63mm, para terminar en conexiones domiciliarias de 15mm, incluido el medidor de caudal, pieza final de gestión del sistema para el control, medición y posterior facturación.

En el PDyOT se menciona que la ciudad de Pedernales cuenta con 5 sistemas de redes de alcantarillado sanitario independientes entre sí, cada una de éstas con sus respectivas unidades de tratamientos. De igual forma que en el apartado del agua, debe enfocarse la condición sanitaria de las 4 cabeceras y al resto de asentamientos hacer un enfoque generalizado de saneamiento ambiental en virtud de los talleres de diagnóstico, los recorridos de campo, consultas a los gobiernos parroquiales y de la información censal. A los sistemas se los puede describir con los siguientes componentes:

- Redes terciarias
- Secundarias
- Colectores principales
- Pozos
- Unidades de tratamiento

La red pública para la eliminación de aguas servidas (alcantarillado) y pluvial cubre menos de la mitad de la población en la ciudad de Pedernales mientras que los otros sectores no están conectados a este servicio, evacuando las aguas servidas principalmente por medio de pozo séptico. El sistema de alcantarillado sanitario y pluvial de la ciudad cubre el 42% de la zona urbana, mientras que la zona rural evacúa las aguas servidas por sistemas de letrinas sanitarias y pozos sépticos, siendo ésta la disposición final (GAD Pedernales, 2018).

❖ COMPONENTE TURÍSTICO

Pedernales tiene un alto potencial de recursos tanto naturales y culturales (ver tabla 4.7.) así como una infraestructura turística que ha sido restaurada después del terremoto, estos recursos influyen positivamente en los visitantes; es importante resaltar que Pedernales posee un perfil costero extenso de 54 kilómetros de playas,

y cuenta con una exuberante vegetación y ríos de agua dulce, a 12 kilómetros de la ciudad está el bosque protector “Cerro Pata de Pájaro” el cual acoge a varias especies vegetales y animales, que genera un clima muy fresco, ideal para quienes disfrutan de la aventura y el ecoturismo que les permitirá apreciar, valorar la naturaleza. A todos los elementos naturales se suman los recursos gastronómicos, que les permiten experimentar la cultura culinaria de la comida preparada con productos del mar, a continuación, el registro de recursos naturales y culturales.

Tabla 4.7. Registro de recursos naturales y culturales

No	Nombre del recurso a atractivo	Categoría	Situación actual
1	Playa la Chorrera	Sitio natural	Conservado
2	Playa de la Cabuya	Sitio natural	Conservado
3	Playa de Punta Palmar	Sitio natural	Conservado
4	Playa de Coaque	Sitio natural	Conservado
5	Playa Pedernales	Sitio natural	Conservado
6	Playa de Cojimies	Sitio natural	Conservado
7	Playa Punta los Frailes	Sitio natural	Conservado
8	Estuario del Río Cojimies	Sitio natural	En proceso de contaminación
9	Bosque Protector Pata de Pájaro	Sitio natural	En proceso de deterioro
10	Rancho Pablito	Sitio natural	Conservado
11	Cascada Chindul	Sitio natural	Contaminada
12	Ecoturismo Río Coasa	Sitio natural	Conservado
13	Reserva Ecológica Mache Chindul	Sitio natural	En proceso de deterioro
14	Feria del Queso, la cuajada y el suero blanco de Atahualpa	Manifestación cultural	Conservado
15	Proyecto Museo Familia Aguirre	Manifestación cultural	En proceso de deterioro
16	Festival de la Corvina de Cojimies	Manifestación cultural	Conservado
17	Iglesia Nuestra Madre María Auxiliadora de Pedernales	Manifestación cultural	Afectada por el terremoto
18	Sitio Arqueológico Coaque	Manifestación cultural	Deteriorado

Elaborado por: GAD Pedernales (2018)

Dentro de las actividades recreacionales se encuentran clasificadas como: turismo de ocio, turismo natural, turismo gastronómico y ocio, turismo de descanso y ocio. Por otra parte, hacer énfasis en que algunos de los establecimientos no cuentan con promoción turística y los que cuentan lo realizan mediante, radio, televisión y

Facebook. Referente al idioma, Bravo y Ortiz (2021) mencionan que predomina en la atención a los clientes el español, además las formas de pago son en efectivo y en ciertos establecimientos con tarjeta de crédito, también ciertos lugares no cuentan con una adecuada accesibilidad ya que algunos centros de recreación se encuentran fuera de la cabecera cantonal.

4.1.2 EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EXISTENTES EN EL CANTÓN PEDERNALES

En cuanto al número de emprendimientos registrados se evidencia que el cantón posee 190 establecimientos (ver tabla 4.8.) correspondientes a alojamiento, dentro de los cuales están incluidos hostales, cabañas, pensiones, hosterías, hoteles, entre otros que prestan servicio a los visitantes, también cuenta con 86 espacios disponibles para restauración, los mismos que están conformados por restaurantes, cafeterías, asaderos y fuentes de soda; también existen 2 transportes turísticos, 1 acuático, 1 de esparcimiento y 4 agencias de viaje. Cada establecimiento se encuentra detallado en el catastro del anexo 19.

Tabla 4.8. Número de emprendimientos registrados.

TIPO	CANTIDAD
Alojamiento	96
Restauración	86
Transporte turístico	2
Transporte acuático	1
Esparcimiento	1
Agencia de viajes	4
Total	190

Fuente: GAD Pedernales (2018)

De acuerdo con el catastro del departamento de turismo del cantón Pedernales, la planta turística se encuentra caracterizada por hoteles donde el costo varía desde los \$15 a 24 dólares con un número de camas de 20 a 60 en el caso de los establecimientos hoteleros, mientras que en los hostales el valor es de 15 dólares por persona y se ofrecen de 12 a 25 habitaciones Cabe resaltar que la planta hotelera se encuentra dentro de la ciudad, además, cada establecimiento cuenta con páginas en redes sociales donde los posibles huéspedes pueden realizar reservaciones, también ciertos hoteles brindan servicio de restauración dentro de la infraestructura hotelera. También es importante mencionar que dentro del

catastro se localizan registrados establecimientos de restauración que empiezan desde comida típica, picantería, parrilladas, restaurantes bar. Los establecimientos de alimentación se encuentran ubicados dentro de la ciudad. Además, la capacidad depende del lugar donde se puede encontrar desde 3 a 21 números de mesas lo que equivale a un aforo mínimo de 12 y máximo 80 personas.

4.1.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES DEL CANTÓN PEDERNALES.

Para conocer la situación de los emprendimientos turísticos en Pedernales, se aplicó mediante la herramienta de matriz de involucrados, varias preguntas dirigidas a autoridades y algunos emprendimientos del cantón (ver tabla 4.9). El enfoque de los cuestionamientos tuvo relación directa con las variables en estudio: desarrollo de emprendimientos turísticos e imagen del destino; así mismo, la observación directa, análisis y comparación de criterios, permitieron identificar aquellas falencias que explican la realidad actual de los establecimientos estudiados, ya sea por factores internos propios del manejo del negocio, o externos que provienen del sector público.

Tabla 4.9. Matriz de involucrados

Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y Mandatos
Jefe del departamento de turismo GAD de Pedernales.	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor demanda turística en el cantón. - Mejora de la imagen del destino. - Restauración de recursos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de información - Percepción de riesgo 	Sí existe una planificación, pero no se cumple.
Jefe del departamento de ambiente GAD de Pedernales.	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor participación de la comunidad en la protección de los recursos. - Conservación de los recursos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de información y cooperación - Falta de sensibilización 	Desconocen de las normativas en el ámbito turístico.
Emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor consumo del servicio. - Mayor afluencia de turistas. - Apoyo de las autoridades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de información y apoyo - Falta de promoción 	No se cumplen las ordenanzas ni los apoyan con recursos.

Fuente: Entrevistas aplicadas a los involucrados.

La situación actual de la actividad turística como es de conocimiento público ha venido pasando por un proceso de reactivación turística en cuanto a lo acontecido como lo es la pandemia, que de una u otra manera ha venido afectando al cantón. Una de las potencialidades del cantón es la accesibilidad ya que cuenta con cuatro vías de primer orden que conectan a cantones vecinos una de estas conexiones se da con la parroquia rural Cojimíes que es una de los atractivos con más potencialidad turística del cantón. Otra de las potencialidades que posee el cantón son sus extensas playas y los distintos tipos de turismo que puede brindar al turista como lo es el turismo de sol y playa, turismo de naturaleza, paisajístico, gastronómico y su variada capacidad hotelera.

Al hablar de los emprendimientos que trabajan con informalidad, el departamento de turismo ha estado brindando asesoramiento técnico a dichos emprendedores, pese a esto, en temporadas de feriado se evidencia una fuerte presencia de prestadores informales, siendo compleja la solución ante esta problemática, pues deberían fortalecerse los sistemas de control. Con lo referente a financiamiento, el municipio señala que no existe un presupuesto designado para el turismo en temas de apoyo al prestador turístico, pero sí se tiene predisposición por medio del desarrollo comunitario que ofrece un asesoramiento, y gestiones a través de proyectos que de una u otra manera ayudan al emprendedor.

Por otra parte, el departamento de turismo utiliza como estrategias para la promoción y el posicionamiento de los emprendimientos turísticos del cantón frente al COVID-19, la implementación de un sello de seguridad que permite al cliente hacer uso y consumo de los emprendimientos de manera segura, así como también el departamento ayuda a promocionar estos emprendimientos mediante videos promocionales y redes sociales. El nivel de empleabilidad varía de 1 a 3 personas, sin embargo, en los feriados se logra emplear de 1 a 6 personas.

En lo que respecta a los impactos ambientales que producen los emprendimientos que se desarrollan en el cantón, existe una normativa básica de la ley de gestión ambiental y una normativa en conjunto con el Ministerio de Salud y la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) que realizan visitas a los emprendimientos para controlar trampas de grasas, extintores, irregularidades, controles de bebida entre otros. En general existen varias

actividades turísticas que se manejan dentro de las áreas protegidas como lo es el bosque protector “pata de pájaro” y la reserva ecológica “Mache Chindul” que se encuentran dentro del territorio de pedernales. Pero básicamente se hace turismo de senderismo, visita a las cascadas entre otras actividades

En lo que respecta a los residuos sólidos generados por la actividad turística se realiza la recolección con el carro recolector de la municipalidad. Para llevar a cabo el cumplimiento de las normativas que deben llevar a cargo los emprendimientos se realizan capacitaciones de la mano del departamento de turismo a través del técnico de gestión ambiental y socializaciones tanto con la comunidad como los servidores turísticos en coordinación con el departamento de turismo. Por otra parte, existe un programa de las áreas de conservación y productos sustentables que abarca el 70% del territorio incluyendo las dos áreas protegidas.

4.2 ESTUDIO DE MERCADO ENFOCADO AL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS

Dentro de esta fase se realizó un estudio de mercado con el propósito de determinar las características del producto turístico, los precios y promociones desde un punto inicial, asimismo se enfocó en los recursos donde estos serán más efectivos la información levantada se la determinó a través de información primaria y secundaria para que la información fuera más verificable.

4.2.1 ANALIZAR LA OFERTA TURÍSTICA.

Existen varios emprendimientos, especialmente en las comunidades, paulatinamente se han convertido en un recurso económico para la ciudad, cabe mencionar que dentro de estos emprendimientos existen muchos que aún no cuentan con un registro o con el apoyo de la gestión ni los organismos gestores del turismo. Del mismo modo, en la tabla 4.10. se hace la descripción de establecimientos registrados los cuales se relacionan con los emprendimientos turísticos.

Tabla 4.10. Oferta turística del Cantón

Denominación	Número de establecimientos o personas
Hoteles, Hostales, Hosterías y Cabañas.	Existen un total de 96 establecimientos que ofrecen servicio de hospedaje, divididos entre hoteles, hostales, hosterías y cabañas.

Restaurantes	Existen 86 establecimientos de alimentación divididos entre restaurantes, cafeterías y soda bar.
Agencias de viajes	Dentro del cantón existen 4 agencias de viajes que se encuentran habilitadas y prestan el servicio.
Guías	Existe un total de 25 guías nativos que prestan el servicio de guianza dentro del territorio.
Transporte	Dentro de los medios de transporte que utilizan se encuentran los taxis, las tricimotos, transporte acuático con un total de 11 agencias dedicadas al transporte de turistas y residentes.

Fuente: GAD Pedernales (2018).

Es importante destacar que el total de establecimientos registrados por las autoridades en el catastro turístico, no representa la cantidad real de emprendimientos, debido a que para formar parte del registro cumplen con una serie de requisitos exigidos por los organismos competentes y como se ha analizado en otros apartados, existe informalidad por parte de ciertos prestadores de servicios turísticos, lo cual se pudo corroborar en la visita técnica.

Por otra parte, la oferta turística de Pedernales se clasifica dentro de cuatro importantes grupos o tipologías de turismo, como lo son el de sol y playa, gastronómico, agroturismo y ecoturismo. Esto representa para el territorio una gran ventaja, pues la combinación de actividades turísticas tradicionales vinculadas a prácticas alternativas puede dar origen a productos turísticos innovadores. Pese a ello, las playas siguen siendo el escenario de mayor concentración e interés por parte de ofertantes y demandantes.

Las playas en las cuales se realiza turismo tradicional son: Cojimíes, Cañaverál, Chorrera, Palmar, Cabuya, Surrónes, Pedernales y Coaque; en donde se practican deportes acuáticos variados y dependiendo de la oferta de cada uno de los sitios, es posible la realización de kayak, paseo en lancha, recorrido en la banana, surf, pesca deportiva y parapente. Las playas más populares para ofrecer los servicios mencionados son, Pedernales y Cojimíes.

La gastronomía ocupa un importante lugar dentro de la oferta, debido al uso de mariscos en sus preparaciones y la facilidad para conseguir la materia prima dentro del territorio. Desde el sector turístico, aparte de contar con un gran número de restaurantes, han decidido crear festivales gastronómicos como una opción para la comercialización de platos típicos en diferentes temporadas del año; a

continuación, se detallan estos eventos. Por parroquias. – en Cojimíes: el festival del coco; de la concha del róbalo y la corvina. En Pedernales: festival del malecón. En Atahualpa: festival del queso, cuajada y suero blanco. En la Diez de Agosto: festival de la gallina criolla. Por comunidades. - Puerto Tizal: festival del marisco. Eloy Alfaro: cangrejo azul, flores y frutas silvestres. Santa Teresa: del maíz. La Chorrera: langosta y langostino. Coaque: la jaiba y ostión. San Francisco: de la yuca. Cañaverl: de la palmera y encocado y en el sitio Nalpe: el festival del cacaño.

Con respecto al ecoturismo, en la Reserva Ecológica Mache Chindul constituida como área protegida de carácter nacional se permite el desarrollo sostenible de las siguientes actividades: paseo en canoa, natación, campamento, excursión, fotografía, paseo en bicicleta y caballo. Por otra parte, el agroturismo se está convirtiendo en una opción diferenciadora del turismo en Pedernales, es por esta razón que la presencia de las haciendas Juana Luz, Casa Blanca Puerto Escondido, Inés María, Coaque, El Cielo y la Gloria y La Península, mediante su oferta han hecho posible la ejecución de este tipo de modalidad.

4.2.2 ANALIZAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

Para poder analizar la demanda fue necesario aplicar un total de 196 encuestas, las cuales fueron aplicadas a los turistas que se encontraban visitando el cantón, llenando las expectativas propuestas en este estudio, posteriormente se realizó la respectiva tabulación y sistematización de datos mediante el software estadístico SPSS en donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Como se muestra en la tabla 4.11, el mayor porcentaje de visitantes en el cantón son nacionales representados con un total de 88,7% equivalente a 172 encuestados, mientras que el restante son visitantes extranjeros exactamente 11,3% correspondiente a 22 encuestados. Comparado con estudios anteriores se evidencia la disminución de visitantes extranjeros que viene de la mano con la pandemia del COVID-19, la población dejó de salir y visitar otros lugares para evitar el contagio siendo el sector turístico uno de los más afectados.

Tabla 4.11. Nacionalidad

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Ecuatoriano	174	88,7	88,7	88,7
	Extranjero	22	11,3	11,3	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

En relación a la procedencia (ver tabla 4.12) el mayor porcentaje de visitantes que recibe el cantón proviene de la provincia de Manabí con un total de 41,8% que representan 81 personas, seguido de la Provincia de Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas, mientras que el restante descende de otras provincias. Esto evidencia un incremento considerable en la práctica de turismo interno, siendo este comportamiento el que más se ha sostenido desde el inicio de la situación sanitaria.

Tabla 4.12. De qué provincia visita el cantón.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	22	11,3	11,3	11,3
Chimborazo	3	1,5	1,5	12,9
Cotopaxi	2	1,0	1,0	13,9
El Oro	1	,5	,5	14,4
Esmeraldas	7	3,6	3,6	18,0
Guayas	15	7,7	7,7	25,8
Loja	4	2,1	2,1	27,8
Los Ríos	12	6,2	6,2	34,0
Manabí	83	41,8	41,8	75,8
Pastaza	1	,5	,5	76,3
Pichincha	22	11,3	11,3	87,6
Puyo	1	,5	,5	88,1
Santa Elena	2	1,0	1,0	89,2
Santo Domingo de los Tsáchilas	20	10,3	10,3	99,5
Tungurahua	1	,5	,5	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

Referente a la procedencia de los visitantes del extranjero (ver tabla 4.13) como se evidencia predomina Estados Unidos con un total de 5,2 % que equivale a 10 personas de este país que visitan el destino Pedernales. El restante de los encuestados proviene de otros países de Latinoamérica. Estos resultados indican una reactivación lenta respecto a la recepción de turistas internacionales y a la vez deja en evidencia que el principal mercado del destino es Norteamérica.

Tabla 4.13. Procedencia de los visitantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ecuador	174	88,7	88,7	88,7
Canadá	3	1,5	1,5	90,2
Colombia	6	3,1	3,1	93,3

Estados Unidos	10	5,2	5,2	98,5
Perú	1	,5	,5	99,0
Venezuela	2	1,0	1,0	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

Pedernales es un destino para todas las edades, sin embargo, como se visualiza el rango de edad que más frecuenta el destino es el de 18-25 con un porcentaje de 32.5% (ver tabla 4.14) siendo un segmento juvenil-adulto los que se sienten motivados por desplazarse hacia Pedernales, debido a que la oferta de actividades turísticas que posee capta la atención de grupos de amigos y parejas principalmente.

Tabla 4.14. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	65	32,5	32,5	32,5
	26-32	50	25,8	25,8	58,2
	33-40	31	16,0	16,0	74,2
	Más de 41	50	25,8	25,8	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

Con respecto al género predominante (ver tabla 4.15), en donde se evidencia que un total de 51,5 % de turistas del cantón corresponden al género masculino, mientras tanto el 48,5% forma parte del grupo femenino, existiendo en las visitas mayor predominio de hombres, sin embargo, este porcentaje se encuentra muy cercano a la cantidad de mujeres que llegan al destino, por lo tanto, la visita con respecto al género predominante es casi igual para ambos grupos.

Tabla 4.15. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	102	51,5	51,5	51,5
	Femenino	94	48,5	48,5	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

Por lo que se logra observar (ver tabla 4.16), el 53,1% de los encuestados manifestaron que el motivo de su llegada a Pedernales es por realizar actividades turísticas mientras que el 26,8% y 20,1% lo hacen por visitar a sus familiares y por el ambiente, motivo por el cual buscan gozar de sus productos.

Como por ejemplo estos resultados fueron contrastados con las investigaciones de Santana (2021) y García (2018) en donde los segmentos identificados presentan por lo general características diferenciadoras en cuanto a sus motivaciones turísticas. Los autores mencionados anteriormente indican que la experiencia personal y visita a familiares es su principal razón de desplazamiento, seguido por el patrimonio cultural e histórico y negocios. Por otra parte, sí hay documentos que concuerdan con los resultados de esta investigación en cuanto al turismo, como una de las motivaciones más importantes, pues para Mera (2019) se movilizan por sus playas y gastronomía e incluso Félix *et al.* (2017), mencionaron aquellas acciones realizadas por las autoridades en la época del post terremoto, como el tour solidario y los festivales gastronómicos los cuales eran las principales motivaciones.

Tabla 4.16. Motivo de visita

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Turismo	105	53,1	100,0	100,0
Negocios	22	11,3	100,0	100,0
Ambiente	39	20,1	100,0	100,0
Visita a familiares	52	26,8	100,0	100,0
Senderismo	4	2,11	100,0	100,0
Actividades culturales	6	3,1	100,0	100,0
Otros	7	3,6	100,0	100,0
Total	196	100	100,0	100,0

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

En relación a las frecuencias de visita (ver tabla 4.17) se evidencia que el 44,3 % de los encuestados lo visitan ocasionalmente, pues como se muestra en la tabla anterior los visitantes aprovechan para visitar a sus familiares durante sus vacaciones, mientras que el 16,5 % menciona que visita de manera muy frecuente el destino Pedernales. Estos resultados parten de la disponibilidad que tienen varios de los turistas, pues visitan el destino según sus rutinas laborales.

Tabla 4.17. ¿Con qué frecuencia visita usted el cantón Pedernales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Frecuente	32	16,5	16,5
	Frecuente	59	30,4	46,9
	Ocasionalmente	88	44,3	91,2
	Raramente	17	8,8	100,0
	Total	196	100,0	100,0

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

Con respecto al tipo de emprendimiento seleccionado (ver tabla 4.18) en donde se evidencia un total de 59,3% que hace uso de los servicios de alimentación, seguido de un 49,9% de visitantes con elección de los establecimientos hoteleros existentes dentro del cantón Pedernales. Entre los servicios más destacados se encuentran los de alimentos, bebidas y alojamiento; los cuales se consideran los servicios más demandados por los turistas al momento de desplazarse hacia el destino Pedernales.

Tabla 4.18. Tipo de emprendimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Logde	4	2,1	100,0	100,0
Restaurantes	117	59,3	100,0	100,0
Hoteles	79	40,9	100,0	100,0
Centro turístico rural	13	6,7	100,0	100,0
Finca agroturística	11	5,7	100,0	100,0
Centro recreacionales	30	15,5	100,0	100,0
Centro comunitario	3	1,5	100,0	100,0
Otros	1	.5	100,0	100,0
Total	196	100	100,0	100,0

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

En este apartado (ver tabla 4.19) en donde se pudo comprobar la calificación que las personas le dieron a los diferentes tipos de servicios brindados dentro del cantón, obteniendo que el 40,2% de encuestados considera a los emprendimientos de Pedernales como “buenos” para la prestación de sus actividades; desde otra perspectiva esto hace énfasis en las falencias y exigencias que existen sobre el mismo, dichas carencias hacen que se obtenga este resultado pues los turistas actuales demandan muchas más cualidades en los servicios, para las cuales Pedernales aún no está preparada.

Tabla 4.19. ¿Cómo califica los servicios brindados en los emprendimientos turísticos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	25	12,9	12,9
	Muy Bueno	67	34,5	47,4
	Bueno	80	40,2	87,6
	Regular	24	12,4	100,0
	Total	196	100,0	100,0

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

En relación a la manera de cómo se enteraron de la existencia del destino Pedernales (ver tabla 4.20.) el 50% de los encuestados manifestó que las redes sociales fueron decisivas al momento de planificar el viaje hasta el destino en cuestión, seguidamente el 23,3% mencionó que obtuvo información por parte de sus familiares.

Este apartado hace referencia a la importancia que tienen las redes sociales sobre las campañas de comercialización de productos y servicios y cómo llegan hasta las elecciones de viaje; además de cómo estas venden el destino por sí mismo, gracias a la información relevante y contundente que llega sobre el mismo, y cómo esta se esparce por el entorno entre los familiares y amigos.

Tabla 4.20. ¿Cómo obtuvo información del emprendimiento turístico del destino Pedernales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Radio	6	3,1	3,1	3,1
	Televisión	12	6,2	6,2	9,3
	Redes Sociales	99	50,0	50,0	59,3
	Páginas Web	26	13,4	13,4	72,7
	Familiares o amigos	53	27,3	27,3	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

En cuanto al gasto en el destino (ver tabla 4.21), en donde el 42,3% de los encuestados manifestó que gastaría un presupuesto de entre 40 y 50\$, seguido por el 32,5% que consumiría entre 50 a 60\$ y solo un 9,8% manifestó que gastaría más de 70\$ en adelante, a pesar que la crisis sanitaria ha golpeado muy duro la economía en todo el mundo, los visitantes están dispuestos en apoyar los emprendimientos turísticos de la zona con el fin de hacer que el dinero circule dentro del país.

Además de lo antes planteado también se tomó en consideración lo que manifiestan los turistas pues consideran que el servicio es bueno; sin embargo, puede ser mejor para de esta manera cancelar un mejor servicio, tomando en consideración que esta situación es repetitiva en algunos destinos del territorio ecuatoriano pues no todos los servicios son los mejores considerados a partir de la perspectiva de los clientes.

Tabla 4.21. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en el destino por turismo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 40 a 50	84	42,3	42,3	74,7
	De 50 a 60	63	32,5	32,5	32,5
	De 60 a 70	30	15,5	15,5	90,2
	Más de 70	19	9,8	9,8	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

En últimas instancias se realizó una pregunta que tuvo como respuesta con un porcentaje de 99,5% un sí, pues los visitantes están dispuestos a seguir visitando el cantón (ver tabla 4.22.) mientras que solo una persona mencionó que no está dispuesta a seguir consumiendo sus productos. Esto evidencia la potencialidad turística de Pedernales y la intención de revisita por parte de turistas que previamente han visitado el destino.

Tabla 4.22. ¿Le gustaría seguir consumiendo productos o servicios de los emprendimientos turísticos del destino Pedernales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	195	99,5	99,5	99,5
	NO	1	,5	,5	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de las encuestas a visitantes

Con los resultados de la encuesta aplicada a los turistas, es posible detallar las características del tipo de segmento que visita Pedernales, por lo tanto, a continuación, en la tabla 4.23. se muestra el perfil del turista:

Tabla 4.23. Perfil del turista

Nacionalidad	Ecuatoriano
Lugar de procedencia:	Manabí
Edad:	Entre 18 y 25
Género:	Masculino
Motivación:	Turismo
Frecuencia de la visita:	Ocasionalmente
Servicios seleccionados:	Hotel y restaurante
Calificación de los servicios	Bueno
Medios en los que se informa	Redes sociales y boca a boca
Gasto promedio:	40-50\$
Continuidad de los servicios	Sí.

Fuente: Los autores

La pandemia del COVID-19 ha provocado grandes afectaciones en el sector turístico, es por ello que existe una demanda creciente de turismo interno, se obtuvo

como resultado un porcentaje que decide hospedarse de 2 a 3 días debido a la distancia con su lugar de residencia, la edad promedio de estos visitantes se encuentra alrededor de 18-25 años de género masculino; otra de las cualidades es que viajan con las intenciones de hacer turismo ya que como es de conocimiento general se pasó de estar al aire libre a un estado de confinamiento por una larga temporada, los medios de comunicación utilizados son las redes sociales y el reconocido boca a boca, además de su promedio de gasto que varía de 40 a 50\$ americanos.

4.2.3. EVALUAR A LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN BASE A LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA.

La evaluación de los emprendimientos turísticos del destino es el resultado de una sistemática revisión bibliográfica, fortalecida con las entrevistas aplicadas a las autoridades y sustentada en los resultados de las encuestas dirigidas a los turistas. Además, el análisis y síntesis de esta información permitió identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que afectan directa e indirectamente al desarrollo turístico del cantón Pedernales para posteriormente plantear la ponderación y el respectivo cruce de variables, tomando en cuenta la Pandemia del Covid-19 como una de las principales amenazas, en la tabla 4.24 se muestra la respectiva Matriz FODA:

Tabla 4.24. Determinación de FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Actitud emprendedora	O1. Desarrollo de investigaciones por parte de las IES
F2. Presencia de extensas playas y recursos naturales diversos	O2. Existencia de ONGs que contribuyen al desarrollo de los emprendimientos comunitarios
F3. Variada capacidad hotelera y de restaurantes	O3. Financiamiento al emprendimiento turístico por parte de entidades gubernamentales
F4. Implementación de sello de seguridad en los emprendimientos	O4. Eventos de turismo desarrollados a nivel nacional.
F5. Promoción turística en redes sociales por parte del GAD del destino	O5. Promoción turística por parte del Gobierno Provincial de Manabí y el MINTUR.
F6. Inserción de la comunidad en las actividades turísticas	O6. Arribo de turistas internacionales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Ejecución no planificada de actividades turísticas	A1. Destinos competidores mejor posicionados.
D2. Falta de información turística	A2. Extensos y tediosos procesos burocráticos para conseguir financiamiento.
D3. Deficiencia de servicios básicos y públicos	A3. La imposición de intereses políticos sobre los intereses comunes de las comunidades.
D4. Falta de cooperación entre los emprendedores y autoridades del cantón	A4. Asignación limitada de presupuesto

MATRIZ DE FODA ESTRATÉGICO																
	OPORTUNIDADES						AMENAZAS						TG			
	O1	O2	O3	O4	O5	O6	T	A1	A2	A3	A4	A5	A6	T		
FORTALEZAS	F1.	1	2	3	1	1	1	9	2	1	1	1	3	1	9	
	F2.	2	2	1	3	2	3	13	3	1	1	1	1	1	8	21
	F3.	2	1	1	2	1	1	8	3	1	1	1	2	1	9	
	F4.	1	1	1	2	2	2	9	2	1	1	1	1	1	7	
	F5.	1	1	1	2	2	2	9	3	1	1	1	1	1	8	
	F6.	2	2	2	1	1	2	10	2	2	1	1	1	1	8	
	T	9	9	9	11	9	11	58	15	7	6	6	9	6	49	104
DEBILIDADES	D1.	3	3	1	1	1	2	11	2	2	1	2	1	1	9	20
	D2.	3	3	1	1	1	1	10	1	2	1	1	1	1	7	
	D3.	1	2	1	1	1	2	8	1	1	3	2	1	1	9	
	D4.	1	2	1	1	1	3	9	1	1	2	1	1	1	7	
	D5.	3	1	1	1	1	2	9	1	2	1	2	1	1	8	
	D6.	3	3	1	1	1	3	12	2	2	1	1	1	1	8	
	T	14	14	6	6	6	13	59	8	10	9	9	6	6	48	107
TG							24	114	23					97		
	D5. Inexistencia de marca turística						A5. Recesión económica.									
	D6. Informalidad de emprendimientos turísticos						A6. Efectos ocasionados por la pandemia									

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta la tabla 4.25. en donde las variables de cada elemento del FODA se combinaron (FO y FA) y (DO y DA) para realizar un análisis más completo de la situación, considerando además de la satisfacción de los visitantes la realidad del territorio y del sector turístico de Pedernales, pues tanto el sector público como privado son responsables del desarrollo del turismo y deben ser analizados para lograr un resultado adecuado.

Tabla 4.25. FODA estratégico cruzado

Fuente: Elaboración propia

Mediante la ponderación se evidencia un enfoque de la investigación centrado hacia estrategias adaptativas, al encontrarse posicionada con el mayor valor en este lugar, correspondiente a oportunidades y debilidades, del cuadrante mini-maxi, con un puntaje de 59. Además, se han seleccionado los aspectos relevantes del FODA estratégico cruzado, entre los que se encuentran: F2. presencia de extensas

playas y recursos naturales diversos; D1. informalidad de emprendimientos turísticos; O6. arribo de turistas internacionales y A1. destinos competidores mejor posicionados. Por lo tanto, se definen el problema y solución estratégicos:

Problema estratégico: si se incrementan los destinos competidores con mejor posicionamiento, teniendo en cuenta la informalidad de emprendimientos turísticos, aunque se disponga de extensas playas y recursos turísticos diversos, se dificulta el arribo de turistas internacionales.

Solución estratégica: aprovechando plenamente la presencia de extensas playas y recursos turísticos diversos, así como el arribo de turistas internacionales al país, se realizarán propuestas que diferencien al destino Pedernales frente a sus competidores, con un enfoque especial en la reducción de la informalidad en establecimientos dedicados al turismo.

4.3. ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DEL DESTINO

Este apartado se compone de dos resultados relevantes, por una parte, se estructuraron los lineamientos estratégicos que generan competitividad y las acciones a seguir para llevar a cabo toda la planificación. El enfoque está claramente definido para el destino y los emprendimientos, en donde cada actor ejecuta lo que le compete, considerando además la articulación entre ambos sectores pues esto es clave para el correcto funcionamiento del plan propuesto.

4.3.1. ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

La competitividad de los emprendimientos turísticos se puede lograr si se articulan estrategias con el sector público también, pues tanto los emprendimientos como las autoridades es importante que ejecuten acciones desde su ámbito de participación o alcance. Por esta razón, tomando en cuenta el análisis estratégico del apartado anterior, en la tabla 4.26. se consideraron las debilidades y oportunidades, para identificar las áreas en las que debe intervenir cada sector.

Tabla 4.26. Áreas estratégicas a intervenir

Debilidades	Aprovechamiento de oportunidades	Áreas a intervenir (Sector público)	Áreas a intervenir (Sector privado)
Ejecución no planificada de actividades turísticas	Asesoramiento en planificación turística sostenible por profesionales.	Político Sostenibilidad Recursos turísticos Innovación	Legal Sostenibilidad Recursos turísticos Innovación
Falta de información turística	Desarrollo de investigaciones por parte de las IES.	Cooperación	Cooperación
Deficiencia de servicios básicos y públicos	Asignación presupuestaria para ejecución de obras públicas.	Político Servicios públicos	Infraestructura privada
Falta de cooperación	ONG's que contribuyen al desarrollo de los emprendimientos comunitarios.	Capital Humano	Capital Humano
Inexistencia de marca turística	Eventos de turismo desarrollados a nivel nacional. Arribo de turistas internacionales con alto poder adquisitivo. Promoción turística de la provincia.	Imagen Promoción y comunicación Comercialización	Imagen Promoción y distribución Comercialización
Informalidad de emprendimientos turísticos	Financiamiento al emprendimiento turístico por parte de entidades gubernamentales.	Político	Legal

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.27. se han organizado las diez áreas estratégicas a intervenir tanto del sector público como el privado, con la finalidad de definir las estrategias sobre las cuales se va a centrar el plan de acción del apartado 4.3.2.

Tabla 4.27. Matriz de estrategias de competitividad

Áreas estratégicas a intervenir (sector público y privado)	Estrategias de competitividad
Político/legal	Sector público: Establecer las condiciones políticas, legales y económicas que posibiliten la formalidad de los emprendimientos turísticos mediante requisitos de fácil acceso. Sector privado: Acceder o permanecer en el cumplimiento de permisos de la actividad turística.
Cooperación	Fomentar acciones de cooperación entre el sector público y privado.
Capital humano	Desarrollar las capacidades de las personas que integran el sector turístico del cantón.
Sostenibilidad	Promover la sostenibilidad desde los ámbitos ambiental, socio-cultural y económico.
Servicios públicos/ Infraestructura privada	Implementar acciones para la mejora de infraestructura e imagen del destino y emprendimientos de turismo.
Recursos turísticos	Preservar los recursos turísticos actuales y potenciales que incentiven el desplazamiento de la demanda.
Innovación	Generar productos y servicios turísticos innovadores que motiven el consumo turístico.
Imagen	Fomentar el reconocimiento del destino y sus emprendimientos mediante la identidad visual.

Promoción y comunicación/distribución	Promover el destino y los establecimientos turísticos mediante contenido de valor para la mejora de la percepción de los visitantes.
Comercialización	Desarrollar acciones que permitan la comercialización de los productos y servicios turísticos.

Fuente: Elaboración propia

Las estrategias planteadas tienen como finalidad reducir el nivel de informalidad en el sector turístico, de manera que los servicios prestados se adapten a estándares de calidad y seguridad adecuados para el visitante; siendo oportuna la cooperación entre el sector público y privado durante la ejecución de cada uno de los lineamientos estratégicos. Aspectos como el fortalecimiento y asesoría al capital humano son claves para alcanzar con éxito los demás componentes, pues el conocer la importancia y manejo correcto de la actividad turística, genera empoderamiento y participación en temas sensibles como la sostenibilidad y preservación de los recursos turísticos. Así mismo, la innovación es necesaria para motivar el desplazamiento, por lo tanto, contar con infraestructura disponible resulta primordial en el desarrollo de las actividades y la percepción de la imagen del destino, pues teniendo estos componentes gestionados óptimamente, los procesos de promoción, comercialización, distribución y comercialización deben realizarse siempre en base a las necesidades, tendencias y el uso de tecnologías de información y comunicación.

4.3.2. PLAN DE ACCIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DEL DESTINO

El siguiente plan de acción tiene como objetivo establecer los lineamientos estratégicos a seguir por parte de los sectores público y privado articulando actividades multidisciplinarias para el posicionamiento del cantón Pedernales, esto aporta significativamente en la imagen del destino y la percepción del desarrollo de emprendimientos turísticos sostenibles, mejorando los ingresos provenientes de actividades turísticas e influyendo positivamente en la calidad de vida de la población local.

La propuesta del plan de acción tendrá una duración de dos años para la ejecución, tal como se muestra en el cronograma del anexo 18., así mismo se encuentra establecido el presupuesto estimado (ver tablas 4.28 y 4.29) para las acciones en

el ámbito público, con un total de \$130.630 y en el caso del privado se omitió este apartado, al ser un sector dentro del cual existen varias actividades y la aplicación de cada acción dependerá de las veces que se considere necesario utilizar; pues probablemente en ciertos establecimientos ya se encuentren aplicando algunas actividades, por lo tanto sería innecesario colocar un monto general, pues esto obedece al análisis de cada emprendimiento.

Entre las acciones que más destacan del sector público se encuentran la ordenanza para la legalización de emprendimientos (\$1.000), el programa de turismo responsable y sostenible (\$6.000) los cuales se realizarán entre los cuatro primeros meses. Con respecto al proyecto de mejora vial y de accesibilidad (\$19.800) y el proyecto de ampliación de cobertura de servicios básicos (\$50.400) se ejecutarán desde mediados hasta finales del año uno. Para mayo, junio y julio se implementará la señalética y facilidades turísticas (\$6.000). El diseño de nuevos productos turísticos (\$800) y la creación de marca (\$1.000) se llevarán a cabo en el primer febrero y se revisará la cartera de productos en ese mismo mes, pero del segundo período. En cuanto al programa de capacitaciones (\$1.600) se dictará en ocho ocasiones simultáneamente dentro de los dos años planificados. La publicidad online (\$1.200) se desarrollará en seis ocasiones y la ejecución de ferias de turismo (\$12.000) fueron establecidas para cuatro diferentes fechas del plan.

Por otra parte, entre las estrategias más relevantes para el sector privado se establecieron el cumplimiento de los requisitos de funcionamiento, educación a sus colaboradores y usuarios, participación en conjunto a otras organizaciones y entidades, capacitación continua, actualización de productos y servicios turísticos; así mismo es importante cuidar la imagen de su establecimiento, aplicar nuevas tendencias para la promoción, comunicación, distribución y comercialización. La mayoría de estas acciones se realizan durante todo el año pues es un proceso del cual se depende para mantener la actividad y sostenibilidad del emprendimiento en el mercado.

Tabla 4.28. Estrategias sector público

SECTOR PÚBLICO			
RESPONSABLES: GAD y Departamento de Turismo del cantón Pedernales.			
ESTRATEGIAS	ACCIONES	PRESUPUESTO	
		MENSUAL	ANUAL
E1. Establecer las condiciones políticas, legales y económicas que posibiliten la formalidad de los emprendimientos turísticos mediante requisitos de fácil acceso.	Desarrollo de una ordenanza que facilite la legalización de emprendimientos turísticos.	500	1000
	Asignación de recursos económicos para el apoyo a emprendimientos sostenibles.	2000	4000
	Entrega de financiamiento para el posicionamiento de la imagen del destino.	10000	10000
E2. Fomentar acciones de cooperación entre el sector público y privado.	Elaboración de acuerdos o convenios con ONGs, IES, asociaciones turísticas e instituciones interesadas en el desarrollo turístico.	400	800

E3. Desarrollar las capacidades de las personas que integran el sector turístico del cantón.	Capacitación al personal del departamento de turismo para que el equipo demuestre competencia en sus funciones.	500	1000
	Ejecución de un programa de capacitaciones destinado a los prestadores de servicios turísticos.	200	1600
E4. Promover la sostenibilidad desde los ámbitos ambiental, socio-cultural y económico.	Ejecución de un programa de turismo responsable y sostenible.	2000	6000
E5. Implementar acciones para la mejora de infraestructura e imagen del destino.	Desarrollo de un proyecto para la mejora de vialidad y accesibilidad hacia sitios de interés turístico.	2200	19800
	Implementación de señalética y facilidades turísticas en el destino como baños, duchas, área de picnic, zona de camping, senderos, pasamanos, entre otros.	2000	6000
	Propuesta de un proyecto para la ampliación de la cobertura de servicios básicos en la ruralidad.	7200	50400
E6. Preservar los recursos turísticos actuales y potenciales que incentiven el desplazamiento de la demanda.	Convocatoria a la ciudadanía para la limpieza de los recursos turísticos con el apoyo de voluntarios y asociaciones de turismo.	100	400

	Fomento a la apertura de nuevos sitios de interés turístico rural y con gran potencialidad.	100	200
E7. Generar productos y servicios turísticos innovadores que motiven el consumo turístico.	Diseño de nuevos circuitos, rutas y productos turísticos.	400	800
	Creación de una fanpage o redes sociales para difundir acciones del sector turístico.	30	30
E8. Fomentar el reconocimiento del destino y sus emprendimientos mediante la identidad visual.	Desarrollo de la marca turística del cantón Pedernales, previo a un estudio técnico.	1000	1000
E9. Promover el destino y los establecimientos turísticos mediante contenido de valor para la mejora de la percepción de los visitantes.	Promoción de las ventajas competitivas como la presencia de la playa más extensa de Manabí.	100	200
	Creación de un segmento audiovisual que proyecte la oferta y potencialidad del sector turístico.	5000	5000
	Elaboración de publicidad online pagada sobre los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos.	200	1200
	Ejecución de ferias, eventos y workshops de turismo realizados localmente.	3000	12000

	Invitación de personas o entidades influyentes del turismo para la difusión del destino.	1000	2000
	Comunicación a través de las redes sociales acerca de todos los resultados positivos que se van desarrollando del presente plan de acción.	50	1200
E10. Desarrollar acciones que permitan la comercialización de los productos y servicios turísticos.	Asistencia a eventos turísticos provinciales y nacionales para la promoción del destino.	100	2400
	Participación mediante conferencia y/o stand en ferias de turismo que permitan el posicionamiento del destino en diversos territorios.	400	2400
	Entrega de material promocional del destino a los visitantes potenciales.	50	1200
TOTAL			\$130.630

Fuente: Elaboración propia

Los impactos que se generan si el sector público aplica los lineamientos propuestos se verán reflejados directamente en la percepción de la imagen del cantón por parte no solo de las habitantes, sino también de personas externas; quienes evidenciarán que se ha obtenido financiamiento y desarrollado mecanismos legales (ordenanza), facilitándoles el ordenamiento turístico y

control territorial frente a la informalidad, asesorando a los prestadores en su camino hacia la oferta de servicios con mayor nivel de calidad y seguridad, a través de capacitaciones dictadas por un departamento de turismo capacitado y comprometido con el desarrollo de las habilidades locales y el empoderamiento del sector turístico a través de proyectos enfocados en la mejora de la infraestructura, protección de los recursos turísticos, generación de productos innovadores y promoción del destino, logrando con todo esto el desarrollo sostenible del territorio y obtención de mayor reconocimiento del destino Pedernales.

Tabla 4.29. Estrategias sector privado

SECTOR PRIVADO			
RESPONSABLES: Emprendimientos de turismo y asociaciones turísticas.			
ESTRATEGIAS	ACCIONES	PRESUPUESTO	
		MENSUAL	ANUAL
E1. Acceder o permanecer en el cumplimiento de permisos de la actividad turística.	Cumplimiento de los requisitos de funcionamiento establecidos por las autoridades competentes.	El presupuesto dependerá del tamaño del establecimiento, el tipo de negocio, su capacidad de inversión dentro de cada actividad y la frecuencia que considere necesaria, por	
E2. Fomentar acciones de cooperación entre el sector público y privado.	Participación activa en las convocatorias realizadas por el GAD.		
	Colaboración con las asociaciones de turismo en la ejecución de acciones planteadas para el desarrollo del sector.		

E3. Desarrollar las capacidades de las personas que integran el sector turístico del cantón.	Asistencia a las capacitaciones convocadas por el departamento de turismo.	esta razón se pone en consideración de cada uno de los emprendimientos turísticos.
	Educación al personal sobre una cultura de excelente servicio y trato cordial al cliente.	
	Capacitación a los colaboradores, en temáticas que considere pertinente fortalecer según su tipo de negocio.	
E4. Promover la sostenibilidad desde los ámbitos ambiental, socio-cultural y económico.	Implementación de prácticas amigables con el medio ambiente dentro de los establecimientos.	
	Sensibilización del personal y los clientes sobre el cuidado hacia los recursos naturales y culturales mediante infografía u otros elementos.	
	Apoyo a la inserción laboral de miembros de la comunidad y fortalecimiento de su actitud de servicio.	
	Aplicación de protocolos de sanidad y bioseguridad.	
	Presentación de productos y servicios de calidad.	

	<p>Aplicación de promociones, descuentos y ofertas en fechas especiales.</p> <p>Uso de registros contables que le permita conocer si su negocio está siendo rentable.</p>	
E5. Implementar acciones para la mejora de infraestructura e imagen de los emprendimientos de turismo.	<p>Ejecución de las actividades en una infraestructura segura.</p> <p>Mantenimiento de las instalaciones en buen estado.</p>	
E6. Preservar los recursos turísticos actuales y potenciales que incentiven el desplazamiento de la demanda.	<p>Participación de mingas en la playa u otro espacio turístico que se encuentre cercano a su establecimiento.</p> <p>Promoción de los recursos turísticos del cantón, en especial los cercanos al establecimiento, integrando los productos o servicios ofrecidos por su emprendimiento.</p>	
E7. Generar productos y servicios turísticos innovadores que motiven el consumo turístico.	<p>Mejoramiento de los productos o servicios turísticos con los que cuenta.</p>	
E8. Fomentar el reconocimiento del emprendimiento mediante la identidad visual.	<p>Generación y/o fortalecimiento de la identidad del establecimiento por medio de una marca propia.</p>	

	Identificación del negocio por un rótulo o pancarta visualmente agradable.	
	Utilización de una vestimenta o uniforme adecuado a las actividades que realiza el personal.	
E9. Promover los establecimientos turísticos mediante contenido de valor para la mejora de la percepción de los visitantes.	Uso de con canales de comunicación modernos y actualización constante.	
	Publicación de imágenes y videos con calidad adecuada sobre los productos o servicios que se ofrecen.	
	Incentivo a la compra mediante publicidad pagada en redes sociales.	
	Afiliación a OTAs de ser necesario.	
	Generación de alianzas con otros prestadores de servicios turísticos para la oferta de productos turísticos.	
	Difusión de las experiencias positivas que han recibido los clientes.	

	Empleo de la técnica de feedback con el cliente para la identificación de aspectos a mejorar.	
	Comunicación de todas las gestiones positivas realizadas por el establecimiento que generen una perspectiva de emprendimiento responsable.	
E10. Desarrollar acciones que permitan la comercialización de los productos y servicios turísticos.	Uso de las formas y métodos de pago más adecuados para el emprendimiento y el cliente.	

Fuente: Elaboración propia

Los impactos que se generan si el sector privado aplica los lineamientos propuestos se verán reflejados directamente en el manejo sostenible de los emprendimientos turísticos, siendo fundamental la participación conjunta con el sector público en los proyectos que apoyen a los establecimientos en el desarrollo de sus capacidades técnicas, con la finalidad de ofrecer servicios adaptados a las necesidades del turista y con una atención de calidad. De la misma manera el aprendizaje en las capacitaciones mejorará los procesos de creación de productos, promoción, distribución y comercialización. Con respecto a la protección del patrimonio, es necesario el involucramiento de los emprendedores, pues sin recursos limpios, cuidados y seguros es difícil generar motivación para el desplazamiento de la demanda y por ende se ven perjudicados los negocios turísticos del destino. El desarrollo sostenible de los establecimientos nace desde la voluntad del emprendedor, quien para lograrlo planifica y gestiona constantemente sus estrategias y ve los proyectos del sector público como oportunidades para ser aprovechadas con la finalidad de mejorar, innovar y crecer.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ❖ Se concluye mediante el diagnóstico situacional de los emprendimientos que el territorio estudiado tiene recursos potenciales considerados por el sector turístico para sus actividades, sin embargo, los deficientes servicios básicos e informalidad de los emprendimientos sobre todo en áreas rurales dificulta el desarrollo del turismo. Pedernales ha demostrado ser un destino resiliente, pues luego del 16A presenta la mayoría de su infraestructura turística restaurada y recientemente con la pandemia, algunos emprendedores han realizado un gran esfuerzo por implementar el sello de seguridad otorgado por el GAD, además han buscado actualizarse, seguir las tendencias y aplicar los conceptos básicos de la tecnología en redes sociales a favor de sus establecimientos.
- ❖ Por medio del estudio de mercado se concluye que la presencia de establecimientos de restauración y alojamiento son predominantes, aunque el adecuado catastro de los mismos es clave para el beneficio y planificación de estos sectores; adicional a ello, se destaca la existencia de personal de guianza capacitado para realizar turismo sostenible dentro de las áreas protegidas, sin embargo, la extensa presencia de sus playas hace que el turismo de sol y playa siga siendo uno de los más realizados por la demanda, quienes generalmente forman parte del turismo interno de la provincia de Manabí y son un segmento joven, esto indica que el destino se proyecta con una imagen de turismo tradicional, lo cual afecta en la conservación de los recursos turísticos, pues de los 18 que existen, solo 11 se encuentran conservados y consecuencia de esto, las actividades turísticas a largo plazo se ven afectadas, por lo tanto, la planificación sostenible es clave para mejorar la imagen y desarrollar en el territorio un turismo responsable.
- ❖ En conclusión, el diseño de las 20 estrategias de tipo adaptativas es de gran importancia, porque permiten el aprovechamiento de las oportunidades reduciendo las debilidades y a la vez la construcción de un plan de acción definido por 24 actividades para el sector público y 30 en el caso del privado,

mediante acciones multidisciplinarias a desarrollarse en el lapso de 2 años con un presupuesto estimado de \$130.630. La ejecución de esta planificación aporta a la mejora de la imagen del destino y la percepción del desarrollo de los emprendimientos turísticos rurales de Pedernales.

RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda al GAD de Pedernales coordinar la ampliación de la cobertura de servicios de agua potable, alcantarillado, electricidad e internet con las entidades públicas correspondientes, pues este tipo de prestaciones básicas en la actualidad son necesarias en la actividad turística e incentivan la creación de nuevos emprendimientos. Por otra parte, resulta fundamental que incentiven la legalización de establecimientos y servicios turísticos informales mediante beneficios atractivos para los emprendedores.
- ❖ Es recomendable que el MINTUR y departamentos de turismo del GAD cantonal y provincial cuenten con información actualizada acerca de los emprendimientos de turismo de Pedernales, de tal forma que se planifiquen actividades a favor de los prestadores de servicios turísticos, por lo tanto, resulta importante también el accionar de los emprendedores en coordinación con las autoridades, quienes en conjunto son los responsables de alinear la oferta de productos a los principios de sostenibilidad, además de comunicar sus potencialidades para lograr una mejora de la imagen del destino.
- ❖ Se recomienda a la ESPAM MFL socializar detalladamente el plan de acción propuesto con los involucrados en el sector turístico de Pedernales, así como brindar asesoramiento técnico durante las etapas de ejecución. Recomendando a las autoridades del cantón adoptar este documento como una oportunidad para el posicionamiento de la imagen del destino y a los prestadores de servicios la posibilidad de desarrollar emprendimientos sostenibles, pues esto beneficia al turismo local y mejora de forma directa e indirecta la calidad de vida de la población.

BIBLIOGRAFÍAS

- Alcántara, M.; y Oliveira, S. (2017) Relación entre la percepción del desarrollo sustentable y la imagen del lugar según los residentes de un destino de turismo internacional. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26 (1), 128-149. DOI: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6324200>
- Alcívar, B, Zamora, Y, Montesdeoca, M, y Loor, Y (2018). Análisis de las propuestas de reactivación económica para el sector turístico de Manabí, post 16 a. *Revista ECA*, 10(1), 132-146. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/download/1337/1837/>
- Alean, A.; Del Río, J.; Simancas, R.; Rodríguez, C. (2017). Enterpreunership as a Strategy for Human and Social Development? *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 107-123. DOI: <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.1470>
- Andy, S.; y Jumbo, A. (2019) Relación de la capacidad innovadora en la autoeficacia emprendedora de los prestadores de servicios turísticos del cantón Tena. (Tesis de Pregrado). Universidad Estatal Amazónica, Puyo. EC.
- Arellano, H. (2017) La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Ciencias económicas y empresariales*, 3 (1), 72-83. DOI: 10.23857/dc. v3i3 mon.627
- Arturo, E. (2020). Sistema de indicadores para un modelo de gestión sostenible en emprendimientos turísticos en las comunidades de la Costa Norte de Manabí. (Tesis de Pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López". Calceta, Manabí, Ecuador.
- Asamblea Nacional República del Ecuador (2020) Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Suplemento del Registro Oficial No. 151. Disponible en https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf
- Barragán, M.; y Ayaviri, V. (2017) Innovación y Emprendimiento, y su relación con el Desarrollo Local del Pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *Información tecnológica*, 28(6), 71-80. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000600009>
- Bayas, J.; y Mendoza, M. (2017) Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador. *Ciencias económicas y empresariales*, 4(2), 81-102. Doi: https://dominiodelasciencias.com/ojs/public/journals/1/homeHeaderTitleImage_es_AR.png
- Bravo, J.; y Ortiz, M. (2021) Marketing del turismo rural en la sostenibilidad económica de los emprendimientos rurales de Manabí. (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López". Calceta, Manabí, Ecuador.

- Burgos, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Hallazgos*, 13(26), 193-214. DOI: <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/hallazgos/article/view/3162/html9>
- Castro, J.; Palacios, J.; y Plazarte, L. (2020) Imagen del destino desde la perspectiva del turista. *Turismo y Sociedad*, 26(1), 45-66. DOI: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7530310>
- Cervantes, S. (2017). Análisis de la imagen turística proyectada y percibida del destino Ecuador. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Pichincha, EC.
- Chávez, C. (2017) Del gran estado a la gran empresa: análisis de la marca local “Primero Ecuador” y de la marca país “Ecuador Ama La Vida” y sus implicaciones en la constitucionalidad de las soberanías alimentaria, económica, y en las relaciones internacionales del estado. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Pichincha, EC. Disponible en <http://8.242.217.84:8080/xmlui/handle/123456789/3025>
- Chirinos, Y.; Meriño, B.; Martínez, C.; y Pérez, C. (2017). Sustainable Entrepreneurship for the Economic Development of SMEs. *Revista Espacios*. 39(7). 3-13. Doi: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p03.pdf>
- Chirinos, Y.; Meriño, V.; y Martínez, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista EAN*, 84(1), 43 - 61. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1916>
- Díaz, M.; y Fernández, A. (2020). Gestión de gobierno, educación superior, ciencia, innovación y desarrollo local. *Retos de la Dirección*, 14(2), 5-32. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v14n2/2306-9155-rdir-14-02-5.pdf>
- Dieckow, L. (2017). Los emprendedores en turismo. Las nuevas generaciones y los desafíos y oportunidades ante coyunturas económicas cambiantes. XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultura. Recuperado de <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/21-los-emprendedores-en-turismo.pdf>
- Efiempresa. (2019) Emprendimiento e Innovación para Satisfacer Mercados. Emprendimiento e innovación. [Mensaje en un Blog]. Disponible en: <https://efiempresa.com/blog/efiempresa-emprendimiento-e-innovacion/>
- Félix, G; Campos, S; Martí, J. y Mejía, M. (2017). Recuperación de destinos turísticos post terremoto: revisión del caso Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22 (80), 1-16. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055967006/29055967006.pdf>

- García, A.; Serrano, R.; Osorio, M.; López, E. (2016). Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec, México. *Turismo y Sociedad*, 16(1),43-65. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261186008>
- García, D. (2019). Modelo de emprendimiento para el desarrollo del turismo comunitario en zonas afectadas por el terremoto - Costa de Manabí. (Tesis de Pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López". Calceta, Manabí, Ecuador.
- García, N. (2018). Evaluar los recursos turísticos para el desarrollo sostenible del turismo comunitario en la región de la costa norte de Manabí. II Seminario Internacional de Turismo Sostenible, Quevedo - Ecuador. Recuperado de https://cidecuador.org/wp-content/uploads/congresos/2018/ii-seminario-internacional-de-turismo-sostenible/diapo/evaluacion-de-los-recursos-turisticos-para-el-desarrollo-sostenible-del-turismo-comunitario-en-manabi_nelson-garcia.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Pedernales (GADMCP). (2018). Plan de Desarrollo Turístico. Recuperado de <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/PD-TURISMO-GAD-PEDERNALES-2018-final-ilovepdf-compressed.pdf>
- Gobierno Provincial de Manabí (2020). Turismo. Recuperado de <https://www.manabi.gob.ec/turismo-manabi>
- Higgins, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623, DOI: 10.1080/14616688.2020.1757748
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2020). Proyecciones poblacionales. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Lazo, C.; Bastidas, M.; Aguilar, F; Calle, M. (2017) The tourism potential and its entrepreneurship opportunities. Passage case. *INNOVA Research Journal*, 2(8), 1-21. DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.32>
- Lectóng, L. (2017). Programa de promoción para fomentar el desarrollo turístico en el distrito Jama - Pedernales, Manabí- Ecuador. (Tesis de Pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Feliz López". Calceta, Manabí, EC.
- Loor, G. (2020). Modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en comunidades de la costa norte de Manabí. (Tesis de Pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Feliz López". Calceta, Manabí, EC.
- Loor, Y. (2018). Análisis de las propuestas de reactivación económica para el sector turístico de Manabí, Post 16 A. (Tesis de Pregrado). Escuela Superior

- Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”. Calceta, Manabí, Ecuador.
- Lucas, C.; Salazar, C.; y Loor, C. (2019) Social entrepreneurship in community tourism in the Province of. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 21(3), 661-680. DOC: Dialnet-ElEmprendimientoSocialEnElTurismoComunitarioDeLaPr-7041198.pdf.
- Mendoza, G. (2019). Estudio de la satisfacción de los visitantes para la mejora de la oferta turística en el destino Manta. (Tesis de Pregrado). Escuela Superior Politécnica de Manabí “Manuel Félix López”. Calceta, Manabí, Ecuador.
- Mendoza, M.; y Loja, S. (2018). Emprendimientos sociales: turismo en la costa ecuatoriana. *Revista Academia & Negocios*, 4(1) 81-92. DOI: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5608/560863073009/html/index.html>
- Mera, E. (2019). Caracterización del turista que visita el cantón Pedernales para el planteamiento de estrategias de diversificación de productos turísticos. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” Calceta, Manabí, Ecuador. <https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/handle/42000/1050#:~:text=El%20perfil%20del%20cliente%20levantado,y%20de%20la%20regi%C3%B3n%20Siererra>.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). Reporte de llegadas de turistas internacionales. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Monge, J.; y Yagüe, R. (2016). El Desarrollo Turístico Sostenible. Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25 (1), 57-72. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180743275004>.
- Mora, M.; y Martínez, F. (2018) Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad Desarrollo*. 1(31), 27-46. doi: <http://dx.doi.org/10.19052/ed.4375>
- Morales, X.; Morales, D.; Hong, E. (2017). Emprendimiento social en el sector del turismo comunitario: una primera aproximación al caso de las comunidades indígenas del Ecuador. *Revista Iberoamericana de Turismo RITUR*, 7(9), 105-120. doi: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/3322>
- Morillo, M. (2018). Entre el querer y el saber hacer: ULA promueve emprendimientos turísticos. I Conversatorio con emprendedores turísticos del estado Mérida. *Experiencias y éxitos. Visión Gerencial*, 17(2), 327- 335. Recuperado de <http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/681/12892-21921925825-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nevárez, M. (2018). Plan de desarrollo turístico sostenible para el fortalecimiento de la actividad turística post terremoto en la región costa norte de Manabí.

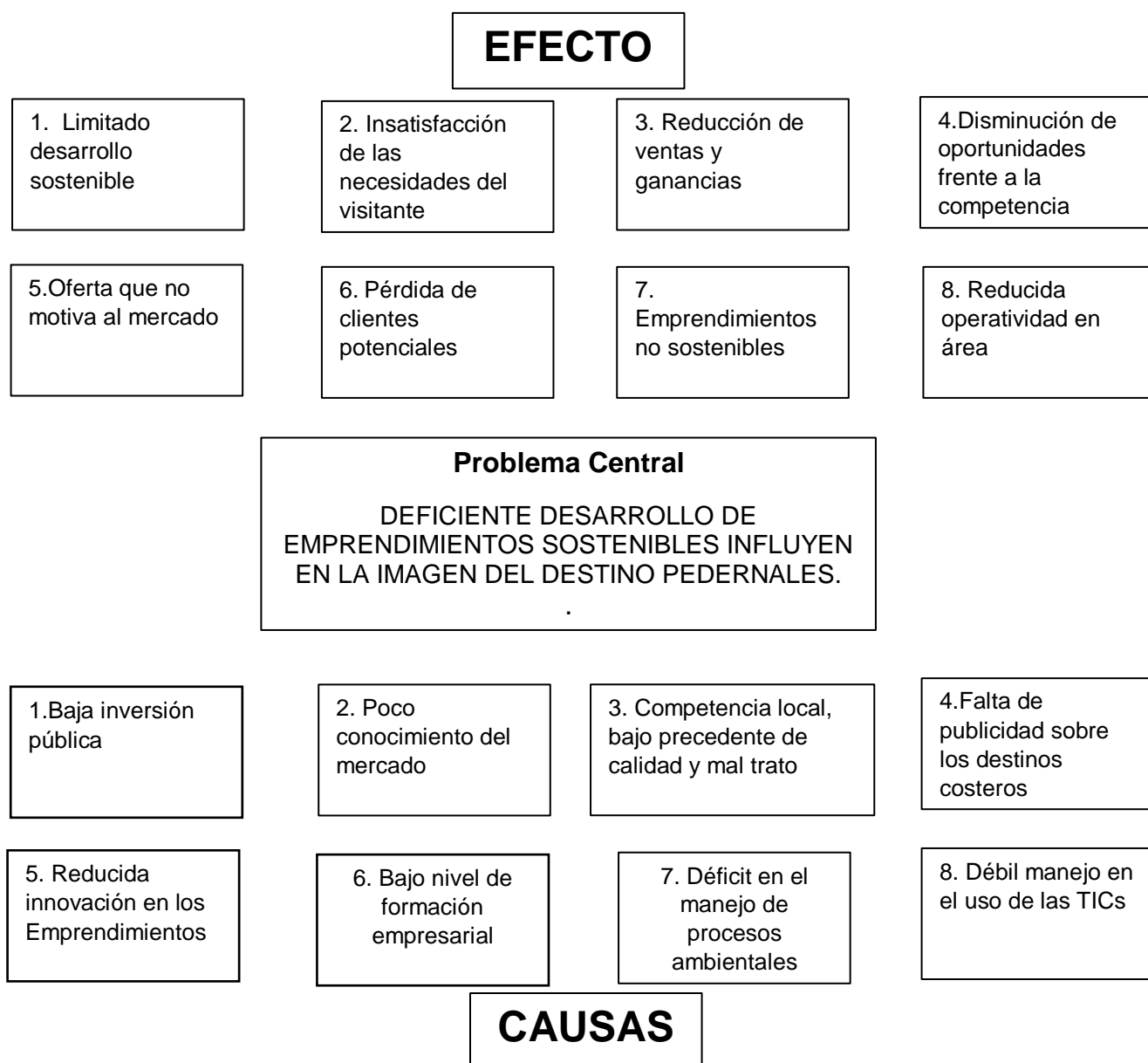
- (Tesis de Pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Feliz López". Calceta, Manabí, EC.
- Núñez, J.; y Fernández, A. (2016). Convergiendo en el enfoque de sistemas de innovación: a propósito de GUCID y PIAL. Villa Clara, Cuba: Editorial Feijóo.
- Oyarvide, H.; Nazareno, I.; Roldán, A.; Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. Retos de la dirección, 10(1), 71-93. Disponible en <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n1/rdir06116.pdf>
- Pitre, R. Rodríguez, J., Hernández, H. & Cardona, D. (2017). Emprendimiento competitivo y productivo como renovador del sector salud en la región Caribe. Revista Espacios, 38(42), 7- 16. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n42/a17v38n42p07.pdf>
- Polanco, D.; Araujo, M.; Portugal, C.; Guamialamá, J.; Valdés, M.; Salazar, D. (2020). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Siembra, 7 (1), 60-69. DOI: 10.29166/siembra.v7i1.1714
- Primo, W.; y Turizo, H. (2017) Emprendedor y empresario una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. Management Review, 2(1). 1-32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5822214>
- República del Ecuador (2010). Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización. Recuperado de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf
- Riverós, M. (16 de junio de 2018). Por qué emprender en turismo sostenible. Entrepreneur. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/316689>
- Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. Katharsis, (21), 449-479. <https://doi.org/10.25057/25005731.775>
- Romero, M. (2016). La imagen del destino turístico como herramienta de gestión. Estudio aplicado a las comunidades costeras del Guayas. (Tesis de Pregrado). Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Samborondón, Guayas. EC.
- Salas, L.; y Villacis, A. (2018) Impacto turístico que genera la Marca País "Ecuador ama la vida". Dominio de las ciencias, 4 (1), 603-618. Doi: <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Santana, B. (2021). Plan de Difusión y Promoción Turística del Rancho Pablito, Comunidad Chindul, Parroquia Cojimies, Cantón Pedernales – Manabí. (Tesis de pregrado). Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Manabí, Ecuador. http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2762/1/Santana_Bianny_2021.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida. Aprobado el 22 de

septiembre de 2017, Resolución N° CNP-003-2017. Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Ecuador.

- Sigala, M. (2020). Turismo y COVID-19: impactos e implicaciones para el avance y el restablecimiento de la industria y la investigación. *Revista de Investigación empresarial*, 117(1), 312–321. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303908>
- Toselli, C.; Takats, A.; y Traverso, L. (2020). Análisis de la sostenibilidad en emprendimientos turísticos ubicados en áreas rurales y naturales. estudios de caso en la provincia de Entre Ríos, Argentina. *Cuadernos de Turismo*, 45(1), 461- 489. DOI: <http://doi.org/10.6018/turismo.426211>
- Ureta, H. (2021). Evaluación de los emprendimientos en la satisfacción de la demanda turística costa norte de Manabí post terremoto. (Tesis de Pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Feliz López”. Calceta, Manabí, EC.
- Zaldívar, M.; Mayor, A.; y Martínez, A. (2019). Ecosistema emprendedor y pequeños negocios privados en el Centro Histórico de La Habana. *Economía y Desarrollo*, 161(1), 1-18. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S02528584201900010001&lng=es&tlng=pt.
- Zamora, C. (2017) La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revistas Espacios*, 39(79), 1-15. DOI: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Árbol del problema



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Matriz de consistencia

TEMA: PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES.						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICES	HERRAMIENTAS DE RECOLECCION DE DATOS
¿De qué manera evaluar la percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles permite la valoración de la imagen del destino Pedernales?	Evaluar la percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles y su incidencia en la imagen del destino Pedernales.	Si se evalúa la percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles, entonces es posible, una valoración de su incidencia en la imagen del destino Pedernales.	X: Percepción del desarrollo de emprendimientos sostenibles INDEPENDIENTE	Emprendimientos turísticos	N° de emprendimientos turísticos, % de percepción de desarrollo turístico	Encuesta/ Entrevista
				Emprendimientos sostenibles	N° de emprendimientos sostenibles, % de sostenibilidad	Encuesta/ Entrevista
				Planes de desarrollo de emprendimientos	% de desarrollo de los planes, n° de herramientas para el desarrollo de emprendimientos	Encuesta/ Entrevista
				Manejo de emprendimientos	% de cumplimiento del manejo de los emprendimientos	Encuesta/ Entrevista
			Y: Imagen del destino Pedernales DEPENDIENTE	Innovación de emprendimientos	N° de emprendimientos turísticos innovados, % de facilidades turísticas.	Encuesta/ Entrevista
				Fortalecimiento de marketing turístico	% de estrategias de marketing, % de fortalecimiento turístico	Encuesta/ Entrevista
				Plan de marketing	% De desarrollo de los planes, N° de herramientas para promoción turística	Encuesta/ Entrevista
				Diseño de imagen del destino	Cantidad y detalles de herramientas tecnológicas para la imagen del destino	Encuesta/ Entrevista

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Ficha de caracterización

DATOS GENERALES DEL CANTÓN PEDERNALES	
Fecha de Fundación	_____
Localización astronómica -Latitud	_____ _____
Ubicación	_____ _____
Limites	_____ _____
Coordenadas	_____
Superficie	_____
Demografía	_____
Temperatura	_____
Altitud	_____
Hidrografía	_____
División Política	_____

Anexo 4. Cuestionario de entrevista al GAD



La presente entrevista se realiza como parte del proceso de recopilación de información para el desarrollo de una tesis tiene como tema “PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES”. Por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

Objetivo: Analizar la oferta de los emprendimientos turísticos del destino Pedernales

ENTREVISTA AL GAD

1. ¿Cuál es la situación actual de la actividad turística en el cantón? Describa las principales potencialidades y problemáticas de la misma.
2. ¿Existe un registro actualizado de los emprendimientos? Si su respuesta es afirmativa, ¿Qué cantidad o porcentaje de emprendimientos pudieran estar operando de manera informal?

3. ¿Qué proyectos desde el GAD apoya a los emprendimientos turísticos del Cantón?
4. ¿Qué estrategias utiliza el GAD para la promoción y el posicionamiento de los emprendimientos turísticos del cantón frente al Covid-19?
5. ¿De qué manera llevan a cabo la promoción turística de los emprendimientos del cantón Pedernales?
6. ¿Se conoce cuál es el nivel de empleabilidad de los emprendimientos turístico de Pedernales?
7. ¿Cree Ud. que se han generado impactos positivos o negativos con el desarrollo de emprendimientos turísticos en Pedernales?

¿Existen normativas o reglamentos supervisen los impactos ambientales que producen los emprendimientos que se desarrollan en el cantón? Argumente su respuesta

Anexo 5. Cuestionario de entrevista al Ministerio de Ambiente



La presente entrevista se realiza como parte del proceso de recopilación de información para el desarrollo de una tesis tiene como “PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES”. Por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

Objetivo: Analizar la oferta de los emprendimientos turísticos del destino Pedernales

ENTREVISTA A MINISTERIO DEL AMBIENTE

1. ¿Cuál es la relación existente entre el Ministerio del Ambiente con el departamento de turismo?
2. ¿De qué manera la actividad turística interviene dentro del área protegida?
3. ¿De qué manera tratan los residuos sólidos generados por la actividad turísticas?
4. Existe algún seguimiento para verificar el cumplimiento de las normativas que deben llevar a cabo los emprendimientos que se desarrolla en la actividad turísticas
5. ¿Existe algún plan de acción para fomentar la conservación en las áreas protegidas del cantón?

6. ¿Existe un equilibrio de fuerza laboral entre los ministerios relacionados con la actividad turística?
7. ¿Cuáles son los mecanismos de control y seguimientos ambientales aplicados en el cantón?
8. ¿Qué acciones se están implementado en la actualidad para mitigar los impactos negativos que genera la pesca dentro del área protegida?

Anexo 6. Matriz de involucrados

Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y Mandatos
Jefe del departamento de turismo GAD de Pedernales.	-	-	
Jefe del departamento de ambiente GAD de Pedernales.	-	-	
Emprendedores	-	-	

Anexo 7. Cuestionario de encuesta al turista



La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para el desarrollo de una tesis que tiene como tema "PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES Y LA IMAGEN DEL DESTINO PEDERNALES". Por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

Objetivo: Identificar la percepción y satisfacción de la demanda sobre los emprendimientos turísticos

ENCUESTA A LOS TURISTAS

1. Nacionalidad
Ecuatoriano (....) Extranjero (....)
2. Provincia _____ País de origen _____
- 3.Cuál es su edad

- Edad (.....)
4. Género
- | | | | |
|-----------|--------------------------|----------|--------------------------|
| Masculino | <input type="checkbox"/> | Femenino | <input type="checkbox"/> |
|-----------|--------------------------|----------|--------------------------|
5. ¿Cuál es el motivo de su visita?
- | | | | |
|---------------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| Turismo | <input type="checkbox"/> | Senderismo | <input type="checkbox"/> |
| Negocio | <input type="checkbox"/> | Salud | <input type="checkbox"/> |
| Ambiente | <input type="checkbox"/> | Otros... | <input type="checkbox"/> |
| Visita a familiares | <input type="checkbox"/> | | |
6. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Pedernales?
- | | | | |
|----------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| Muy frecuente | <input type="checkbox"/> | Raramente | <input type="checkbox"/> |
| Frecuente | <input type="checkbox"/> | Nunca | <input type="checkbox"/> |
| Ocasionalmente | <input type="checkbox"/> | | |
7. ¿Qué tipo de emprendimiento visita?
- | | | | |
|----------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Lodge | <input type="checkbox"/> | Fincas agroturísticas | <input type="checkbox"/> |
| Restaurantes | <input type="checkbox"/> | C. recreacionales | <input type="checkbox"/> |
| Hoteles | <input type="checkbox"/> | Centro comunitario | <input type="checkbox"/> |
| C. turístico rurales | <input type="checkbox"/> | Otros _____ | |
8. ¿Cómo califica los servicios brindados en los emprendimientos turísticos visitados?
- | | | | |
|-----------|--------------------------|---------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> | Regular | <input type="checkbox"/> |
| Muy Bueno | <input type="checkbox"/> | Malo | <input type="checkbox"/> |
| Bueno | <input type="checkbox"/> | | |
9. ¿Cómo obtuvo información de los emprendimientos turísticos del destino Pedernales?
- | | | | |
|----------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| Radio | <input type="checkbox"/> | Página web | <input type="checkbox"/> |
| Televisión | <input type="checkbox"/> | Familiares o amigos | <input type="checkbox"/> |
| Redes sociales | <input type="checkbox"/> | | |
10. ¿Cuánto está dispuesto a gastar usted por los servicios de un emprendimiento turístico del destino?
- | | | | |
|------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| De 40 a 50 | <input type="checkbox"/> | De 60 a 70 | <input type="checkbox"/> |
| De 50 a 60 | <input type="checkbox"/> | Más de 70 | <input type="checkbox"/> |
11. ¿Le gustaría seguir consumiendo productos o servicios de los emprendimientos turísticos del destino Pedernales?
- 12 Si
- 13 No

Anexo 10. Matriz de estrategias

Áreas estratégicas a intervenir (sector público y privado)	Estrategias de competitividad
Político/legal	
Cooperación	
Capital humano	
Sostenibilidad	
Servicios públicos/ Infraestructura privada	
Recursos turísticos	
Innovación	
Imagen	
Promoción y comunicación/distribución	
Comercialización	

**Anexo 11. Entrevista a:
Licenciado Milton Bravo.
Técnico en Turismo del GAD**



**Anexo 12. Entrevista a:
Licenciado Julio Viteri.
Analista Técnico de Gestión
Ambiental**



**Anexo 13. Encuesta a:
Emprendimiento “Endulzarte”**



**Anexo 14. Encuesta a: Emprendimiento Carpa
Pingüino**



**Anexo 15. Encuesta a: Emprendimiento Poquito
Restaurant**



Anexo 16. Encuesta a turista



Anexo 17. Encuesta a turista



Anexo 18. Cronograma y presupuesto del plan de acción

Acciones	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																								PRESUPUESTO	
	Año 1												Año 2												Mensual	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
SECTOR PÚBLICO																										
Desarrollo de una ordenanza que facilite la legalización de emprendimientos turísticos.	■	■																							500	1000
Asignación de recursos económicos para el apoyo a emprendimientos sostenibles.	■																								2000	4000
Entrega de financiamiento para el posicionamiento de la imagen del destino.	■																								10000	10000
Elaboración de acuerdos o convenios con ONGs, IES, asociaciones turísticas e instituciones interesadas en el desarrollo turístico.	■												■												400	800
Capacitación al personal del departamento de turismo para que el equipo demuestre competencia en sus funciones.	■												■												500	1000
Ejecución de un programa de capacitaciones destinado a los prestadores de servicios turísticos.		■			■			■			■			■			■			■			■		200	1600
Ejecución de un programa de turismo responsable y sostenible.		■	■	■																					2000	6000
Desarrollo de un proyecto para la mejora de vialidad y accesibilidad hacia sitios de interés turístico.				■	■	■	■	■	■	■	■	■													2200	19800
Implementación de señalética y facilidades turísticas en el destino como baños, duchas, área de picnic, zona de camping, senderos, pasamanos, entre otros.				■	■	■	■																		2000	6000
Propuesta de un proyecto para la ampliación de la cobertura de servicios básicos en la ruralidad.					■	■	■	■	■	■	■	■													7200	50400
Convocatoria a la ciudadanía para la limpieza de los recursos turísticos con el apoyo de voluntarios y asociaciones de turismo.	■				■								■					■							100	400
Fomento a la apertura de nuevos sitios de interés turístico rural y con gran potencialidad.		■											■												100	200

Anexo 19. Catastro turístico del GAD Pedernales

ALOJAMIENTO

N°	Nombre Establecimiento	Parroquia	Clasificación	Categoría	N° Habitaciones	N° Camas	N° Plazas
1	AGUA MARINA	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	7	10	21
2	AIRES LIBRES	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	10	20	40
3	ALGAS MARINAS	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	6	13	25
4	ARCO IRIS	VIA COJMIES	CABAÑAS	TERCERA	13	20	37
5	BAMBOO RESORT	PEDERNALES	HOTEL	SEGUNDA	4	8	16
6	BOCANA	PEDERNALES	HOSTAL	PRIMERA	12	20	32
7	CATEDRAL DEL MAR	PEDERNALES	CABAÑAS	SEGUNDA	10	20	40
8	COSTA LATINA	PEDERNALES	PENSION	TERCERA	7	17	34
9	CUASA	PEDERNALES	HOSTERIA	TERCERA	17	15	40
10	DR.CLAVIJO	PEDERNALES	TERMA Y BALNEARIO	TERCERA	6	8	16
11	EBENEZER	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	1 ESTRELLA	17	22	46
12	EL MANABA	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	12	15	30
13	ERIK ANDRES	PEDERNALES	CABAÑAS	TERCERA	16	15	30
14	JONATHAN	PEDERNALES	PENSION	TERCERA	8	9	19
15	LOS ABANICOS	PEDERNALES	MOTEL	TERCERA	9	9	18
16	LOS JUANES	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	6	24	18
17	LOS PABLOS	PEDERNALES	PENSION	PENSION	10	12	28
18	MAVIER	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	14	22	48
19	MIRADOR PEDERNALES	PEDERNALES	HOSTAL	TERCERA	20	28	60
20	MONROE	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	18	19	65
21	MR. ROBERTH	PEDERNALES	HOTEL	SEGUNDA	28	32	104
22	PLAYAS	PEDERNALES	HOTEL	TERCERA	22	23	43
23	PUERTO ESCONDIDO	PEDERNALES	CABAÑAS	SEGUNDA	6	6	12
24	PUERTO MONTT	PEDERNALES	CABAÑAS	TERCERA	18	23	42
25	PUNTA AZUL	PEDERNALES	HOSTERIA	SEGUNDA	23	25	80
26	ROYAL	PEDERNALES	HOSTAL	SEGUNDA	12	20	39

27	TEXAS HOME	PEDERNALES	CABAÑAS	TERCERA	13	21	25
28	VISTA AL MAR	PEDERNALES	PENSION	TERCERA	6	6	12
29	YAM-YAM - CABAÑAS	PEDERNALES	CABAÑAS	TERCERA	21	20	35
30	EDILMA S LODGE	COJIMIES	HOSTAL	TERCERA	12	26	40
31	LOS ALMENDROS	COJIMIES	PENSION	TERCERA	10	25	40
32	HELENOS VACACIONALES	COJIMIES	HOSTAL	TERCERA	6	14	37
33	HUDSON	COJIMIES	HOTEL	TERCERA	31	26	60
34	BOCANA DE QUIXIMIES	COJIMIES	HOTEL	SEGUNDA	30	38	55
35	ISLA BONITA COJIMIES	COJIMIES	HOSTAL	SEGUNDA	19	30	80
36	LA MAPARA	COJIMIES	CABAÑAS	TERCERA	16	36	72
37	PERLA SUIZA	COJIMIES	HOTEL	PRIMERA	20	22	40
38	LUIGUI	COJIMIES	HOSTAL	TERCERA	21	35	70
39	METETE	COJIMIES	HOSTAL	CUARTA	12	26	47
40	PLAYA LODGUE	COJIMIES	HOTEL	SEGUNDA	9	20	40
41	PLAYA CRISTAL RESORT	COJIMIES	HOTEL	4 ESTRELLA	16	28	65
42	PLAYA LOS MANGOS	COJIMIES	HOSTAL	PRIMERA	23	12	80
43	PUNTO BLUE	COJIMIES	HOSTAL	2 ESTRELLA	17	25	46
44	SAN FRANCISCO DEL MAR	COJIMIES	HOSTAL	SEGUNDA	6	12	21
45	SANTORINI	COJIMIES	HOTEL	TERCERA	16	31	40
46	EL SUEÑOS DE TEO	COJIMIES	CABAÑAS	TERCERA	4	18	34
47	VILLA VIOLETA	COJIMIES	HOSTERIA	SEGUNDA	7	23	38
48	LA TOQUILLA	COJIMIES	HOTEL	TERCERA	12	49	65
49	COJIMIES	COJIMIES	HOTEL	TERCERA	22	30	30
50	EL CRUCERO	COJIMIES	HOTEL	2 ESTRELLA	22	30	86
51	PARAISO DEL ATARDECER	COJIMIES	HOTEL	TERCERA	19	30	70
52	EL FARO	COJIMIES	HOSTAL	TERCERA	7	24	28
53	VILLA LUCY	COJIMIES	HOSTAL	TERCERA	13	25	45
54	COCOSOLO	COJIMIES	CABAÑAS	TERCERA	18	25	58
55	LA FINQUITA	COJIMIES	HOSTERIA	3 ESTRELLAS	6	18	20

NUEVOS ESTABLECIMIENTOS

1	BRONX CASA DE HOSPEDAJE	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	5	6	12
2	CASA BRANKA	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	en proceso	11	18	35
3	CASA DE HOSPEDAJE	PEDERNALES	CASA DE HUESPEDES	en proceso	7	10	20
4	CASA GRANDE	PEDERNALES	HOSTERIA	en proceso	11	2	36

5	EL ALMENDRO	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	11	20	35
6	EL BOSQUE	PEDERNALES	HOSTERIA	en proceso	7	20	30
7	RANCHO PLAYA DEL SOL	PEDERNALES	HOSTERIA	en proceso	8	12	32
8	SMAY	PEDERNALES	HOSTAL RESIDENCIA	en proceso	12	14	24
9	PLAYA DEL PACIFICO	COJIMIES	HOTEL	en proceso	6	6	12
10	LA FLORIANA VIA COJIMIES	COJIMIES	HOSTERIA	en proceso	12	15	24
11	LA FLORIANA COJIMIES	COJIMIES	HOTEL	en proceso	36	32	70
12	MIS CABAÑAS	PEDERNALES	CABAÑAS	en proceso	10	23	30
13	HOSTAL MARCERI	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	10	16	34
14	JABES	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	6	6	12
15	SEPTIMO GUERRERO	PEDERNALES	CASA DE HUESPED	en proceso	6	14	28
16	SAN FRANCISCO	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	8	10	18
17	DE SOL A SOL	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	12	20	40
18	BRYJAMAR	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	7	13	24
19	MELAO	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	8	21	40
20	SIN NOMBRE	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	10	23	57
21	DON TIMA INN	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	7	21	42
22	PLAYA NUESTRA	COJIMIES	CABAÑAS	en proceso	10	32	35
23	QUIXIMIES	COJIMIES	HOSTAL	en proceso	6	8	16
24	LA CARACOLA	COJIMIES	APARTAMENTO HOTEL	en proceso	12	22	42
25	CAÑAVERAL	COJIMIES	HOSTAL	en proceso	6	6	12
26	CASA SAFARI	COJIMIES	HOTEL	en proceso	6	6	12
27	BLAKENIV	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	11	15	30
28	ROSSY HOUSE	PEDERNALES	HOTEL	en proceso	12	30	20
29	SARAI	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	12	20	20
30	HOSTAL BRISS	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso	6	12	18
31	TRES PALMERAS	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso			3222
32	MAR Y BAMBU	PEDERNALES	HOSTAL	en proceso			
33	LA FINQUITA	COJIMIES					
34	VILLA MARINA	PEDERNALES	HOSTAL	1ESTRELLA	8	13	26
35	CALIFORNIA	PEDERNALES	HOSTAL	1ESTRELLA	5	6	12
36	CAIDA DEL SOL	COJIMIES	HOSTAI	en proceso			
37	MIS DOS TESOROS	PEDERNALES	HOSTERIA	en proceso	8	11	22
38	LA ELEGANCIA	PEDERNALES	HOSTAL	Segunda	20	28	56

39	REELERO	PEDERNALES	HOTEL		12	30	60
40	SAN JUAN BAUTISTA	PEDERNALES	HOTEL	en proceso	12	17	34
41	PLAYA DUBAI	PEDERNALES	HOTEL	3 ESTRELLAS	39	69	137

ALIMENTACIÓN

No.	Nombre Establecimiento	Parroquia	Tipo	Categoría	N° Mesas	N° Plazas
1	ANKRIS	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	9	36
2	ANITA CRISTINA	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	7	28
3	ASADERO SUPER REGALON	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	31
4	ASADERO ORO VERDE	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	17	84
5	ASADERO EL ROCIO	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	32
6	BEACH BURGUER KSC	PEDERNALES	FUENTE DE SODA			
7	BELLA HERMOSA	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	7	30
8	BRISAS SOMILU	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	7	35
9	CIELO Y MAR	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	7	28
10	CONDOR MIRADOR	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	6	24
11	COSTA AZUL	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	58
12	EL COSTENITO 2	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	16	80
13	CHIFA CHANG	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	32
14	CHACHITA	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	8	30
15	DON TOBIS	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	39
16	D` ANGELO	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
17	DEL MAR A LA MESA	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	12	48
18	DOS HERMANOS	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	11	44
19	DOÑA MARTHA	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	7	28
20	EL CALAMAR	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	40
21	EL PELICANO	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	6	42
22	EL PORTON	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	7	28
23	EL RINCON MARINO	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	14	50
24	EL REQUE	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	5	10
25	EL SPONDYLUS	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	6	25
26	EL SUAVECITO	PEDERNALES	CAFETERIA	TERCERA	5	20
27	FOOD MARK Y BAR CAFÉ	PEDERNALES	FUENTE DE SODA	TERCERA	5	20

28	GREENFROST	PEDERNALES	FUENTE DE SODA	TERCERA	6	24
29	J Y M	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	6	24
30	JONICA	PEDERNALES	CAFETERIA	TERCERA	6	30
31	LA FRITADA DE PAPAYA	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	5	19
32	LAS 5 CARPAS	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	20	80
33	LE GLACIER	PEDERNALES	FUENTE DE SODA	TERCERA	5	20
34	LOS FRAILES	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	6	30
35	MARITZA	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	30
36	M Y M	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	4	30
37	MATEO	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
38	MARKET PEDERNALES	PEDERNALES	FUENTE DE SODA	TERCERA	4	10
39	MIGUELON	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	10	40
40	NORMITA	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	7	28
41	NORMITA 2	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	6	24
42	PIZZA DON JUAN	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	32
43	PIQUEO BAR AGUS	PEDERNALES	FUENTE DE SODA	TERCERA	4	16
44	SAN ISIDRO	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
45	SABORES DEL MAR	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	12	48
46	SOL Y MAR	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
47	TRES "J"	PEDERNALES	RESTAURANTE	CUARTA	9	27
48	VAINILLA Y CHOCOLATE	PEDERNALES	CAFETERIA	TERCERA	4	16
49	VIÑA DEL MAR	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	6	24
50	EL SABROSON DE BALDARACHE	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	6	25
51	ESQUINA DE FLORO	COJIMIES	RESTAURANTE	TERCERA	8	30
52	SOL NACIENTE	COJIMIES	RESTAURANTE	CUARTA	6	25
53	EL ESTURIO	COJIMIES	RESTAURANTE	CUARTA	6	25
54	EL MATAPALO	COJIMIES	RESTAURANTE	CUARTA	6	30
55	SABOR MANABITA	COJIMIES	RESTAURANTE	CUARTA	6	20
NUEVOS ESTABLECIMIENTOS						
1	MARTITA	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	10	50
2	EL TIGRILLO	PEDERNALES	CAFETERIA	en proceso	6	24
3	ADELITA	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	5	20
4	SIN NOMBRE	PEDERNALES	COMEDOR	en proceso	4	20
5	KZL	PEDERNALES	CAFETERIA	en proceso	3	12
6	EL TIMON	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	18	60
7	NIÑO ZAHID	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	10	45

8	NORMITA	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	8	36
9	MI JHON	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	5	25
10	JOSUE	PEDERNALES	POLLO ASADO	en proceso	5	30
11	FABIOLITA	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	4	16
12	SWIEET BLACK	PEDERNALES	CAFETERIA	en proceso	6	24
13	CHANITO	PEDERNALES	ASADERO	en proceso	6	30
14	ARIANITA 2	COJIMIES	RESTAURANTE	en proceso	8	40
15	DEANIMA	COJIMIES	FUENTE DE SODA	en proceso	5	20
16	AGUSTINA	COJIMIES	RESTAURANTE	en proceso	6	20
17	BENDICION DE DIOS	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	6	25
18	COSTEÑO 1	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	20	60
19	LAS DELICIAS	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	10	40
20	CHIFA GUANG-DONG	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	20	40
21	LA CHOZA	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	8	32
22	SON ESMERALDEÑOS	PEDERNALES	RESTAURANTE	en proceso	12	60
23	LOS FRAILES	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
24	EL REQUE	PEDERNALES	ASADERO	UNICA	8	60
25	LA PICCATA	PEDERNALES	RESTAURANTE	UNICA	5	20
26	EL TIBURON	PEDERNALES	RESTAURANTE	UNICA		
27	ASADERO MI POLLAZO	PEDERNALES	COMEDOR	UNICA	5	20
28	EL COMANDANTE	PEDERNALES	RESTAURANTE	UNICA	5	20
29	ASADERO Y PARRILLADA CHINITO MARQUEZ	PEDERNALES	ASADERO	UNICO	5	20
30	MILEYKA	PEDERNALES	CAFETERIA	UNICO	5	18
31	EL RINCON MARINO	PEDERNALES	RESTAURANTE	TERCERA	8	32

TRANSPORTE TURÍSTICO

No.	Compañías	No. de unidades	Número de choferes por licencia	
			Número	Tipo de licencia
1	EJECUTIVO PEDERNALES	11	11	C
2	FALCONTURIS S.A.	8	8	D

TRANSPORTE ACUÁTICO

No.	Compañías	Tours que realiza	No. de unidades
-----	-----------	-------------------	-----------------

				Número del personal por embarcación disponible
1	REINALDO ZAMBRANO	BALLENAS JOROBADAS, MOMPICHE Y PORTETE	2	8 A 12 PERSONAS

ESPARCIMIENTO

No.	Nombre	Propietario	Parroquia	Tipo de lugar de esparcimiento	Categoría	Plaza
1	LATITUD CERO	ADELA VERA MOREIRA	PEDERNALES	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	PRIMERA	18

AGENCIAS DE VIAJE

No.	Nombre	Parroquia	Categoría	Qué oferta	Cuáles son sus mercados turísticos	¿Qué tipo de licencia tienen esos guías?
1	EXPLORA COJIMES TRAVEL	COJIMES	UNICA	OPERACIÓN TURISTICA Y SERVICIOS ACUATICOS	MALECON DE PEDERNALES	LOCAL
2	PEDRNALES PLAYA TOUR S.A.S	PEDERNALES	UNICA	OPERACIÓN TURISTICA Y SERVICIOS ACUATICOS	MALECON DE PEDERNALES	LOCAL
3	COJIMIES TOURING S.A.	COJIMIES	UNICA	OPERACIÓN TURISTICA Y SERVICIOS ACUATICOS	MALECON DE PEDERNALES	LOCAL
4	PEDERFENIXTOUR S.A.S	PEDERNALES	UNICA	OPERACIÓN TURISTICA Y SERVICIOS ACUATICOS	MALECON DE PEDERNALES	LOCAL