



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

TESIS DE GRADO

**EL IMPACTO ECONÓMICO EN LOS
EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS CON LA
IMPLEMENTACIÓN DEL NUEVO MALECÓN DE
LAS PALMAS EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

AUTORA

DODA IVONNE LARA FIGUEROA

ASESOR

MGT. ELÍAS SALAZAR DONOSO

Esmeraldas - Noviembre, 2019

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS.

Presidente del Tribunal de Graduación

Mgt. Elías Salazar Donoso

Lector 1

Mgt. José Luis Vergara Torres

Lector 2

Mgt. Katia Limones González

Responsable de la Carrera de Hotelería y Turismo

Mgt. Katia Limones González

Director de Tesis

Mgt. Elías Salazar Donoso

Esmeraldas, 28 de noviembre de 2019

Esmeraldas, 2019

AUTORÍA DE TESIS

Yo, Doda Ivonne Lara Figueroa, con cédula de ciudadanía N° 0804163558, declaro que la investigación enmarcada en el presente trabajo de tesis es de absoluta responsabilidad de la autora, recalando que se han respetado las fuentes de información utilizadas a lo largo del mismo y se ha aplicado la normativa APA para la colocación de las citas bibliográficas.

DODA IVONNE LARA FIGUEROA
C.I 0804163558

AGRADECIMIENTO

Desde el fondo de mi corazón, dedico este trabajo de tesis a mis padres, quienes son mi fuente de inspiración, quienes me enseñan que, a pesar de las dificultades, Dios nos ama en demasía. Gracias por ser ese soporte sobre el que me sostengo, por ser esa fuerza cuando parece todo perdido. Los amos padres míos.

A mis sobrinos, que son como mis hijos, gracias por su amor, por ese cariño inocente y sincero que me brindan. Gracias por llenar mi vida de ocurrencias y alegrías, gracias por ser parte de mí.

Familia mía, esto es por y para ustedes, gracias...

Ivonne Lara

DEDICATORIA

A Dios, autor de mis días, por darme su amor, por tener misericordia para conmigo y darme las fuerzas para caminar y seguir luchando ante las adversidades que la vida presenta.

A la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, por dar la oportunidad para que los jóvenes de la provincia tengan una alternativa para formarse profesionalmente y ser útiles a la sociedad.

A mi tutor, Magister Elías Salazar Donoso, por su apoyo incondicional, por su guía y empuje para que pudiera terminar este trabajo de investigación.

A mis maestros y a todo el personal administrativo de la PUCESE, por brindarme su apoyo constante y ser parte de mi vida durante todo este proceso de formación universitaria.

De todo corazón, gracias.

Ivonne Lara

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	Error! Bookmark not defined.
Tribunal de graduación	ii
Autoría de tesis	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	viii
Índice de ilustraciones	viii
Índice de anexos.....	viii
Resumen.....	ix
Summary	x
INTRODUCCIÓN	1
Presentación de la investigación	1
Planteamiento del problema.....	4
Justificación	6
Objetivos.....	7
CAPÍTULO I.- MARCO DE TEÓRICO	8
1.1 Bases teóricas científicas	8
Turismo.....	8
Características del Turismo	9
Tipos de Turismo.....	10
Turismo de sol y playa.....	11
El turismo y su relación con otras variables	12
Turismo y economía	12
Turismo y desarrollo.....	12
Oferta turística	13
Impacto económico.....	14
Concepto de emprendedor	14
Emprendimiento.....	14
Clientes	15

Demanda turística	15
Comunidad receptora	16
Gestión del destino turístico	17
Planificación turística	18
Competitividad.....	20
Factores críticos de éxito	21
Gastronomía.....	21
Estructura de costos	21
Costos de producción.....	23
Crédito de proveedores	23
Estructura de ingresos.....	23
Utilidad operacional.....	24
Liquidez	24
Margen operacional	25
1.2 Antecedentes (estudios previos)	26
1.3 Marco legal	28
CAPÍTULO II.- MATERIALES Y METODOS.....	30
2.1 Tipo de estudio.....	30
2.2 Definición conceptual y operacionalización de las variables	32
2.3 Métodos	34
2.5 Análisis de Datos	36
Población	36
Muestra	36
CAPÍTULO III.- RESULTADOS	37
3.1 Análisis e interpretación de resultados – Encuestas a microempresarios.....	37
3.2 Entrevistas dirigidas a funcionarios de turismo del Gad Municipal	42
CAPÍTULO IV.- DISCUSIÓN	44
4.1 Discusión de resultados	44
CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
5.1 Conclusiones	48
5.2 Recomendaciones	49

Referencias.....	50
Anexos 1 Modelo de Encuestas dirigidas a microempresarios.....	54
Anexos 2 Modelo de Encuestas dirigidas a microempresarios.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Operacionalización de variables.....	32
Tabla 2.- Matriz poblacional.....	36
Tabla 3.- Sistema de contabilidad en negocios.....	37
Tabla 4.- Estimación de costos generales del emprendimiento	40

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.- Clientes visitantes a los microemprendimientos antes del malecón.....	38
Ilustración 2.- Clientes visitantes a los microemprendimientos después del malecón ...	38
Ilustración 3.- Demanda de gastronomía de los turistas	39
Ilustración 4.- Componentes de ingresos de microemprendimientos	39
Ilustración 5.- Incremento de costos de producción	40
Ilustración 6.- Incremento de ingresos por ventas	41
Ilustración 7.- Dinamización de la economía luego del proyecto de regeneración	41

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Modelo de Encuestas dirigidas a microempresarios.....	54
Anexos 2 Modelo de Encuestas dirigidas a microempresarios.....	56

RESUMEN

La presente investigación fue realizada con el propósito de establecer cuál ha sido el impacto económico que han tenido los emprendimientos gastronómicos con la implementación del mMalecón Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas. Para el logro de los objetivos del estudio se realizó una investigación exploratoria con la que se buscó conocer la percepción de los microempresarios sobre la transformación del lugar y sus impactos económicos en sus negocios; se aplicó el método de análisis y síntesis, que, acompañados de herramientas como la encuesta y la entrevista, permitieron conocer de cerca cómo se desarrolla el fenómeno estudiado. En cuanto a los resultados, se pudo establecer que, con la implementación del regenerado malecón, se incrementó considerablemente el número de visitantes que llegaban al balneario, siendo que, en la actualidad, son más de 2000 personas las que aproximadamente visitan los fines de semana este sitio turístico. Así mismo, se pudo establecer que los costos de producción de los microempresarios incrementaron de forma considerable debido a la mayor demanda de sus productos y servicios. Consecuentemente, con el aumento de los visitantes y de los costos de producción, los ingresos tuvieron un incremento significativo que permite establecer que efectivamente, ha generado un mayor dinamismo económico en la zona. Se han generado mayores oportunidades de negocio, más emprendimientos, nuevos empleos; todo como una muestra clara de la dinamización de la economía en este sector turístico de la ciudad de Esmeraldas.

PALABRAS CLAVE

Impacto económico, Emprendimientos gastronómicos, Malecón, Turistas, Costos de producción, Ingresos por ventas, Dinamización económica.

SUMMARY

The present investigation was carried out with the purpose of identifying the economic impacts that gastronomic ventures have had with the implementation of the Las Palmas boardwalk in the city of Esmeraldas. In order to achieve the objectives of the study, an exploratory research was carried out with which we sought to know the perception of microentrepreneurs about the transformation of the place and its economic impacts on their businesses; the method of analysis and synthesis was applied, which, accompanied by tools such as the survey and the interview, allowed us to know closely how the studied phenomenon develops. As for the results, it was established that, with the implementation of the regenerated boardwalk, the number of visitors arriving at the spa was considerably increased, with more than 2000 people visiting approximately on weekends. this tourist site. It was also established that the production costs of microentrepreneurs increased considerably due to the increased demand for their products and services. Consequently, with the increase in visitors and production costs, revenues increased significantly, which allows us to establish that it has generated a greater economic dynamism in the area. They have generated greater business opportunities, more businesses, new jobs; all as a clear sign of the revitalization of the economy in this tourist sector of the city of Esmeraldas.

KEYWORDS

Economic impact, Gastronomic ventures, Pier, Tourists, Production costs, Sales revenue, Economic revitalization.

INTRODUCCIÓN

Presentación de la investigación

El turismo ha sido uno de los sectores económicos con mayor crecimiento a nivel mundial en el siglo XX; en realidad aun así cuando se hace referencia al turismo como tal, no es posible remontarse a mucho tiempo atrás. Lo que se conoce de esta actividad, fue que empezó en el tiempo de movimientos sociales y económicos del siglo XVIII, marcando un precedente en la historia de la revolución industrial y cuya intención principal fue el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

El turismo dio apertura a una nueva tendencia del descubrimiento y contemplación de la naturaleza, mar y montaña. Las transformaciones económicas en estos tiempos derivadas de la revolución industrial proporcionaban viajes a sectores de la burguesía que viajaban con la necesidad de obtener información de nuevos territorios, dando paso a nuevas tendencias de producción y comercialización convirtiéndose en tipos de lugares interesantes para los visitantes.

En la modernidad, el turismo empezó a manifestar una alta preferencia por la naturaleza, el tiempo libre y el conocimiento, que nacieron con movimientos como “Los amigos de la naturaleza”, que se fundó en Viena en 1985 por jóvenes social demócratas; con uno de estos ideales se dio apertura a un turismo marcado por la época, denominado turismo de masas en los años treinta del siglo XX.

En el Ecuador, el turismo es uno de los sectores con potencial de desarrollo económico; actualmente el país posee una biodiversidad exuberante, con un patrimonio natural y un potencial prodigioso para crear un turismo sustentable, siendo el sector hotelero uno de los sectores que permiten dar solvencia a la economía turística nacional.

Su historia empieza desde la década de los 40, con el inicio de la era de las aerolíneas domesticas de origen alemán, pero por la segunda guerra mundial no se pudo continuar con su funcionamiento. En el gobierno de Galo Plaza Lasso (1948-1952) se da la

primera promoción de turismo y es donde se crea una oficina de turismo que dio paso a la realización de una caravana por Estados Unidos promocionando el país.

En el periodo de 1953 a 1973 se da a conocer al Ecuador a nivel internacional, pero sin embargo su auge se da en los años 80 porque empiezan a surgir nuevos prestadores de servicios. En los años 50 se realizan intentos para crear viajes hacia la isla Galápagos, pero el auge de los viajes se da en el año de 1969 con la empresa “Metropolitan Touring” y “Turismundial”.

Ecuador es un país megadiverso, con una variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos que brinda una gran posibilidad de realizar turismo en el territorio, pudiendo ofertar un turismo con pluralidad que está en tendencia en los últimos tiempos.

Esmeraldas es uno de los sitios turísticos con mayor afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, que la visitan para disfrutar de su atractivo turístico natural y su agradable clima tropical; el turismo junto a las exportaciones realizadas desde el Puerto Comercial, son los principales motores de la economía esmeraldeña.

De acuerdo con Estupiñán (1985), al abordar la historia del malecón de Las Palmas, en el mes de enero del año 1906, la costa de la provincia de Esmeraldas sufrió un Tsunami que dejó a su paso graves daños y pérdidas irremediables. La altura con que llegaron las olas a las costas fue del orden de 2.0 a 5.9 m., por lo que la población tuvo que buscar refugio en lugares más altos, quedando una playa desolada. Con este fenómeno natural, se dio paso a la creación de un nuevo malecón y al establecimiento de un nuevo barrio que se llamaría Las Palmas.

Luego de ello, vino la aparición de bares y restaurantes, entre los que destacan “El Capitán”, de Benedito Betancourt y “El Palmar,” de Carlos Muñoz, que vendían comida a base de mariscos. En los años 80, de la mano del alcalde Jorge Prado, la playa mejoró en cuanto a apariencia física, dando consigo la siembra de palmeras. Durante la administración de Homero López como Diputado de Esmeraldas, se construyó un nuevo malecón, porque el anterior fue destruido por el fenómeno del niño en 1997.

En el año 2015, se dio inicio al proyecto de construcción y regeneración del balneario Las Palmas, obra civil en un área aproximada de ocho hectáreas, en la que se destacan el edificio en donde funcionan las oficinas de FLOPEC, zonas de parqueo, áreas verdes, una plaza pública, locales destinados para negocios de alimentación, máquinas de gimnasio, cafetería mirador, duchas, torres de vigilancia, entre otros.

La obra fue entregada en el año 2016 con el objetivo principal de que la inversión de aproximadamente 54 millones de dólares pueda fortalecer y desarrollar el turismo local, nacional e internacional y promover la inversión en hotelería, tomando en consideración y aprovechando los cinco kilómetros de playa que tienen este balneario.

La regeneración del malecón de Las Palmas es un proyecto soñado durante muchos años por los esmeraldeños. En la actualidad es uno de los puntos de mayor atracción turística de toda la provincia de Esmeraldas; es destacable su importancia y contribución a la generación de divisas para todos los operadores turísticos que efectúan alguna actividad económica en el sector, por lo que es necesario establecer cuáles son los impactos que ha tenido en el sector turístico esmeraldeño.

Dentro de los más importantes actores turísticos en el entorno del malecón, se encuentran los emprendedores dedicados a la oferta de gastronomía, situados en la parte lateral del nuevo malecón. La venta de comida típica esmeraldeña, comida nacional e internacional se da en gran variedad, calidad y precios en este sector.

La presente investigación, busca generar un espacio de análisis que permita la identificación de los principales impactos económicos que resultan de la implementación del malecón y el planteamiento de recomendaciones que posibiliten el máximo aprovechamiento de este atractivo sitio turístico y contribuya al efectivo desarrollo socioeconómico de los emprendedores gastronómicos del sector y de los demás actores turísticos en general.

Planteamiento del problema

En la presente investigación se tomó en consideración el análisis de los factores que repercuten en la generación de divisas en favor de los emprendedores gastronómicos a partir de la implementación del malecón del balneario Las Palmas, teniendo también en cuenta, la percepción de los diversos actores turísticos con la finalidad de identificar los aspectos que necesiten renovarse o mejorarse.

En el contexto de la situación, se avista diversos limitantes o debilidades que mantienen los empresarios o dueños de negocios gastronómicos que se encuentran adyacentes al malecón de Las Palmas y que no permiten el aprovechamiento pleno de esta gran infraestructura turística.

Aunque son 36 los emprendimientos gastronómicos que existen en esta parte lateral del malecón de Las Palmas, hace ya seis meses, 26 de ellos se agrupan en una asociación de microempresarios turísticos en pos de defender sus derechos y buscar mejores días para estos emprendedores.

La propuesta del Gobierno Municipal de Esmeraldas fue la construcción provisional de los locales en los que desarrollan sus negocios sin el pago de valores por alquiler. La ordenanza para este convenio definió también que ninguno de los microempresarios podría arreglar o mejorar las condiciones de éstos, lo que los limita en el propósito de brindar una mejor atención y servicio a los turistas que los visitan.

Una de las preocupaciones e incertidumbres que se presentan es el hecho de que recibieron una notificación de parte del municipio, que, a través de su departamento de turismo en el mes de septiembre del 2016, les pidió que en el plazo de tres meses deben salir de los locales, lo que se traduce en un gran problema por desconocer cómo y dónde van a trabajar luego de esto.

Aunque se han presentado proyectos de desarrollo socioeconómico para los miembros de la asociación ante el Ministerio de Turismo y otros estamentos; tales solicitudes no han tenido eco, tanto que, en algunos casos, ni respuesta han recibido.

Otro de los problemas que se presenta, es el referente a las dificultades económicas por las que pasan los empresarios que tienen negocios de comida en el entorno del malecón de Las Palmas. Los bajos niveles de venta en tiempos que no son de afluencia turística, no les permite contar con recursos para mantener la liquidez de sus negocios.

Aunque se ha prometido de parte del gobierno central la terminación total del malecón hasta el sector en el que se encuentran asentados los emprendimientos gastronómicos, las promesas han quedado en eso. El sector delimitado para los ofertantes de comida es la cara opuesta del nuevo y atractivo malecón turístico últimamente implementado.

En este sector adyacente al malecón de Las Palmas se tienen varias necesidades que solventar; las vías en mal estado ocasionan que emprendedores y comensales tengan que soportar de polvo originado por el movimiento continuo de los buses de la Cooperativa Las Palmas que hacen de terminal junto a los locales, siendo este un aspecto que afecta la imagen y calidad de atención en este sitio de alimentación.

Otro de los factores que perjudican la actividad de los microempresarios gastronómicos, son la educación y formación en prestación de servicios, que son elementos esenciales a la hora de implantar nuevas ideas y en la búsqueda de nuevos nichos de mercado.

Cabe resaltar que el turismo de playa es muy apreciado y concurrido en las temporadas vacacionales, feriados y demás fechas afines, más los emprendedores gastronómicos y las autoridades involucradas no ejercen un compromiso para realizar acciones pertinentes en pos de incrementar los niveles de venta y de desarrollo microempresarial.

Las consideraciones expresadas anteriormente, fundamentan la realización de la presente investigación, puesto que se hace importante y necesario que se identifiquen y planteen alternativas y actividades que permitan un mayor aprovechamiento de las condiciones e infraestructura del malecón de Las Palmas, en función de la búsqueda de mejores oportunidades económicas para los emprendedores gastronómicos y por ende promueva un mayor desarrollo turístico del sector.

¿Cuál ha sido el impacto económico en los emprendimientos gastronómicos con la implementación del nuevo malecón de Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas?

Justificación

La regeneración del malecón de Las Palmas ha creado una alta expectativa entre la ciudadanía y especialmente entre los emprendedores gastronómicos del sector, quienes son parte esencial de la dinamización de este sector, por lo que se justifica conocer qué impactos económicos han tenido en sus negocios, la entrega de esta obra turística.

La investigación propone como factor importante, conocer la percepción de los emprendedores gastronómicos, incidiendo en la importancia del emprendimiento como motor de la creación de empleo, crecimiento económico, apoyo al mejoramiento de la competitividad y el desarrollo local, para sobre esa base, conocer cómo se están aprovechando las oportunidades brindadas con el nuevo malecón.

En este marco, se priorizó el reconocimiento de las dificultades que se presentan en la comunidad de emprendedores y autoridades afines. Se pueden mencionar la poca publicidad sobre los atractivos turísticos en el balneario Las Palmas, la carencia de apoyo y coordinación por parte de instituciones y organismos encargados de la gestión administrativa y operativa, sobre todo de inversión para financiar la expansión de sus negocios, de modo que se pueda brindar un mejor servicio a los turistas visitantes.

El presente estudio es importante para que se impulse y se desarrolle, mediante la participación de todo el conglomerado involucrados en el ámbito turístico, ya sea el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Esmeraldas (GADME), emprendedores gastronómicos, Cámara de Turismo, Cámara de Comercio y entidades financieras públicas y privadas, el reposicionamiento turístico y comercial de este importante sector económico del balneario Las Palmas.

Como base principal de la investigación se ha planteado como objetivo, analizar los criterios de los emprendedores gastronómicos y otros actores relacionados sobre los beneficios y problemáticas entorno a la implementación del proyecto del nuevo Malecón de Las Palmas, el cual permitirá llegar a conclusiones después de la operatividad en las renovadas condiciones y así sentar un precedente acerca del tema a

investigar, a más de que los actores estudiados amplíen sus capacidades para desarrollar sus negocios.

Objetivos

General

Establecer cuál ha sido el impacto económico en los emprendimientos gastronómicos con la implementación del nuevo Malecón de Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas.

Específicos

1. Indicar el comportamiento de la cantidad de clientes de las microempresas gastronómicas en el Malecón las Palmas.
2. Identificar el comportamiento de los costos de producción del servicio con la implementación del nuevo malecón de las Palmas.
3. Determinar la variación de los ingresos en los emprendimientos gastronómicos adyacentes del nuevo malecón de las Palmas.

CAPÍTULO I.- MARCO DE TEÓRICO

1.1 Bases teóricas científicas

Turismo

El turismo es una actividad que ha estado presente a lo largo de la historia, desde la naturaleza mismo del hombre por descubrir nuevos espacios e interactuar con otros sujetos; el turismo, dentro de la economía, ha sido uno de los sectores con un mayor crecimiento e impactos dentro del siglo XXI, estableciendo así uno de los objetivos principales como la distribución de riquezas y acercamiento a otras culturas como método de crecimiento mutuo.

Según Hunziker y Kart (2012), el turismo es el conjunto de relaciones que surgen y se derivan del desplazamiento de personas o grupos de personas fuera de los sitios en los que residen y por periodos de tiempo que no son permanentes.

De su parte, la Organización Mundial de Turismo (2011), define al turismo como un fenómeno social, cultural y económico cada día más practicado y que se relaciona con la visita de personas a lugares distintos al de su residencia habitual motivadas por asuntos personales, familiares, profesionales o de negocio.

Es importante acotar lo expresado por Dennison (1997), respecto a que el turismo se puede defender como una forma casi universal de la necesidad que tiene de viajar las personas en los momentos de ocio; el turismo se ha convertido en una situación frecuente en las personas, ha dejado de ser algo de lujo para cambiar en su necesidad, ya que sin turismo se viviría en una rutina fatigosa.

El turismo es una industria multidimensional que se desarrolla en el interior de los países, pero recibe influencias y a veces es controlado externamente. Por eso se necesita algo más que la industria, es decir, medios públicos para

conseguir que los sectores por él afectados puedan interactuar. (Jafari, 2005, pág. 54)

El turismo hoy en día ha pasado a ser una imagen de la comunidad a nivel mundial, siendo uno de los motivos principales por los que las comunidades en las que se desarrolla crecen económicamente; es una industria multidimensional que permite incluso a estados, poder desarrollarse en varias áreas, extrayendo beneficios importantes para sus economías.

Características del Turismo

Según Gonzáles y Rodrigo (2011), entre las principales características que presenta el turismo se pueden mencionar:

- No representa tan solo un viaje de ida y vuelta, sino que se compone de diferentes relaciones y actividades económicas, humanas, ecológicas que la convierten en una actividad interdisciplinaria, estudiada desde varios puntos de vista.
- Existe generalmente un desplazamiento, radicando allí la importancia del transporte en el turismo, por lo que no puede ser posible hacer turismo en el mismo lugar de residencia.
- La estancia que pasa el turista en el destino es temporal y por lo general los visitantes guardan el deseo de volver.
- Al ser un viaje a un lugar distinto al de la residencia, plantea la respuesta de otras interrogantes respecto a precios, alternativas de residencia, alternativas de distracción, entre otros.
- Por lo general, excluye actividades lucrativas, dirigiendo la actividad principalmente al ocio y la recreación.
- No se refiere a una sola forma de hacer turismo, por el interés de todo tipo de personas, permite la práctica en varias opciones.

- Permite el beneficio no solo del turista, sino también el beneficio económico para los lugares donde se hace turismo y sus operadores (p. 31).

Tipos de Turismo

Según Gurría (2012), podría considerarse la siguiente clasificación del turismo:

a) En función del sentido del viaje se podrían considerar:

- Turismo emisor. - Conocido también como outbound, se refiere al turismo que efectúan los residentes de un país al salir fuera de él.
- Turismo receptor. - Llamado también inbound, es el turismo realizado por no residentes en un país cuando arriban a él.
- Turismo interno. - Denominado también domestic, referido al turismo que efectúan las personas cuando viajan dentro de su mismo país de residencia (p. 27).

Es importante destacar que la mezcla entre los tipos de turismo mencionados anteriormente permite la generación de otros tipos de turismo, por ejemplo, el turismo emisor junto al turismo receptor, dan lugar al turismo internacional. El turismo emisor junto al interno genera el turismo nacional. Por último, el turismo receptor sumado al interno genera el turismo interior.

b) Otras clasificaciones. - Gurría (2012), considera también otras clasificaciones que se exponen a continuación:

- En base a la actitud del viajero, podrían considerarse los tipos de turismo activo y turismo pasivo.
- De acuerdo con el tiempo que se utiliza para el desplazamiento y la estancia al hacer turismo se consideran el turismo residencial y turismo itinerante.

- De acuerdo con los ingresos manejados por el turista se clasifican en turismo, social, de masas y de élite.
- Según el motivo del viaje, el turismo se clasifica en religioso, de negocios, de sol y playa y profesionales (p. 28).

Turismo de sol y playa

El turismo de sol y playa es el turismo genérico por excelencia, que se ha mantenido íntimamente relacionado con el aumento del turismo de masas y que se origina por el continuo deseo de disfrutar de las bondades brindadas por la naturaleza en los bordes de zonas litorales.

Según Vera y Marchena (1997), en el siglo XVII en Inglaterra, junto a otros motivos de tipo educativo, varias personas de clase pudiente comenzaron a realizar viajes a balnearios de aguas minerales, especialmente por condiciones de salud, siendo los balnearios de Londres y de otras partes de Europa los que fueron adquiriendo mucha fama y popularidad.

El turismo de playa es el que desde ese tiempo hasta mediados del siglo XX ha prevalecido y ha llevado a la industria turística a ocupar los primeros planos de la economía mundial, debido a su apoyo al crecimiento del PIB, aporte en divisas y generación de empleos en los sitios donde se efectúa el turismo.

De acuerdo con Torres (2006), el turismo de sol y playa es el más demandado de todos los tipos de turismo, más en aquellas zonas de litoral en las que se disfruta de una climatología favorable; el turismo de sol y playa está asociado al ocio, diversión, entretenimiento y descanso.

Según Ayala y Martín (2003), el turismo de sol y playa ha sido y sigue siendo la modalidad de turismo que mueve el mayor número de turistas en el mundo entero; su poderoso atractivo de mar y los climas tropicales que envuelven los litorales, constituyen una de las mayores motivaciones para acceder a este tipo de turismo.

El turismo de sol y playa es el segmento estrella dentro del turismo y que, aunque esté relacionado o se asocie con otra clase de turismo, puede desarrollarse por sí mismo. Las personas que hacen turismo, por lo general, prefieren mayoritariamente el mar, playa y sol para disfrutar de sus momentos de recreación y ocio.

El turismo y su relación con otras variables

Turismo y economía

El turismo es una actividad que genera demanda y consumo de bienes y servicios en el trayecto y durante el tiempo que dura su estadía en el viaje, en este sentido, la economía comienza su función por medio de la gestión de la producción de los recursos que son demandados por los turistas.

El turismo es toda actividad que supone un desplazamiento y que conlleva el gasto de renta con el propósito de conseguir satisfacción y servicios, ofrecidos a través de una actividad productiva, generalmente de una inversión previa y cuyo objetivo final es el de obtener una rentabilidad. (Figuerola, 1998, p. 11)

Aunque la industria turística se constituye en un generador de empleo, los lugares que son destinos turísticos se van introduciendo en el desarrollo económico de los mismos; el turismo se desarrolla paralelamente como un demandante de servicios, contribuyendo significativamente con el PIB, analizado por medio de la economía.

Turismo y desarrollo

Otro punto es que el turismo puede transformarse en un importante y dinámico promotor del desarrollo, pero al mismo tiempo representa el desafío para todos los actores implicados de buscar soluciones a los problemas que se pueden generar y para encausar y orientar al desarrollo del turismo.

De acuerdo con Monterubbianesi y Zapata (2011), el turismo promueve el desarrollo de la comunidad, lo cual da apertura a establecer oportunidades de generación de empleos e ingresos económicos para los sectores aledaños a la zona turística a más de los beneficiarios directos, creando una cadena de oportunidades.

Ahora bien, el turismo, al ser una de las principales actividades económicas en el mundo, genera una importante demanda económica, inversión, empleos directos e indirectos, y puede contribuir al crecimiento económico y al progreso social de los países en vías de desarrollo, favorece la realización de actividades que atienden la demanda de los turistas como el hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión, el conocimiento de tradiciones, atractivos y de la cultura, entre otras.

Según Arrendo, Hernández y Mendoza (2013), esto quiere decir que mediante una correcta gestión se pueden obtener inversiones en el ámbito turístico por infraestructura, regeneración de vías y oportunidades de crecimiento para los residentes del lugar.

Oferta turística

De acuerdo con Noelia (2010), la oferta turística se refiere al conjunto de bienes y servicios que los operadores de turismo de un lugar en específicos ofrecen a sus visitantes a cambio de un determinado monto económico.

Noelia (2010), manifiesta que la oferta turística está compuesta por:

- Recursos turísticos. - Se refiere a todos los atractivos con que cuenta un determinado destino turístico, sean de orden cultural, natural, histórico y se transforman en la atracción principal que motiva la visita.
- Infraestructura. - Relacionados con los diferentes componentes físicos que son necesarios para el desarrollo de la actividad turística, por ejemplo, carreteras, malecones, puertos, museos, entre otros.
- Empresas turísticas. - Son las encargadas de brindar el servicio directo al turista, por ejemplo, los hoteles, medios de transporte, entre otros.

- Oferta complementaria. - Se refiere a todas aquellas actividades paralelas que se brindan en una zona turística, brindadas a través de bares, restaurantes, instalaciones deportivas, teatros, entre otros (p. 15).

Impacto económico

Barajas, Salgado y Sánchez (2012), consideran que los estudios de impacto económico permiten determinar si la realización de una inversión va a proporcionar rentabilidad al territorio en el que se realiza y a sus habitantes. La decisión de promover dicha inversión puede tener efectos tanto en la generación de actividad económica como en la creación de puestos de trabajo, traduciéndose eventualmente en una demanda de bienes finales.

Concepto de emprendedor

Duarte y Ruiz (2009), consideran que el emprendedor se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, de dar otro uso a algo que ya existe y así participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene capacidad para generar ideas, transformarlas, adaptarlas, proponer diversas alternativas y ver en un problema una oportunidad.

Por tanto, los emprendedores del malecón Las Palmas reúnen estas características. Con el crecimiento de la economía se percibe que se crea una cultura de emprendedores con más dinamismo estableciéndose así un crecimiento local para la comunidad receptora y se da la razón que el emprendedor es parte fundamental en la evolución de economía.

Emprendimiento

Como indica Petit (2007), el emprendimiento definido de manera muy sencilla es un proceso de transformación de recursos para satisfacer fines de distinta naturaleza. Un

emprendimiento para que sea de calidad debe constituirse en procesos virtuosos que generen más beneficios que costos y que potencialmente agreguen valor y sustentabilidad a la actividad. Mediante el emprendimiento se puede dinamizar la economía local, donde la innovación es un factor clave para impulsar el crecimiento y desarrollo de países.

Clientes

De acuerdo con Montoya y Boyero (2013), el servicio constituye la experiencia fundamental en la que tiene lugar el contacto entre la organización y el cliente. De la forma adecuada como se efectúe esta relación, depende la conservación o pérdida de un cliente. Es imperativo por tanto que las organizaciones visualicen el servicio como el elemento esencial en el que radica el sentido mismo de su existencia y pertinencia. El comportamiento de los clientes es incuestionable para saber si el emprendimiento tiene un buen servicio para ofrecer.

Demanda turística

De acuerdo con Tomaello (2013), la demanda turística se refiere al número o cantidad de servicios turísticos que las personas que hacen turismo quieren o desean adquirir a precios distintos y bajo diversos factores, siendo el precio, el factor más significativo por el que se deciden.

En cuanto a la demanda turística, algunos autores han estudiado el destino turístico desde el punto de vista de la demanda, identifican un destino como un conjunto de productos, servicios atracciones naturales y artificiales capaces de atraer a los turistas a un lugar concreto, en el que la localización geográfica es simplemente uno de los factores que conforman el destino.

Según Presenza (2006), para que pueda existir una considerable demanda de productos, servicios entre otros se debe identificar más precisa la segmentación de la demanda para así poder conocer las nuevas necesidades del mercado turístico en el malecón.

Comunidad receptora

Con referencia a la comunidad receptora como parte del sistema turístico mantiene un papel muy importante con todos y cada uno de los elementos que constituyen el sistema; la comunidad local es simple y complejamente un elemento imprescindible en la existencia del turismo (Monterrubio, 2009, pág. 106).

De acuerdo con Monterrubio (2009), este elemento del sistema turístico es esencial dentro del análisis que se pretende hacer porque la comunidad es la que provee de servicios necesarios para satisfacer a la demanda del visitante.

En relación con la percepción de los beneficios y costes del turismo puede verse influida por diversos factores a saber: la dependencia del turismo, el nivel de desarrollo local, la utilización de recursos públicos por parte de la población, el sentimiento hacia la comunidad y el compromiso con la comunidad, en este caso el factor primordial para el desarrollo del sitio es el valor que le da la comunidad a la gestión del turismo y sus demás factores que directa e indirectamente se ven influenciados. (Royo & Ruiz, 2009, pág. 221)

Por lo que se refiere a, la intensidad del sentimiento de los residentes hacia su comunidad puede influir sobre el apoyo hacia el turismo. La preocupación de los residentes hacia cuestiones como el medio ambiente, la educación, la criminalidad, el acceso a actividades de ocio, entre otros, puede afectar la forma en la que perciben los beneficios y costes del turismo.

Para Royo y Ruiz (2009), la importancia que se le preste al destino como parte de la comunidad es un factor clave para el progreso de la localidad ya que los residentes se preocupan por satisfacer las necesidades básicas, naturales y medio ambientales mejorando así la calidad de vida de la población.

En esta perspectiva, para promover un crecimiento turístico que optimice las interacciones turista-anfitrión y su contribución a la satisfacción y calidad de vida de

ambos grupos sociales, es necesario integrar los residentes locales a las estrategias de desarrollo turístico.

De acuerdo con Herrera (2011), uno de los factores importantes para promover el desarrollo de la localidad es que se promueva la innovación dentro del lugar mediante la educación, así se podrá crear una excelente relación entre turista-anfitrión y optimizar la mejora en el desarrollo de turismo.

Gestión del destino turístico

La labor principal de la gestión del destino turístico tiene que ver con el compromiso de generar responsabilidades para fortalecer el destino turístico, sumando recursos y experiencia y ejerciendo una capacidad propositiva de los distintos actores del destino turístico.

Martini y Franch (2002), definen a la gestión del destino como el conjunto de decisiones estratégicas, organizativas y operativas adoptadas para gestionar el proceso de definición, promoción y comercialización del producto turístico (originario de dentro del propio destino), para generar flujos controlables de turistas, suficientes para satisfacer las necesidades económicas de los actores locales implicados en el destino.

En muchos lugares turísticos, aunque se hayan establecido estrategias para la promoción y comercialización de la oferta turística, en ocasiones no se visibiliza que exista una correcta gestión del lugar ya que necesitan estar de acuerdo los actores sociales para que el destino sea completamente controlado.

Cabe considerar por otra parte que el proyecto reconoce su instalación en un espacio-territorio que funciona como destino turístico, el cual está regido por administraciones públicas y privadas, y consecuentemente organizado y ordenado política y jurídicamente con el propósito de estimular y proteger los intereses del desarrollo turístico, con énfasis en el bienestar de los anfitriones. (Herrera, 2011, pág. 24)

Planificación turística

Dentro de este marco, el turismo produce también impactos socioculturales al poner en contacto personas provenientes de ámbitos diferentes y al ofrecer el patrimonio cultural, material o inmaterial, como fuente de recursos turísticos.

Debe señalarse que la planificación de un destino turístico es una cuestión muy compleja, debido al número de partes implicadas en el proceso y afectadas por su desarrollo, entre ellos, la propia comunidad residente. De acuerdo con Gunn (1988), para la correcta planificación de un destino se necesitan establecer estrategias además de una correcta administración y así no perjudicar al medio turístico que se va a trabajar para poder satisfacer por completo a los turistas y los anfitriones del lugar.

La actividad de gestión de la administración tiene como objetivo principal la implementación de las mejores prácticas, siendo la finalidad de estas acciones, al de garantizar el menor impacto posible, mejorar la calidad del producto turístico y la imagen del cliente, y lograr un desarrollo empresarial y, por lo tanto, un rendimiento socioeconómico más eficiente. (Presenza, 2006, pág. 46)

Las mejores prácticas promueven a la introducción de mayores niveles de competitividad en el mercado interno, aprovechando así de los recursos que se posee en la localidad.

De acuerdo con Sánchez (2015), la competitividad de un destino turístico se puede definir como un destino que ofrece bienes y servicios a los visitantes, atrayéndolos con una oferta sugerente, generando gasto y satisfaciéndolos en sus expectativas.

Si en nuestro entorno se crearan empresas que fomenten a entornos favorables junto con la innovación se daría paso a la competitividad del sistema económico de los destinos aledaños al sitio en estudio.

Es decir, cuando un destino se consolida, la generación de ingresos más importante es la que proviene de los gastos en consumo de los turistas, lo que representa una inyección

de ingresos que proviene del lugar de residencia de éstos, por lo que si un destino establece los pilares fundamentales en su gestión se puede fijar netamente como un sitio turístico donde su principal afluente económico serán los turistas.

También, en la estructuración del servicio del turismo, la participación del Gobierno es de gran importancia para fundamentar la regulación de la prestación de dicho servicio; para llevar a cabo planes de coordinación, regulación, uniformidad e información, se diseña la política pública como herramienta de intervención de Estado.

Para Benavides y Venegas (2013), la participación del Gobierno dentro de un proyecto es factor clave para la realización de la obra, pero aun así no se ha establecido los mecanismos correspondientes para completar la satisfacción de anfitriones y turistas.

Por otra parte, autores como Cohen (2005), manifiestan fuertemente la relación del turismo con las etapas del fenómeno de la globalización, etapas que se dirigen hacia la promoción intensa de la información, la cultura y, consecuentemente, del turismo; parte de la globalización es que un sitio turístico sea promocionado mediante una adecuada distribución de beneficios protegiendo la realidad del lugar como su cultura.

Este fenómeno causa como tal que, a medida que los turistas van adquiriendo experiencia turística, sus percepciones van a tener un papel importante a la hora de volver al destino o recomendarlo, de aquí la importancia de la demanda, la mejor promoción que se puede hacer sobre un destino turístico es por parte de los turistas porque son los que dan la completa información del lugar (Sánchez, 2015, pág. 3).

Sin embargo, la globalización ha logrado que el mercado se integre a niveles impensables, llevando a una complejidad mayor en las necesidades que requieren de un nivel de sofisticación empresarial mayor, acompañada, indispensablemente, por políticas públicas adecuadas que contribuyan a la adaptación - e introducción - de cambios globales que inevitablemente afectan a un sector transversal como el turismo. (Benavides & Venegas, 2013, pág. 46)

La actividad turística compone una actividad económica, y los impactos económicos en este ámbito han sido estudiados no dejando de tener una complejidad porque es un

ámbito lleno de subsectores. La realización de la actividad turística trae consigo una serie de impactos los cuales en su mayoría son negativos para su entorno como también pueden ser positivos.

La principal dificultad al medir el impacto económico del turismo se debe al impacto multisectorial de la actividad turística que conlleva beneficios que resultan difíciles de cuantificar y que de alguna manera disminuyen la verdadera contribución turística contribución del turismo al desarrollo económico (Meyer, 2004, pág. 31).

A diferencia, Santana (1997) menciona que por un lado está el impacto económico en función de los costes y beneficios producidos, de la creación de la riqueza y de su distribución, de la mano de obra empleada de población local y extranjera. En segundo lugar, el impacto físico o ambiental: los planes de desarrollo turísticos pueden realizarse en sintonía con los de conservación del entorno; en tercer lugar, el impacto sociocultural: los cambios en los modos de vida de la población local que constituye un destino turístico.

Dentro de este marco, “el turismo produce también impactos socioculturales al poner en contacto personas provenientes de ámbitos diferentes y al ofrecer el patrimonio cultural, material o inmaterial, como fuente de recursos turísticos” (Varisco, 2007, pág. 17).

Competitividad

La competitividad permite controlar y juzgar, facilitando las decisiones de cara a la búsqueda de la mejora continua y de ventajas competitivas para un destino.

Para Ferreras (2010), dentro del destino en análisis, en la actualidad se presenta en un proceso de mejora junto con su reestructuración se puede obtener resultados favorables al lugar, para esto se debe tener un verdadero liderazgo en su estructura organizacional.

Factores críticos de éxito

Son un número limitado de áreas en las que los resultados, si estos son satisfactorios, garantizarán un rendimiento competitivo exitoso para la organización.

Según Ferreras (2010), mediante los factores críticos de éxito, se podrá obtener resultados satisfactorios asegurando un desempeño exitoso, aplicando esta técnica se influenciará en la toma de futuras decisiones que serán de mayor relevancia en la organización del malecón.

Gastronomía

Más allá de un concepto científico, hay que tomar en consideración a la gastronomía como una forma de preparar los alimentos con un significado cultural. En estos procesos de preparación, aparte de la importancia de la limpieza y nutrición de los alimentos, se aplica un toque artístico en los mismos.

De acuerdo con Mejía (2013), la gastronomía es un tipo de alimentación que refleja de uno u otro modo las costumbres o identidad de un lugar, región o país. En este contexto, se podría afirmar que conocer una región o un país es degustar sus platos típicos, pues de alguna manera refleja la forma de vida de los pobladores.

Estructura de costos

La estimación de costos dentro de un proyecto de inversión se refiere a la estimación de los recursos necesarios, tanto humanos como materiales que son necesarios y en los que se debe invertir dinero para llevar a cabo las actividades del proyecto. La aproximación de costos le permite considerar las probables variaciones del estimado final con el fin principal de mejorar la administración de los costos.

De acuerdo con Lira (2013), los recursos que componen una estructura de costos se pueden representar en la siguiente fórmula:

$$C = \underbrace{(P * a) + (F * b)}_{\text{Recursos tangibles}} + \underbrace{(A * c) + (I * d)}_{\text{Recursos intangibles}}$$

C = Costos totales de la empresa

P = Costos de personal

F = Costos de recursos físicos

A = Costos de alianzas

I = Costos de información

a, b, c, d = Factores de uso y medición de cada recurso.

- P.- Se refiere al costo de personal, tomado en consideración como mano de obra. Su medición se la realiza por lo general en horas/hombre, hombres/turnos o valoraciones similares y se valoriza por costos unitarios (\$/hora o \$/mes).
- F.- Hace referencia a los costos a los que se incurre por el uso de maquinarias, equipos e instalaciones o por la transformación de materia prima en mercaderías. Se mide por lo general en kilos, metros, toneladas y se valora en dinero según su costo.

P y F son los recursos o costos tangibles, es decir que pueden ser notados o palpados por quien lleva a cabo el proyecto.

- A.- Son los costos de alianzas estratégicas y relaciones en los que se incurre para la interacción de una empresa con su entorno (interno o externo). Este tipo de recursos están siempre en procesos de investigación y su valoración por lo general se realiza por medio del costo alternativo o de oportunidad.
- I.- Los costos de información y conocimiento son los costos en los que se incurre para fortalecer el conocimiento institucional en temas que ayuden a mejorar los procesos y actividades desarrolladas por los integrantes. Su valoración se la realiza por medio del costo de oportunidad. (Lira, 2013, p.19)

Costos de producción

Cualquier empresa, al momento de producir un bien o un servicio, debe asumir varios costos que obligatoriamente deben ser realizados. Por lo general, este tipo de costos dependerán del tipo materia prima, mano de obra, el espacio para producir, pago de impuestos y servicios básicos, entre otros.

De acuerdo con Cashin (2012), los costos de producción son recursos controlados por la empresa que se valoran monetariamente y que se aplican o en los que se incurre para la producción de un bien o un servicio. Dentro de los costos de producción se incluyen el costo de materiales, mano de obra y gastos indirectos de fabricación.

Crédito de proveedores

Toda empresa en algún momento sea al inicio o en el desarrollo de sus operaciones cotidianas, necesita una inyección de recursos económicos que les permita mejorar o adecuar sus condiciones empresariales y hacer frente al cada vez más competitivo mundo actual de los negocios.

Según Morales y Morales (2012), los créditos de proveedores son créditos otorgados a personas naturales o jurídicas que se dediquen a proveer algún producto o servicio y que por lo general son destinados a capital de trabajo en micros y pequeñas empresas.

Estructura de ingresos

Los ingresos se refieren a los diversos montos y flujos de dinero que entran en las arcas de una empresa, producto de la producción, comercialización y venta de un determinado bien o servicio. Dentro de la estructura de ingresos se pueden identificar a los ingresos operacionales y los ingresos no operacionales.

De acuerdo con Acedo, Muñana y Legaza (2013), los ingresos operacionales u operativos se refieren a todos los ingresos que se originan por la actividad económica propia o principal de la empresa. Por ejemplo, una licorera tiene como ingreso operacional la venta de licores.

De su parte los ingresos no operacionales o no operativos, son todos los ingresos que ingresan a una empresa por actividades paralelas a la operatividad propia del negocio. Por ejemplo, la misma licorera del ejemplo anterior, alquila su local para una celebración, esos ingresos no son propios de la actividad del negocio (Acedo, 2013).

Utilidad operacional

Entender el concepto de utilidad operacional es un tema un poco complejo para estudiantes que inician los estudios de contabilidad. La utilidad operacional es una utilidad diferente a la neta o líquida, ya que la utilidad operacional no toma en consideración los conceptos derivados del estado de resultados.

Soriano (2013), define a la utilidad operacional como el resultado o diferencia resultante entre los ingresos y gastos operacionales sin tomar en consideración los gastos e ingresos no operacionales. La utilidad operacional, al no incluir los rubros no operacionales, es por lo general, menor a la utilidad neta.

Liquidez

La cantidad de recursos económicos que tiene una empresa a la mano permite la generación rápida de cuan saludables y en buena forma, están las finanzas de una empresa en un momento determinado.

De acuerdo con Soriano (2013), la liquidez es la capacidad financiera que tiene una empresa para atender sus obligaciones de pago en el corto plazo. Es un hecho

claramente comprobado que la falta de liquidez en una empresa es uno de los principales motivos de la quiebra de las empresas.

Margen operacional

El margen operacional tiene importancia dentro del análisis de la rentabilidad debido a que su resultado indica si el proyecto o negocio es o no lucrativo en sí mismo, sin importar como ha sido financiado preliminarmente.

Para Omeñaca (2013), la utilidad o margen operacional está influenciada no solamente por el costo de ventas, sino también por los gastos operacionales sumados a los gastos administrativos y de ventas, ya que, de forma teórica, no son estrictamente necesarios para que la empresa pueda operar normalmente.

1.2 Antecedentes (estudios previos)

Para un mejor y mayor análisis del tema de estudio respecto al impacto de la regeneración del malecón de Las Palmas, fue necesario identificar otras investigaciones que guardan relación con la temática, por lo que inicialmente se tomó en consideración el estudio de Bedrán (2011), en el que se realiza un análisis a la reconstrucción turística y económica del malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil.

La regeneración urbana no se entiende sino desde la economía; define metas y objetivos, que en lo posible tratan de alcanzarse a través de proyectos, políticas o programas. Estas metas y objetivos pueden ser o no alcanzadas. Para conocerlo se deben emplear, ya en funcionamiento, las intervenciones urbanas y evaluaciones que permitan, primero, saber que se ha logrado y, en segundo lugar, establecer rectificaciones.

Para poder existir una regeneración urbana correcta y equitativa es preciso que se instituya conexión entre los administradores del malecón y los anfitriones del lugar mediante una planificación ordenada para poder establecer el lugar como una fuente importante de crecimiento económico.

En la investigación de Romero (2013), se realiza una propuesta de campaña de comunicación y relaciones públicas para dar a conocer e involucrar a la ciudadanía en el proyecto de intervención urbana de Las Palmas.

La metodología aplicada para el logro de los objetivos se refirió a técnicas de investigación como la encuesta, que permita evaluar la percepción de los ciudadanos y turistas, a más de entrevistas a distintas personalidades que brindaron un criterio que permitió conocer cómo se desarrolla el proyecto.

Entre los resultados de la investigación se pudo establecer que existen deficiencias en el modelo de desarrollo que se presentó inicialmente para poner en marcha el proyecto Las Palmas, recomendando una revisión y modificación de sus lineamientos iniciales.

En la investigación efectuada por Torres (2014), se realiza un estudio de los impactos producidos por el incremento de la actividad turística en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

Para el logro de los objetivos, se aplica el método deductivo, realizando un análisis de las perspectivas desde el nivel macro al micro, en función del estudio del número de turistas que visitan el lugar en temporadas altas y bajas, aplicando encuestas tanto a microempresarios del sector como a turistas visitantes.

Entre los principales resultados se pudo evidenciar que a pesar de que van en aumento los niveles del incremento del turismo en Salinas, se presentan ciertas problemáticas que afectan el desarrollo turístico de la zona; el contraste entre el malecón y las calles de la ciudad, el alto número de vendedores ambulantes, vías de acceso en mal estado, son entre otros, los aspectos que deben ser observados y regulados con prontitud.

En el estudio efectuado por Díaz (2015), se desarrolla una propuesta de desarrollo de negocio integral para impulsar el crecimiento turístico y económico del balneario Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas, en función de mejorar los vínculos entre los negocios turísticos y el entorno poblacional en el que se desarrollan.

Según Gracia A. (2018), después de su establecimiento y la regeneración del malecón FLOPEC, viene una influencia económica al sector muy notoria, empleando una metodología mixta se inicia la presente investigación enfocándose en el análisis de la influencia económica de FLOPEC en el sector Las Palmas de la ciudad de Esmeraldas, que aplicando entrevistas y encuestas se logró recaudar información que sirvió para el desarrollo de los objetivos. Luego de analizar los resultados obtenidos se concluye que en el momento que FLOPEC se instauró en el malecón de Las Palmas, el sitio se encontraba en total abandono por parte de las autoridades locales y perjudicaba comercialmente a “Las Palmas”. Existieron indicadores económicos importantes que fueron desarrollándose en el sector como es el aumento de empleo, incremento de ventas en los locales comerciales y las ganancias que fueron aumentando progresivamente con el tiempo. Las perspectivas de desarrollo de los actores son positivas, tienen plena confianza en que los ingresos en un futuro aumenten y sean de mayor beneficio, que el sector crezca comercial y turísticamente, que sea haga más

conocido en el ámbito nacional para que esto sea de mayor provecho para el comercio y la dinamización de la economía en el sector.

Los resultados evidencian que las variables participantes del progreso turístico del Malecón de Las Palmas no han podido desarrollarse efectivamente, por lo que se hace necesario que aspectos como la gastronomía, deporte, diversión y desarrollo de emprendimientos, sean atendidos en función de mejorar y promover un crecimiento real.

1.3 Marco legal

Para efectuar la investigación, se debieron observar los siguientes cuerpos legales:

Ley N°97 – Ley de Turismo

Dentro del desarrollo del estudio se pudo incorporar varios acápite con sus respectivos articulados de la Ley de Turismo, y con ello se consideró el art. 1, 2, 3,4 y 5 en donde se refleja el marco legal en la actividad turística, el ejercicio de la actividad, el respeto a los conciudadanos la iniciativa privada, fomentar el respeto de los recursos naturales, preservar las áreas protegidas.

En este marco se consolidó en forma legal todo el trabajo investigativo relacionado con el entorno turístico, en especial para resaltar las diversas actividades que se ejercen en el diario vivir, por ello se contemplaron los art. 6, 7 que refleja los contratos, las actividades que generan lucro o rentabilidad.

También se pudo especificar el art. 11 que expide el permiso de funcionamiento que deben obtener a través de un proceso o trámite legal; y de la comunidad que pueden ofrecer servicios turísticos colocando todas las facilidades al emprendedor, los mismos que deben cumplir a cabalidad todas las disposiciones.

Plan Nacional para el Buen Vivir

Dentro del desarrollo del presente estudio turístico se considerará el acápite del objetivo 8, el cual refleja “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”, haciendo relación con los discursos de los emprendedores del cantón Esmeraldas sobre las oportunidades y fortalezas que mantiene el balneario de la playa de Las Palmas.

Ley de Economía Popular y Solidaria

Art. 134.- Las Municipalidades conformando regímenes de administración en condominio, con comerciantes minoristas, podrán construir mercados, centros de acopio, silos y otros equipamientos de apoyo a la producción y comercialización de productos y servicios. El régimen de administración en condominio entre las municipalidades y de los comerciantes minoristas se regulan mediante ordenanza.

Art. 135.- Las municipalidades podrán mediante ordenanza regular la organización y participación de los pequeños comerciantes en actividades productivas, comerciales o de servicios que permitan la incorporación y participación de estos sectores en la dinamización de la economía local, para lo cual, propiciarán la creación de organizaciones comunitarias para la prestación de servicios o para la producción de bienes, la ejecución de pequeñas obras públicas, el mantenimiento de áreas verdes urbanas, entre otras actividades.

Art. 136.- Para la prestación de los servicios públicos de competencia municipal, las empresas públicas municipales podrán propiciar la conformación de organizaciones comunitarias para la gestión delegada de dichos servicios. La delegación de estos servicios públicos se regulará mediante ordenanzas.

Art. 137.- Medidas de promoción. - El Estado establecerá las siguientes medidas de promoción a favor de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley.

CAPÍTULO II.- MATERIALES Y METODOS

2.1 Tipo de estudio

Para el desarrollo de la investigación, es necesario delimitar el camino que se va a seguir, las reglas y procedimientos a observar para alcanzar el fin investigativo propuesto inicialmente.

Por lo tanto, el tipo de estudio es **documental** ya que la investigación se apoyó en fuentes registradas de cualquier tipo, basándose en los antecedentes con relación al tema en estudio.

De **campo** mediante este se conocerá y se llevará a cabo el estudio y se identificarán los sujetos a estudio y aportarán con información relevante para la investigación de tesis similares para la investigación de temas que sean relevantes para la sociedad Esmeraldeña.

La presente investigación se realizó en la ciudad de Esmeraldas, capital de la provincia de Esmeraldas, ubicada en el extremo noroccidental del Ecuador; limita al norte con el Océano Pacífico, al sur con el cantón Quinindé, al este con el cantón Rioverde y al Oeste con el Cantón Atacames. Posee dos de las fuentes económicas más significativas del país como son la Refinería Estatal y uno de los puertos más importantes del Ecuador.

Específicamente, la investigación tuvo como escenario principal al malecón de Las Palmas, ubicado en el barrio del mismo nombre, en la Avenida Kennedy, entre las calles Bastidas, Valdez, Guerra, Mengui, Padilla, calle J, calle N, entre las principales calles adyacentes al malecón de Las Palmas.

Se visitaron los diferentes emprendimientos gastronómicos que existen en torno al malecón de Las Palmas con la finalidad de conocer los criterios de los propietarios de los emprendimientos gastronómicos, así como también se hizo un recorrido por los

distintos lugares del malecón para conocer las opiniones de los visitantes de esta zona turística.

Según los objetivos, por una parte, puede ser considerada como una investigación correlacional, con la que se pretende medir el grado de relación que existe entre el antes y el después del malecón Las Palmas, por lo que se dará un grado explicativo a la investigación ya que se aportará con cierta información para el tema.

Por otra parte, la investigación podría considerarse descriptiva, ya que mediante esta se logrará caracterizar la situación concreta que tendrá un aporte significativo como precedente para una posible solución de los microempresarios y así analizar la situación que viven desde la realidad obteniendo mayor profundidad del tema en estudio.

De acuerdo con Iglesias y Cortés (2012), la metodología de la investigación es definida como la ciencia que permite al investigador, contar con conceptos, principios y leyes que posibilitan encaminar de forma eficiente a la investigación científica.

2.2 Definición conceptual y operacionalización de las variables

Tabla 1.- Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS O INSTRUMENTOS
IMPACTO ECONÓMICO	El impacto económico es producido por una acción favorable o no para grupos de interés que es generado en la economía.	<p>Revisión de la bibliografía</p> <p>Realización del marco teórico</p> <p>A través de la aplicación de encuestas y entrevistas</p> <p>Procesamiento de datos</p> <p>Conclusiones</p>	<p>Ventas</p> <p>Clientes</p> <p>Costos</p>	<p>Flujo de clientes</p> <p>Demanda de platos</p> <p>Costos de producción</p> <p>mayor demanda culinaria</p> <p>demanda de visitantes antes y después</p> <p>rubros por los que genera mayores ingresos</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>

<p>EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO</p>	<p>Es el inicio de una actividad que se requieren riesgos que intervienen dinero, tiempo y calidad.</p>	<p>Revisión de la bibliografía</p> <p>Realización del marco teórico</p> <p>A través de la aplicación de encuestas y entrevistas</p> <p>Procesamiento de datos</p> <p>Conclusiones</p>	<p>Tiempo</p> <p>Beneficios</p>	<p>Tiempo de funcionamiento del emprendimiento</p> <p>Beneficios por la creación del nuevo malecón</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>
-----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------

2.3 Métodos

En los estudios sobre el turismo se menciona invariablemente la obligada necesidad de determinar la importancia económica que esta actividad tiene sobre las localidades. Frecuentemente se recurre a utilizar métodos y técnicas que se usan para evaluar los impactos en general.

A continuación, se presentan los principales métodos y técnicas que se utilizaron para medir los impactos socioeconómicos dentro de la actividad gastronómica desarrollada en el malecón de Las Palmas.

El método utilizado para la investigación fue el método lógico: análisis y síntesis, que cubre la etapa que permite contar con las conclusiones derivadas del estudio, así como presentar recomendaciones y/o sugerencias, que darán elementos para la toma de decisiones de potencializar los negocios gastronómicos del balneario Las Palmas, además de la medición que es método empírico mediante el cual se realizó un enfoque cuantitativo con el objeto de tener información numérica de los indicadores relativos al tema.

La correcta aplicación de los métodos y técnicas de investigación, permitieron la obtención de suficiente y objetiva información sobre la que se recomiendan alternativas para un mayor aprovechamiento de las condiciones turísticas que ofrece el malecón de Las Palmas.

2.4 Técnicas e instrumentos

Las técnicas utilizadas en la presente investigación fueron las siguientes:

La observación: Mediante esta técnica se ejecutó una observación científica al fenómeno, hecho o caso, tomando información y registrarla para su posterior análisis. Se visitaron las instalaciones físicas de los diversos emprendimientos gastronómicos adyacentes al Malecón Las Palmas, que tengan relación con la problemática sobre los

impactos económicos que han tenido, como resultados de la nueva infraestructura del malecón Las Palmas.

La entrevista: Con la finalidad de obtener información relevante se establecieron entrevistas estructuradas para extraer la máxima información útil para conocer el trabajo riguroso, a funcionarios del departamento de Turismo del GAD de Esmeraldas, explorando a la organización y poco aprovechamiento de la implementación del nuevo Malecón Las Palmas. La entrevista se realizó al Director Municipal de Turismo del GAD Esmeraldas.

Antes de todo, hay que tener claras las limitaciones que se encontraron. Las personas entrevistadas, en algunos casos tuvieron inconvenientes de tiempo para atender las interrogantes, siendo que uno de los principales objetivos de estas, es conocer la percepción sobre los impactos que ha tenido la implementación de este nuevo malecón. Por otro lado, se trató de crear un ambiente de confianza para hablar sobre este tema un poco controversial ante todo el sistema político que se está dando y los entrevistados.

Se **encuestó** a los emprendedores gastronómicos del nuevo malecón “Las Palmas”; se identificaron alrededor de 12 sujetos que implementaron o que ya han tenido sus negocios desde antes de la remodelación del malecón. Se entrevistó también a personas de su entorno o emprendedores que recién están trabajando en el sector, para así conocer otro punto de vista acerca del desarrollo del lugar. Se entrevistaron a los emprendedores, la cual se realizó con el objetivo de ser más rápida y generalizada a los dueños de emprendimientos para medir los impactos económicos que se suscitaron después de la transformación del malecón.

Cuando se habla de un estudio de caso, se hace referencia a investigar a los emprendedores que han pasado por todo este cambio a profundidad, definido y limitado para que nos sirva como aterrizaje en el campo. El principal motivo por el cual se ha elegido a los emprendedores que han estado desde antes de la implementación del nuevo malecón, es porque ellos tienen conocimiento de todo el proceso por el cual se asumió de pasar para llegar a establecer el nuevo malecón. Su conocimiento es importante para conocer todo lo que está suscitando tras toda esta transformación.

2.5 Análisis de Datos

Población

De acuerdo con Hurtado y Toro (2008), la población se refiere al total de elementos a los que se refiere un proceso de investigación, en otras palabras, componen todos los individuos o universo que componen el objeto de estudio.

En la presente investigación, la población estuvo conformada por 12 emprendedores turísticos que ofertan gastronomía en el nuevo malecón de Las Palmas y también por los visitantes a este atractivo turístico, que, de acuerdo con información de la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Esmeraldas, en fines de semana, son aproximadamente 2000 personas las que visitan el balneario de Las Palmas.

Tabla 2.- Matriz poblacional

N°	DETALLE	CANTIDAD
1	Emprendedores gastronómicos	12
2	Funcionarios de Turismo del Municipio y el Ministerio de Turismo	2

Muestra

Según Balestrini (2012), la muestra puede ser definida como una parte representativa del universo o población que se estudia y cuyas características pueden producir en una investigación datos lo más parecidos posible.

En la presente investigación, por ser una población finita, no se les aplicó fórmula muestral, es decir, se utilizó el 100% de la población identificada.

CAPÍTULO III.- RESULTADOS

3.1 Análisis e interpretación de resultados – Encuestas a microempresarios

Tiempo de creación de los emprendimientos

Nueve de los doce microempresarios encuestados expresaron que tienen en sus negocios más de una década, desde mucho antes que se construyera el nuevo malecón de Las Palmas; lo que permite evidenciar que son más de diez años en los que los empresarios turísticos vienen ofreciendo sus productos y servicios en este sector turístico de la provincia de Esmeraldas.

Sistema contable en los emprendimientos

Tabla 3.- Sistema de contabilidad en negocios

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	3	25%
NO	9	75%
TOTAL	12	100%

Al consultarles a los microempresarios si sus locales comerciales cuentan con sistemas computarizados para el manejo de sus procesos contables; de los doce encuestados, el 75% no aplica este tipo de tecnologías en el manejo de sus recursos. El hecho de que el proceso contable y su respectivo control sean ejecutados de forma manual representa una debilidad en torno al manejo de los recursos económicos que generan los microempresarios.

Variación de clientes que visitaban antes del nuevo malecón

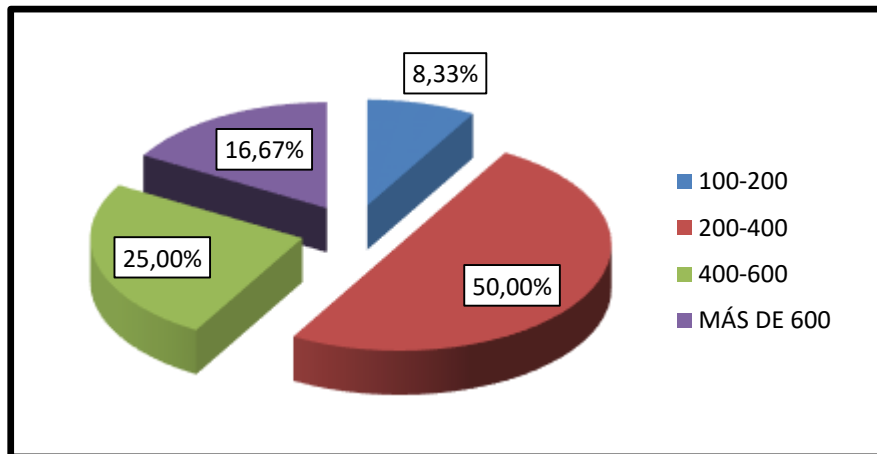


Ilustración 1.- Clientes visitantes a los microemprendimientos antes del malecón

La afluencia de turistas al balneario Las Palmas antes de la reconstrucción del malecón no era muy alta. Según los resultados obtenidos en las encuestas con los microempresarios del sector, se pudo establecer que el promedio semanal de visitantes era de aproximadamente 500 personas.

Variación de clientes que visitan el nuevo malecón

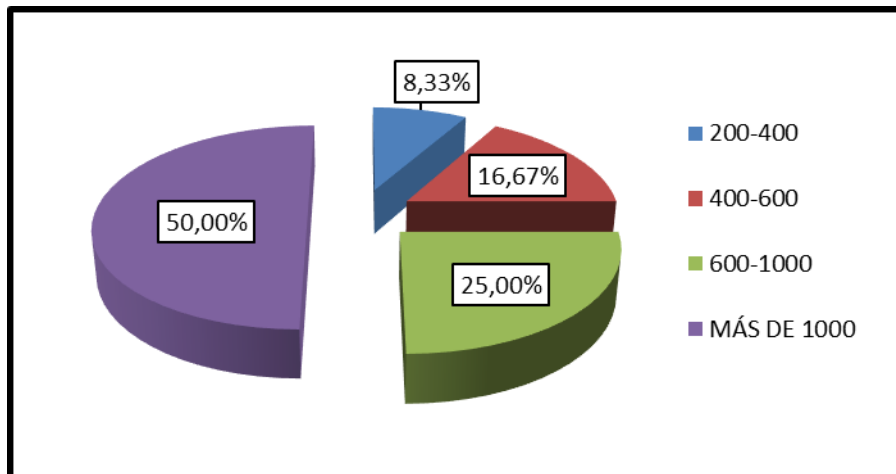


Ilustración 2.- Clientes visitantes a los microemprendimientos después del malecón

La reconstrucción del malecón de Las Palmas produjo el crecimiento de la actividad turística en todos sus sentidos. La afluencia de turistas generalmente promediaba los 500 visitantes, pero con la reconstrucción, se reciben más de 1500 turistas por semana, que superan en más de 1000 visitantes al número anterior y que concuerdan con los datos recogidos de la página web del Gobierno Municipal de Esmeraldas, en los que se expresa que el malecón es visitado semanalmente por más de 2000 personas.

Demanda culinaria de los clientes turistas

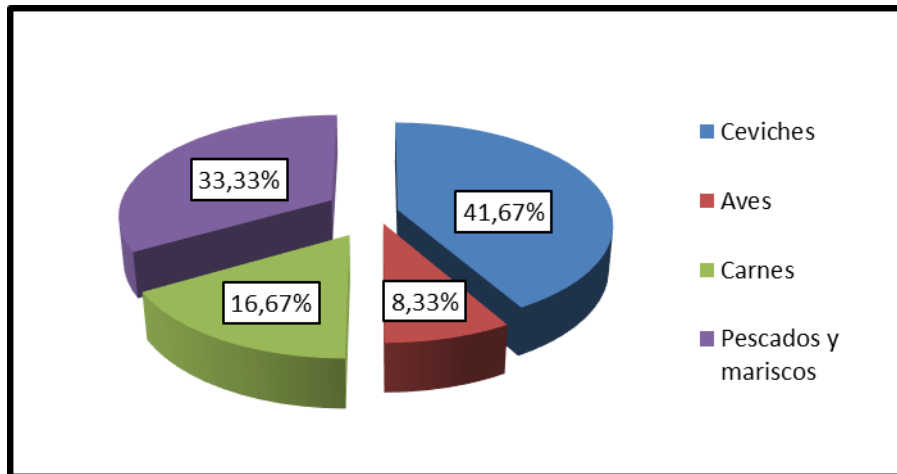


Ilustración 3.- Demanda de gastronomía de los turistas

Esmeraldas es una de las zonas del país en donde se presenta una gran variedad de oferta gastronómica en el malecón Las Palmas. Aunque se oferta y consumen diferentes tipos de carne, los mariscos son los platos que predominan y el 41.67% de encuestados, indicaron que específicamente el ceviche, es el plato que más consumen los turistas visitantes.

Composiciones de ingresos del emprendimiento

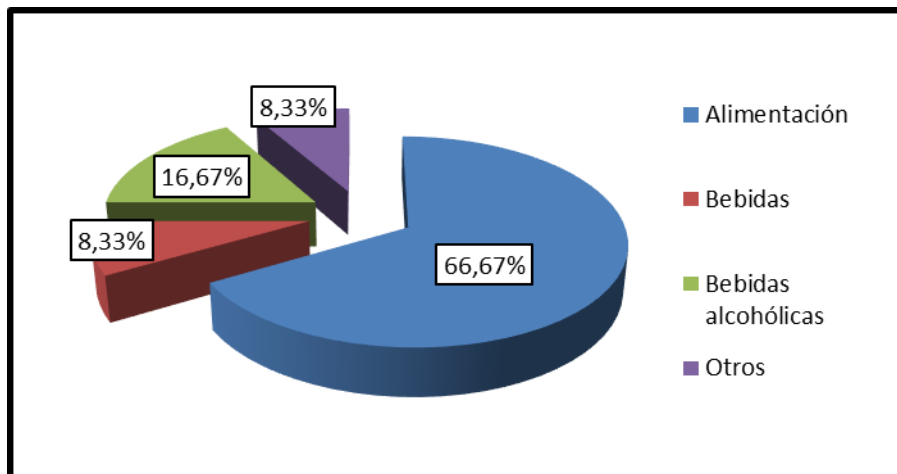


Ilustración 4.- Componentes de ingresos de microemprendimientos

Aunque en los diferentes negocios existentes en el malecón de Las Palmas se expenden diversos productos y servicios como bebidas, jugos y refrescos e incluso bebidas alcohólicas a bajo nivel, el consumo de las diversas ofertas gastronómicas, son el principal rubro de ingresos que tienen los microempresarios del malecón; en promedio, 6 de cada 10 visitantes se acercan a los locales a consumir comida preparada.

Estimación de costos generales del emprendimiento

Tabla 4.- Estimación de costos generales del emprendimiento

RUBRO	MÍNIMO	MÁXIMO
Costos de arriendo y mantenimiento del local	\$ 400	\$ 500
Gastos en servicios básicos	\$ 100	\$ 200
Gastos en seguridad	\$ 250	\$ 350
TOTAL	\$ 750	\$ 1050

Son muchos los rubros que tienen que cubrir los microempresarios para mantener su negocio dentro del malecón de Las Palmas. En promedio gastan mensualmente \$900.00, de los que principalmente se paga por arriendo y mantenimiento del local el rubro más alto, ocupando aproximadamente el 50% de todos los egresos que obligatoriamente deben realizarse en los locales.

Aumento de costos de producción

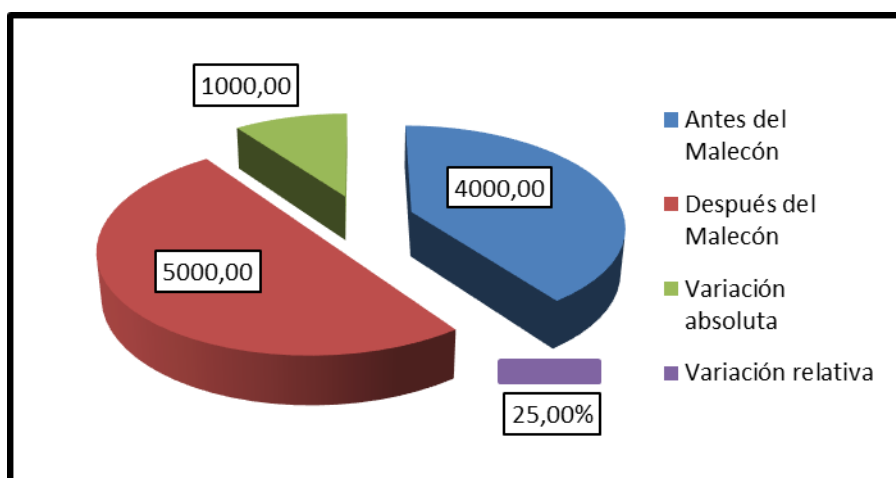


Ilustración 5.- Incremento de costos de producción

Al preguntar a los microempresarios, como habían variado sus costos de producción haciendo una comparación entre las actividades antes de la regeneración del malecón y luego del mismo, manifestaron que antes gastaban en promedio cerca de \$4000, mientras que en la actualidad gastan en promedio unos \$5000. Al comparar los valores se puede notar que los costos de producción subieron aproximadamente en \$1000, lo que en términos porcentuales refleja un incremento del 25%.

Aumento de ingresos por ventas

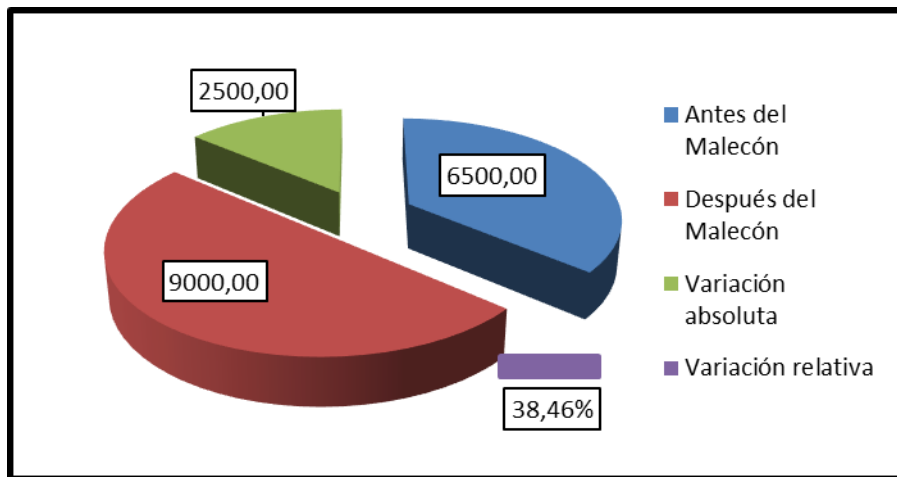


Ilustración 6.- Incremento de ingresos por ventas

Al preguntar a los microempresarios, como habían variado sus ingresos por ventas antes del malecón y luego del mismo, manifestaron que antes vendían en promedio unos \$6500 mientras que, con el aumento de los visitantes por el malecón, sus ventas promedian los \$9000. Se puede evidenciar que subieron aproximadamente en \$2500, en términos porcentuales refleja un incremento del 38.46%.

Dinamización de la economía con el malecón de Las Palmas

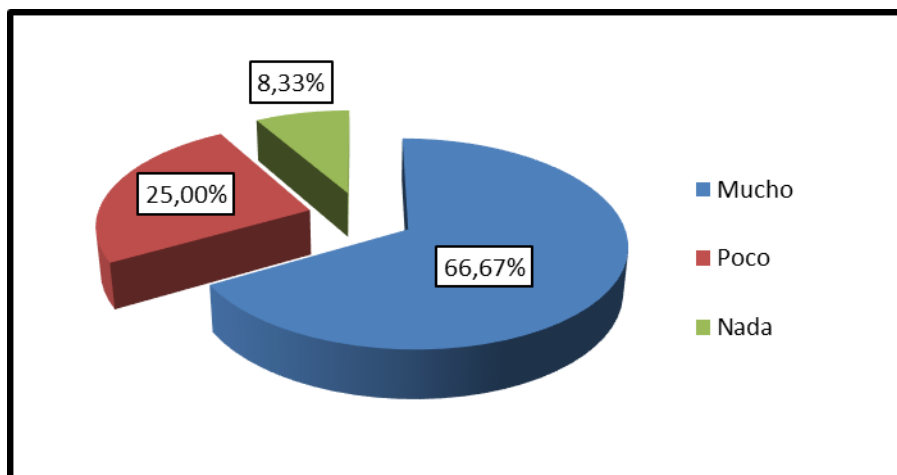


Ilustración 7.- Dinamización de la economía luego del proyecto de regeneración

Al consultar sobre cuánto ha dinamizado la economía la reconstrucción del malecón de Las Palmas, los resultados del 66.67% reflejan cuan mayoritaria ha sido la percepción del alto impacto que ha tenido esta infraestructura en el aumento de visitantes y por ende de la dinamización de la economía. Con el nuevo malecón se han generado mayores oportunidades de negocio, más emprendimientos, nuevos empleos; todo como una muestra clara de la dinamización de la economía en el sector del Malecón.

3.2 Entrevistas dirigidas a funcionarios de turismo del Gad Municipal de Esmeraldas y al Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo en Esmeraldas

Los resultados de las entrevistas permitieron establecer las siguientes consideraciones:

Cuando se consultó a los funcionarios sobre cuáles son los beneficios que traería consigo la construcción del nuevo proyecto Malecón 2 para los microempresarios adyacentes al nuevo Malecón Las Palmas, éstos respondieron que, a más de dotar a los turistas de un lugar de esparcimiento de primer nivel integral, permitirá a los microempresarios ofertar sus productos y servicios en condiciones de calidad.

Al consultar sobre las alternativas que existirán para el proyecto Malecón 2, el funcionario de turismo del Gobierno Municipal de Esmeraldas expresó que se direcciona principalmente a la mejor oferta de comida a los turistas y visitantes de Las Palmas, mientras que el Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo dijo que, a más de la oferta de comida, existirán espacios de diversión con moderación.

Se preguntó también sobre los valores que pagarían los microempresarios por el alquiler de los nuevos locales que existirán en el proyecto, pero ambos funcionarios dijeron desconocer y que se debía esperar que el proyecto se haga realidad y se analicen varios aspectos para determinar los valores de alquiler de los locales en los que se asentarán los microempresarios.

En torno a cuáles consideran los funcionarios que ha sido el desarrollo social y económico que ha traído consigo la implementación del malecón Las Palmas, concordaron al manifestar que se ha notado el desarrollo socioeconómico del sector pues han aumentado los niveles de visita de turistas locales, nacionales y extranjeros, lo que por ende ha incrementado el movimiento económico en la zona.

Se consultó también a los funcionarios sobre qué medidas se han tomado para que exista un desarrollo equitativo del turismo dentro de esta zona, a lo que los funcionarios respondieron que se han promovido campañas de información y capacitación, cursos de capacitación para mejorar la calidad de los productos y servicios que se ofertan,

adiestramiento en el manejo de sus negocios como empresas, manejo de equipos computarizados y de sistemas contables, entre otras actividades que permitan una mayor equidad en el crecimiento socioeconómico armónico de los diferentes actores de este sector turístico.

Al finalizar se preguntó a los funcionarios cuáles consideran serían otras actividades o estrategias que ayudarían a aprovechar plenamente la obra turística del Malecón de Las Palmas y respondieron que se deberían crear programas de difusión en conjunto con el Gobierno Municipal, invertir en programas publicitarios que se transmitan en medios de comunicación de orden nacional, entre otras actividades que realcen aún más el potencial turístico que se tiene actualmente en el sector Las Palmas.

CAPÍTULO IV.- DISCUSIÓN

4.1 Discusión de resultados

En el año 2015, se dio inicio al proyecto de construcción y regeneración del balneario Las Palmas, obra civil en un área aproximada de ocho hectáreas, en la que se destacan el edificio en donde funcionan las oficinas de FLOPEC, zonas de parqueo, áreas verdes, una plaza pública, locales destinados para negocios de alimentación, máquinas de gimnasio, cafetería mirador, duchas, torres de vigilancia, entre otros.

La obra fue entregada en el año 2016 con el objetivo principal de que la inversión de aproximadamente 54 millones de dólares pueda fortalecer y desarrollar el turismo local, nacional e internacional y promover la inversión en planta turística, tomando en consideración y aprovechando los cinco kilómetros de playa que tienen este balneario.

El contar con esta obra, ha hecho posible que la actividad turística tenga un mayor movimiento y por ende se dinamice la economía del sector, por lo que, por medio de este estudio, se efectuó un análisis que permitió la identificación de los principales impactos económicos que resultan de la implementación del malecón.

La regeneración del malecón de Las Palmas ha creado una alta expectativa entre la ciudadanía y especialmente entre los emprendedores gastronómicos, quienes son parte esencial de la dinamización de este sector, por lo que es necesario conocer qué impactos económicos han tenido en sus negocios, la entrega de esta obra turística.

Esta investigación propone como factor importante, conocer la percepción de los emprendedores gastronómicos, incidiendo en la importancia del emprendimiento como motor de la creación de empleo, riqueza, crecimiento económico, apoyo al mejoramiento de la competitividad y el desarrollo local, para sobre esa base, conocer cómo se están aprovechando las oportunidades brindadas con el nuevo malecón.

Se buscó también con la ejecución de la investigación, reconocer las dificultades que se presentan en la comunidad de emprendedores, pues más allá de la mejora en la infraestructura turística, hay que evaluar otros muchos aspectos que influyen en el desarrollo pleno de su economía.

Luego de la obtención de los resultados derivados del proceso de investigación, es necesario presentar las características derivadas del objeto de estudio y que permiten analizar el impacto económico que ha tenido en los emprendimientos gastronómicos, la implementación del nuevo malecón de Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas.

Tomando en consideración la investigación de Bedrán (2011), la regeneración urbana no se entiende sino desde la economía; define metas y objetivos, que en lo posible tratan de alcanzarse a través de proyectos, políticas o programas. En este contexto, la regeneración del balneario Las Palmas, fue realizada con la finalidad de generar desarrollo económico en el sector y puede conseguirse con la ejecución adecuada de planes y programas que permitan un crecimiento armónico de residentes, microempresarios y comunidad en general.

Haciendo referencia al estudio de Torres (2014), la construcción del malecón de Salinas permitió aumentar los niveles del turismo en el sector, sin embargo, se presentan ciertas problemáticas que afectan el desarrollo turístico de la zona; el contraste entre el malecón y las calles de la ciudad, el alto número de vendedores ambulantes, vías de acceso en mal estado, son entre otros, los aspectos que deben ser observados y regulados con prontitud.

En este sentido, es importante destacar que la reconstrucción del malecón Las Palmas, no puede ser considerada como plenamente culminada. Aunque en la parte principal del malecón se tiene una buena estructura, los sectores adyacentes presentan varios problemas; calles en mal estado con lodo en época de lluvias y polvo en días soleados, inadecuadas condiciones de los locales que expenden comidas y bebidas tienen la posibilidad de adecuarlos al gusto de los emprendedores, pagos de valores por los locales, aunque en un inicio no se cancelaba rubro alguno por la utilización de éstos. Hay que destacar también que la presencia de un gran número de vendedores ambulantes en los alrededores del malecón de Las Palmas ocasiona que las ventas en los

locales de los emprendedores disminuyan considerablemente. Las mencionadas, son entre otras, situaciones relevantes que afectan el desarrollo de los microempresarios que efectúan actividades comerciales y productivas en el sector.

En el estudio efectuado por Díaz (2015), se plantea una propuesta de desarrollo de negocio integral para impulsar el crecimiento turístico y económico del balneario Las Palmas en el que se determina que no han podido consolidarse efectivamente, aspectos como la gastronomía, deporte, diversión y generación de emprendimientos, y que sean atendidos en función de mejorar y promover un crecimiento social y económico real.

En la investigación que se desarrolló, se ha podido establecer que, con la construcción del malecón de Las Palmas, se han podido mejorar varios aspectos que antes de su reconstrucción habían estado estancadas. Con esta obra e infraestructura, se reciben turistas en más de 1500 por semana, que superan en más de 1000 visitantes al número que visitaban el balneario antes de la regeneración del malecón y que concuerdan con los datos recogidos de la página web del Gobierno Municipal de Esmeraldas, en los que se expresa que este sitio es visitado semanalmente por más de 2000 personas. En la actualidad y aprovechando la nueva infraestructura del malecón, así como la visita de más turistas, se realizan con bastante frecuencia programaciones y actividades turísticas comerciales en donde se pone de manifiesto y promoción la diversa gastronomía existente en Esmeraldas. También se han efectuado diversos torneos de deportes playeros como voleibol y básquet de playa, surf y los constantes campeonatos de fútbol playa que son ya un atractivo turístico para turistas locales y nacionales. Es también notorio que bajo las instalaciones de FLOPEC, en muchas ocasiones se realizan ferias de emprendimiento y sana diversión que, sumadas a las demás actividades, permiten que el movimiento de personas en Las Palmas y su entorno genere desarrollo económico.

Con la llegada de más turistas al balneario, se pudo comprobar que los costos de producción a los que incurren los microempresarios para la oferta de sus productos y servicios han aumentado en un 25% en comparación con los costos a los que incurrían antes de la construcción del malecón.

Es importante mencionar también que los ingresos en los microemprendimientos tuvieron un incremento significativo. En términos absolutos se pudo establecer que los ingresos subieron aproximadamente en más de \$2000 por cada microempresario, esto es en términos porcentuales, un incremento significativo del 38.46%.

Por último, es importante destacar que los impactos económicos que ha tenido la construcción del malecón Las Palmas, han sido muy altos y notorios. La nueva infraestructura ha contribuido al aumento significativo del número de visitantes tanto nacionales como extranjeros que llegan al sector y este aumento de turistas ha generado un mayor dinamismo en la economía de los microempresarios.

Con el nuevo malecón se han generado mayores oportunidades de negocio, más emprendimientos, nuevos empleos; todo como una muestra clara de la dinamización de la economía en este sector turístico de la ciudad de Esmeraldas.

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La reconstrucción del malecón del balneario Las Palmas, ha generado un significativo incremento de los turistas que visitan el sector. Con esta nueva infraestructura, se reciben más de 1500 turistas por semana, que superan en más de 1000 visitantes al número de turistas que llegaban al balneario antes de la regeneración del malecón y que concuerdan con los datos recogidos de la página web del Gobierno Municipal de Esmeraldas, en los que se expresa que el sitio es visitado semanalmente por más de 2000 personas.

- Una mayor afluencia de turistas ha traído consigo un mayor esfuerzo microempresarial por aumentar la oferta de los productos y servicios que se brindan en el sector. Es así que los costos de producción a los que incurren los microempresarios han aumentado en un 25% en comparación a los costos incurridos antes de contar con el malecón.

- La mayor demanda derivada de la mayor cantidad de turistas visitantes, desde luego ha generado mayores ingresos a los microempresarios de la zona. En términos porcentuales, se han tenido incrementos promedios del 38% en los ingresos por las actividades económicas de estos.

5.2 Recomendaciones

- En función del creciente número de turistas que visitan el malecón de Las Palmas, se debe establecer un plan estratégico en el que se instituya una debida coordinación entre los administradores, las autoridades de la ciudad y los anfitriones del lugar con el fin de consolidarlo como la principal fuente de crecimiento económico de la ciudad.
- Los microempresarios del malecón de Las Palmas deben mejorar los procesos de manejo económico de sus negocios, dejando de lado el manejo manual por el uso de sistemas a través de los cuales se regule de mejor forma el flujo de fondos y se optimice en lo posible, los costos a los que incurren para la prestación de sus productos y servicios sin dejar de mantener la calidad de éstos.
- En cuanto al incremento de los ingresos percibidos luego de la construcción del malecón, los microempresarios deben tener una mayor prolijidad en el uso y destino que le dan a los mismos, direccionando los excedentes hacia inversiones en mejora de las instalaciones, imagen de sus negocios, marketing y publicidad, capacitaciones a sus empleados en atención al cliente, entre otros aspectos, que les permitan desarrollarse y distinguirse empresarialmente dentro del medio en el que se desenvuelven.

Referencias

- Acedo, G., Muñana, E., & Legaza, M. (2013). *Contabilidad General*. México D.F: Ed. Anaya.
- Arrendo, P., Hernandez, C., & Mendoza, T. (2013). Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales. "El caso del sur del estado de Jalisco, México". *Turismo & Sociedade*, 326.
- Ayala, H., & Martín, R. (2003). El turismo y playa en el siglo XXI. *Revista Papers de Turismo de la agencia Valenciana*, 1.
- Balestrini, M. (2012). *Como se elabora un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Ed. Universidad Nacional Abierta.
- Barajas, A., Salgado, J., & Sánchez, P. (2012). *Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. Estudios de economía aplicada*. Madrid, España.
- Bedrán, A. (2011). *Malecón 2000: Proyecto de reconstrucción turística y económica de Guayaquil 2000-2010*. Guayaquil, Ecuador: Ed. Universidad de Guayaquil.
- Benavides, G., & Venegas, S. (2013). Una aproximación a la competitividad, las tendencias y la política pública en el turismo Colombiano. *Revista de análisis turístico*, 7.
- Benavides, G., & Venegas, S. (2013). Una aproximación a la competitividad, las tendencias y la política pública en el turismo Colombiano. *Revista de análisis turístico*, 2.
- Cashin, J. (2012). *Contabilidad de Costos*. México D.F: Ed. Mc Graw Hill.
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2012). *Generalidades sobre la metodología de investigación*. Campeche, México: Universidad Autónoma del Carmen.
- Dennison, N. (1997). La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. *Placa imperial Tarraco*, 19.
- Díaz, M. (2015). *Propuesta de desarrollo integral para impulsar el crecimiento turístico y económico del balneario de Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas*. Guayaquil, Ecuador: Ed. Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

- Duarte, T., & Ruiz, T. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. Ed. Scientia et Technica.
- Figueroa, M. (1998). *Turismo. Un abordaje micro y macroeconomico*. México D.F: Ed. Infotur.
- González, M., & Rodrigo, J. (2011). *Gestión estratégica del turismo*. Barcelona, España : Ed. Universidad Lull.
- Gurría, M. (2012). *Introducción al Turismo*. México D.F: Ed. Trillas.
- Herrera, M. (2011). Impactos percibidos del modelo turístico urbano en Remedio y Caibarién, Cuba. Retos para la sostenibilidad. *Revista de Análisis Turístico*, 24.
- Herrera, M., & González, R. (2011). Impactos percibidos del modelo turístico urbano eb Remedio y Caibarién, Cuba. Retos para la sostenibilidad. *Revista Análisis Turístico*, 24.
- Hunziker, W., & Kart, K. (2012). Turismo. *El turismo explicado con claridad*, 3.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2008). *Paradigmas y métodos de investigación*. Caracas, Venezuela: Ed. Episteme.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Editorial Cognizant Communication Corporation* 54.
- Lira, P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión*. México D.F: Ed. UPC.
- Mejía, J. (4 de Marzo de 2013). *Acerca de Gastronomía* . Recuperado el 4 de Julio de 2017, de sitio web de DefiniciónMX.com: <https://definicion.mx/gastronomia/>
- Monterrubio, J. C. (2009). Comunidad receptora: Elementos esencial en la gestión turística. *Pasos*, 106.
- Monterubbianesi, B., & Zapata, A. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento economico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turisticos de Colombia. *Pasos revista de turismo y patrimonio cultural*, 292.
- Montoya, C., & Boyero, M. (2018). *El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. Visión de futuro*. Obtenido de sitio web de Scielo: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082013000100005&lng=es&tlng=es
- Morales, A., & Morales, J. (2012). *Proyectos de Inversión*. México D.F : Ed. Mc Graw Hill.

- Noelia, C. (2010). *Promoción y venta de servicios turísticos*. Pontevedra: Ed. Ideas Propias.
- Omeñaca, J. (2013). *Contabilidad General*. México D.F: Ed. Deusto.
- Organización Mundial de Turismo. (2011). *El turismo*. EE.UU: Ed. OMT.
- Petit, E. (2007). *Enterprising Innovative Management as a Catalyst for Economic Enterprise*. *Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de sitio web de Scielo: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000300010&lng=es&tlng=en.
- Presenza, A. (2006). El desempeño de un destino turístico. ¿Quién gestiona el destino? . *Revista de Análisis Turístico*, 44.
- Romero, M. (2013). *Propuesta de campaña de comunicación y relaciones públicas para dar a conocer e involucrar a la ciudadanía en el proyecto de intervención urbana de Las Palmas*. Quito, Ecuador : Ed. Universidad de las Américas.
- Royo, M., & Ruiz, M. (2009). Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural. *Cuadernos de Turismo*, 218.
- Sánchez, A. (2015). Cómo mejorar la competitividad turística de un destino: Análisis del Mediterráneo español y recomendaciones a los gestores de los destinos. *Revista de análisis turístico*, 2.
- Soriano, J. (2013). *Introducción a la Contabilidad y Finanzas*. Madrid, España: Ed. Profit.
- Tomaello, F. (2013). *Turismo 2.0*. México D.F: Ed. Turísticas.
- Torres, E. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona, España: Ed. UOC.
- Torres, M. (2014). *Estudio de los impactos producidos por el incremento de la actividad turística en el cantón Salinas, Santa Elena*. Quito, Ecuador: Ed. Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Varisco, C. (2007). Sistema productivo turístico y desarrollo local. *Ciencias Sociales Online*, 18.
- Vera, F., & Marchena, M. (1997). *Análisis territorial del turismo en España*. Madrid, España: Ed. Ariel.

ANEXOS

Anexos 1 Modelo de Encuestas dirigidas a microempresarios



Estimado (a) Sr. (a), estamos realizando una investigación en torno a los impactos económicos en el sector turístico que ha tenido la implementación del malecón de Las Palmas en la provincia de Esmeraldas, razón por la que solicitamos de usted responda objetivamente el cuestionario que se presenta a continuación:

1.- ¿Hace que tiempo realiza actividades comerciales en el Malecón de Las Palmas?

Entre 1 y 3 años

Entre 3 y 5 años

Entre 5 y 10 años

Más de 10 años

2.- ¿Cuenta con sistema contable en el manejo de su negocio?

Sí

No

3.- ¿Cuál ha sido la variación de visitantes en Las Palmas antes del nuevo malecón?

Entre 100 y 200

Entre 200 y 400

Entre 400 y 600

Más de 600

4.- ¿Cuál ha sido la variación de visitantes que visitan La Palmas luego de la construcción del nuevo malecón?

Entre 200 y 400

Entre 400 y 600

Entre 600 y 1000

Más de 1000

5.- ¿Cuál es la mayor demanda culinaria de los turistas al visitar el malecón?

Ceviches

Aves

Carnes

Pescados y mariscos

6.- ¿Cuáles son los rubros por los que genera mayores ingresos?

- Alimentación
- Bebidas
- Bebidas alcohólicas
- Otros

7.- ¿Cuál es la estimación aproximada de costos de su negocio?

- Arriendo y mantenimiento
- Gastos en servicios básicos
- Gastos en seguridad

8.- ¿Cuánto han aumentado los costos de producción luego de la construcción del malecón?

- Antes del malecón
- Después del malecón
- Variación absoluta
- Variación relativa

9.- ¿Cuánto han aumentado los ingresos por ventas luego de la construcción del malecón?

- Antes del malecón
- Después del malecón
- Variación absoluta
- Variación relativa

10.- ¿Cuánto se ha dinamizado la economía luego de la construcción del malecón Las Palmas?

- Mucho
- Poco
- Nada

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN
ESTUDIANTE IVONNE LARA FIGUEROA

Anexos 2 Modelo de Encuestas dirigidas a microempresarios



Estimado (a) Sr. (a), estamos realizando una investigación en torno a los impactos económicos en el sector turístico que ha tenido la implementación del malecón de Las Palmas en la provincia de Esmeraldas, razón por la que solicitamos de usted responda objetivamente el cuestionario que se presenta a continuación:

1.- ¿Considera que la obra del malecón de Las Palmas, cumple con las expectativas de los operadores turísticos?

2.- ¿Cuáles son los principales beneficios que ha traído consigo la implementación del malecón de Las Palmas?

3.- ¿Los valores que se pagan por el alquiler de los locales se ajustan a los presupuestos de los operadores turísticos?

4.- ¿La administración del malecón de Las Palmas está correctamente delegada y cumplida?

5.- ¿La implementación del malecón Las Palmas ha traído consigo un suficiente desarrollo social y económico?

6.- ¿Cómo califica usted la afluencia de turistas al malecón de Las Palmas?

7.- ¿Cómo se presentan los niveles de venta con la implementación del malecón de Las Palmas?

8.- ¿Qué medidas se han tomado para que exista un desarrollo equitativo del turismo dentro de la zona?

9.- ¿Los microempresarios necesitan capacitarse en temas de atención y servicio al cliente?

10.- ¿Qué otra estrategia o actividad serían necesarias para aprovechar plenamente la obra turística del malecón de Las Palmas?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN
ESTUDIANTE IVONNE LARA FIGUEROA