



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD AGUA
BLANCA EN EL CANTÓN PUERTO LÓPEZ – ECUADOR:
SEGMENTOS CONSUMIDORES Y DISEÑO DE
PRODUCTOS”**

Previo a la obtención del Título de Ingeniería en Turismo

AUTORA
CHÁVEZ VERA GEMA MARIEL

DIRECTORA
VASALLO VILLALONGA YOARNELYS. MSC

Ibarra, 2019

RESUMEN

La demanda turística se encuentra estrechamente relacionada con el proceso de la toma de decisiones que varios individuos tienen a la hora de planificar sus actividades de recreación, basando la presente investigación en el análisis de la demanda turística en la comunidad Agua Blanca, Cantón Puerto López- Ecuador, identificando los principales atractivos turísticos y los posibles déficits existentes, para posteriormente rediseñar los productos y servicios turísticos basados en opiniones y criterios de los turistas y la comunidad.

Dentro de la investigación se ha considerado puntos importantes como; analizar el estado actual de la comunidad Agua Blanca y direccionarla al mejoramiento de los productos y servicios que son ofertados al turista, comenzando por realizar un análisis de los registros que se encuentran dentro de las instalaciones para así lograr cuantificar la demanda de turistas mensuales y anuales, a la vez se aplicó una metodología de investigación que permitió contar con facilidades a la hora de identificar el perfil del turista que los visita, y determinar la oferta de productos turísticos con los que se cuenta, proyectándose esto como una ventaja para no seguir manteniendo un tradicionalismo en los productos y servicios y estar acorde con la nueva tendencia del mercado.

Los resultados obtenidos permiten proyectarse de forma correcta al nuevo mercado turístico y lograr hacer frente a la competencia manteniéndose líder de la misma.

Palabras claves: turismo comunitario, demanda turística, oferta turística, productos, servicios, mercado.

ABSTRACT

Tourism demand is closely related to the decision-making process that several individuals have when planning their recreational activities, basing the present research on the analysis of tourism-demand in the Agua Blanca community, Canton Puerto López Ecuador, identifying the main tourist attractions and the possible existing deficits, to later redesign the tourist products and services base on opinions and criteria of the tourists and the community.

Within the investigation has been considered important points such as; analyze the current state of the Agua Blanca community and direct it to the improvement of the products and services offered to tourists, starting by performing an analysis of the records found within the facilities in order to quantify the demand for monthly and annual tourists, at the same time a research methodology was applied that allowed to have facilities when identifying the profile of the tourist that visits them, and to determine the offer of tourist products that are counted, projecting this as an advantage to not continue maintaining a traditionalism in products and services and to be in line with the new market trend.


The results obtained allow us to correctly project ourselves to the new tourist market and manage to face up to the competition by staying the leader of it.

Keywords: community tourism, tourist demand, tourism offer, products, services, market.

AUTORÍA

Yo, Chávez Vera Gema Mariel, portadora de la cedula de ciudadanía número 100374021-2, declaro que este documento de tesis de grado titulado **DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA EN EL CANTÓN PUERTO LÓPEZ-ECUADOR: SEGMENTOS CONSUMIDORES Y DISEÑO DE PRODUCTOS**, es de mi autoría que no ha sido presentado para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra, 15 de mayo de 2019



Chávez Vera Gema Mariel

100374021-2

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la estudiante Chávez Vera Gema Mariel, para optar por el Título de Ingeniería en Turismo, cuyo tema es **“DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA EN EL CANTÓN PUERTO LÓPEZ-ECUADOR: SEGMENTOS CONSUMIDORES Y DISEÑO DE PRODUCTOS”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe

En la ciudad de Ibarra, 15 de mayo de 2019



.....
Msc. Yoarnelys Vasallo

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100374021-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Chávez Vera Gema Mariel		
DIRECCIÓN:	Natabuela/Calle Velasco Ibarra y Ordoñez Crespo		
EMAIL:	gema.scorpio9@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0997951982

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Demanda turística de la Comunidad Agua Blanca en el Cantón Puerto López – Ecuador: Segmentos consumidores y diseño de productos"
AUTOR (ES):	Gema Mariel Chávez Vera
FECHA: DD/MM/AAAA	15/05/2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Vasallo Villalonga Yoarnelys. Msc

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de mayo de 2019

EL AUTOR:

(Firma)



Nombre: Gema Mariel Chávez Vera

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres, quienes han sido el pilar fundamental en este largo proceso de mi vida, por su esfuerzo constante para permitirme llegar hasta esta etapa tan importante de mi formación profesional, solo puedo mencionar que de ellos he adquirido el mejor ejemplo para lograr destacar en cada lugar en el que me he encontrado.

Más que nada está dedicada a mi madre por su constante apoyo en cada instante y por cada uno de sus consejos en el momento preciso; por siempre brindarme su confianza con el único propósito de que logre culminar mi carrera de la mejor manera posible.

A la vez esta tesis se la dedico a mi familia en general; porque de ellos he aprendido y adquirido hábitos y valores que han sabido guiarme en este arduo camino que he recorrido en mi vida.

Gema Chávez Vera

AGRADECIMIENTO

Me encuentro profundamente agradecida con Dios y la Virgen por guiar cada uno de mis pasos hasta lograr llegar a este punto tan importante de mi vida, brindándome salud para lograr cada uno de mis objetivos.

Por los ejemplos de perseverancia y su constante motivación, muestra de fe, cariño y amor hacia mí, agradezco a mi abuelita, hermano, madre y padre por cada uno de sus consejos de superación en los momentos de decline y cansancio.

Agradezco también la colaboración y apertura que tuvo la organización de la Comunidad Agua Blanca con el propósito de obtener una investigación de excelentes resultados para beneficio de todos.

A su vez proyecto mi más profundo sentimiento de gratitud a mis tutores, por su paciencia y colaboración con el propósito de mejora cada día.

A mis amigos, se merecen muchas buenas palabras, ya que con ellos he compartido incontables experiencias tanto en lo personal, educacional y laboral. Por todo el respaldo y amistad gracias por los buenos y malos momentos a lo largo de estos años.

Gema Chávez Vera

ÍNDICE

RESUMEN	i
SUMMARY	iii
AUTORÍA	v
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. Contextualización del problema de investigación	3
1.1 Problema de investigación	3
1.2 Antecedentes del problema	3
1.3 Planteamiento del problema	5
1.4 Formulación del problema	7
1.5 Objeto de estudio	7
1.6 Descripción del área de estudio	7
1.7 Justificación	8
1.8 Objetivos	11
1.8.1 Objetivo general	11
1.8.2 Objetivos específicos	11
CAPÍTULO II	12
2. Marco teórico	12
2.1 Turismo	12
2.1.1 Importancia	14
2.2 Tipos de turismo	15
2.2.1 Turismo sostenible	15
2.2.2 Turismo rural	16

2.2.3	Ecoturismo	17
2.3	Turismo comunitario	18
2.4	Turismo comunitario en Ecuador	20
2.5	Aspecto histórico de la comunidad Agua Blanca	21
2.6	Sistema turístico	23
2.6.1	Oferta turística	23
2.6.2	Recursos turísticos	24
2.6.3	Demanda turística	25
2.6.4	Mercados turísticos	26
2.6.5	Segmentación del mercado turístico	27
2.7	Productos turísticos	29
2.7.1	Ciclo de vida de un producto	30
2.7.2	Fijación del precio del producto turístico	32
2.7.3	Comercialización	34
2.7.4	Promoción	34
2.7.5	Replanteamiento del producto	35
2.8	Marco legal	36
CAPÍTULO III		48
3.	Metodología	48
3.1	Tipos de investigación	48
3.1.1	Investigación de campo	48
3.1.2	Investigación descriptiva	49
3.1.3	Investigación documental	50
3.2	Métodos de investigación	51
3.2.1	Métodos teóricos	51
3.2.1.1	Analítico-sintético	51
3.2.1.2	Histórico-lógico	52
3.3	Técnicas de recolección de datos	53
3.3.1	Observación	53
3.3.2	Entrevistas	54
3.3.3	Encuestas	55
3.4	Población y Muestra	55

CAPÍTULO IV	58
4. Análisis de resultados	58
4.1 Cuantificar la demanda turística que acude a la comunidad Agua Blanca	59
4.2 Identificar el perfil del turista de la comunidad Agua Blanca	61
4.2.1. TABLA 1.- Datos informativos-Demanda turística que acude a la comunidad Agua Blanca	61
4.2.2 TABLA 2.- Motivo de viaje	62
4.2.3 TABLA 3.- Forma de organización de viaje	63
4.2.4 TABLA 4.- Transporte	63
4.2.5 TABLA 5.- Medio de difusión	64
4.2.6 TABLA 6.- Temporada	65
4.2.7 TABLA 7.- Atractivos y actividades turísticas	66
4.2.8 TABLA 8.- Precio promedio que el turista está dispuesto a pagar por día	67
4.2.9 TABLA 9.- Actividades turísticas de su preferencia en comunidades	68
4.2.10 TABLA 10.- Satisfacción de los clientes	69
4.2.11 TABLA 11.- Alimentación	70
4.2.12 TABLA 12.- Alojamiento	71
4.2.13 TABLA 13.- Permanencia	71
4.3 Determinar la oferta de productos turísticos de la comunidad Agua Blanca	73
4.3.1 FICHA 1.- Ventas de artesanías	73
4.3.2 FICHA 2.- Infraestructura y equipamiento de alojamientos de cabañas, comunitarios y familiares	75
4.3.3 FICHA 3.- Cabañas de alimento comunitario	79
4.3.4 FICHA 4.- Laguna de Azufre	82
4.3.5 FICHA 5.- Museo	94
4.3.6 FICHA 6.- Ruinas Arqueológicas	99
4.3.7 FICHA 7.- SPA	103
4.3.8 FICHA 8.- Guianza	106
4.3.9 FICHA 9.- Restaurante comunitario	109
4.4 Diseñar paquetes turísticos, abarcando los	113

atractivos de la comunidad Agua Blanca acorde a las preferencias de la demanda turística.

4.4.1	FIGURA 1.- Ruta actual	113
4.4.2	Propuesta local	114
4.4.2.1	TABLA 1	114
4.4.2.2	TABLA 2	117
4.4.3	Propuesta cantonal	119
4.4.3.1	TABLA 3	119
4.4.3.2	TABLA 4	122
4.4.3.3	TABLA 5	126
4.4.3.4	TABLA 6	129
4.4.3.5	TABLA 7	131
4.4.3.6	TABLA 8	134
4.4.3.7	TABLA 9	136
CAPÍTULO V		138
5.1	Conclusiones	138
5.2	Recomendaciones	140
BIBLIOGRAFÍA		142
ANEXOS		145
	ANEXO 1.- Glosario	145
	ANEXO 2.- Cronograma de actividades	149
	ANEXO 3.- Presupuesto	152
	ANEXO 4.- Oficio de aprobación de la investigación en la comunidad	153
	ANEXO 5.- Validación de instrumentos	154
	ANEXO 6.- Cuestionario de encuesta	156
	ANEXO 7.- Cuestionario de entrevista	160
	ANEXO 8.- Ficha de campo	161

ANEXO 9.- Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos	163
ANEXO 10.- Ficha de registro de bienes culturales inmuebles	173
ANEXO 11.- Ficha de inventario de sitios arqueológicos	177
ANEXO 12.- Certificado de plagio URKUND	180
ANEXO 13.- Fotografías	181

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema de turismo comunitario realizado en la comunidad Agua Blanca, Cantón Puerto López-Ecuador y las nuevas tendencias dentro del mercado turístico, analizando los segmentos consumidores para posteriormente diseñar productos acordes al perfil del turista de la zona, por ello se debe analizar la problemática existente y las causas que conllevan al tradicionalismo del producto y servicio a pesar del potencial natural y la nueva era tecnológica existente.

La investigación de esta problemática se realizó por el interés de conocer la opinión que llevan consigo los turistas que acuden a la comunidad acerca de sus productos y servicios, ya que la localidad cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos sin embargo muchos son desconocidos por el visitante, bajando gradualmente su interés de visita, analizando así la causa para que exista desconocimiento en la demanda turística y dando la mejor solución en beneficio de la zona.

La averiguación se realizó con una serie de entrevistas, fichas de campo, y encuestas que ayudaron a obtener información necesaria para llevar a cabo el propósito del proyecto, los ítems de estos instrumentos contaron con números definidos ya que hubo gran apertura por parte de

nuestros colaboradores claves con el fin de la mejora constante de la localidad.

Proyectándose el resultado final en la creación de nuevos paquetes acordes a las preferencias y necesidades de los turistas que acuden a la comunidad Agua Blanca con el fin de realizar actividades de ocio. Brindando las bases necesarias a la organización de la comunidad para la adecuación de la localidad según la opinión de sus turistas.

Lo anterior mencionado se estableció mediante las siguientes fases:

Capítulo I: Se puntualizan los antecedentes, planteamiento del problema, justificación y objetivos de la investigación.

Capítulo II: Expone el contenido de ideas, procedimientos y teorías en base a diferentes autores, que ayudaron a comprender diferentes terminologías para llevar a cabo esta actividad.

Capítulo III: Explica diferentes métodos y técnicas de investigación y recolección aplicados para llevar a cabo la averiguación pertinente basada en la problemática.

Capítulo VI: Análisis e interpretación de resultados a través de la información obtenida con la aplicación de cada instrumento.

CAPÍTULO I

1. Contextualización del problema de investigación

1.1 Problema de investigación

Escaso conocimiento de la demanda turística y segmentos de consumidores de la comunidad Agua Blanca, Puerto López – Ecuador.

1.2 Antecedentes del problema

El turismo comunitario en Ecuador ha venido atravesando grandes cambios ya que posee potencial para desarrollarse, considerando que el país cuenta con distintos sectores para la ejecución de esta modalidad de turismo. En ese contexto se sitúa la comunidad de Agua Blanca, misma que desde hace varios años cuenta con modificaciones que han servido para facilitar esta actividad turística (Arroyo A. , 2015).

El turismo comunitario tiene gran importancia debido a que se lo considera como una oportunidad de progreso socioeconómico al punto de ser un motor estratégico para el desarrollo de la localidad, al mismo tiempo propiciando un contacto intercultural entre el turista y los habitantes de la comunidad.

Puerto López posee ecosistemas con riquezas naturales abundantes lo cual hace factible realizar un tipo de turismo donde se proyecte e imparta conocimientos a los turistas locales y extranjeros de las áreas turísticas más destacadas del sitio, su gastronomía y tradiciones.

Entre los lugares más representativos del cantón Puerto López se encuentra la comunidad Agua Blanca que está localizada a 8 km tierra adentro sobre la costa del Pacífico, en el valle Buena Vista, el corazón del Parque Nacional Machalilla (Prieto M , 2011). Al hablar de un turismo comunitario y aprovechamiento de los recursos naturales es inevitable no mencionar esta localidad ya que aquí se observa como en ningún otro atractivo, la sostenibilidad inmersa en las diferentes actividades turísticas que se realiza.

En las comunidades la naturaleza es uno de los principales objetos de atracción y las potencias del turismo comunitario apuntan a la práctica de actividades netamente sustentables, basándose en la autogestión y el desarrollo relacionado con la participación y control comunitario de la actividad turística.

Actualmente se ha mejorado la calidad de vida de los habitantes de esta localidad además de ser un punto turístico que visitar al llegar al cantón Puerto López. Sin embargo; el número de visitantes ha ido decreciendo; razón por la que es un reto el mantener los servicios turísticos para asegurar ese número de ingreso de visitantes. Es por ello que la oferta de estos

lugares debe mostrar constantemente algo innovador en el ofrecimiento de sus atractivos turísticos para el turista. (Arroyo A. , 2015)

En la comunidad Agua Blanca existe una oferta de atractivos naturales y culturales tradicionales, es decir que existe una monotonía en la oferta que se brinda, es por lo que los flujos de demanda al sector pueden ir decreciendo al verse atraídos por las atracciones que ofrecen los sitios circundantes del lugar.

La comunidad posee mucho potencial para crecer, teniendo una gran oportunidad para la realización de la actividad turística, la cual debe ser aprovechada al máximo por los comuneros para fomentar un desarrollo económico para el sustento de las diferentes familias que se encuentran inmersas y generar el progreso de la localidad.

1.3 Planteamiento del problema

Las causas y efectos que se han identificado entorno a la problemática parten de la carencia de herramientas para la promoción de los atractivos turísticos y falta de discernimiento de las mismas, ya que dentro de la comunidad Agua Blanca su organización tiene un alto desconocimiento de los recursos tecnológicos que podrían ser utilizados para brindar información a los turistas sobre las potencialidades de la zona, dificultándose la difusión de atributos del proyecto comunitario.

En la comunidad se mantiene una invariabilidad en la oferta de los atractivos turísticos brindados al cliente, ya que existe una falta de iniciativa hacia el cambio por parte de la organización, manteniéndose en la oferta tradicional y siendo víctima de la monotonía de su propuesta. Falta dar apertura a ideas que permitan mantener vivo el interés de los turistas, para que este lugar lleno de atracción turística no quede estancado en el tiempo como varios atractivos turísticos del país.

La comunidad no cuenta con una asesoría pertinente para la oferta de los atractivos turísticos, dándose un inadecuado aprovechamiento de las oportunidades y potencialidades de los productos, excluyéndolos y descartándolos en su totalidad dentro de paquetes turísticos, a causa del desinterés del sector privado para posibles convenios.

No existe un plan de marketing interno con el cual se mejore los posibles desaciertos dados, entorno a la presencia de sitios de interés turístico cercanos a la comunidad; que es la competencia a la que se enfrentan constantemente.

En Puerto López y sus alrededores no existen centros de información turística gratuitos los cuales brinden información para que los turistas conozcan que lugares visitar, por lo que optan por adquirir los paquetes propuestos dentro de las operadoras de turismo, visualizándose un reducido flujo de turistas y bajos niveles de empleo e ingresos de la población, convirtiéndose en su principal desventaja.

No se trata de manifestar que la comunidad no ha intentado brindar el mejor servicio a sus visitantes sin embargo estos no ven el esfuerzo que los involucrados en las actividades turísticas ponen en cada uno de los productos y servicios que ofrecen, sino que lo viven; es por ello que mientras mejor sean cumplidas sus expectativas aumentaran las recomendaciones de visita a la localidad, dependiendo el mejoramiento de los resultados dentro del mercado de esto y de la agresividad comercial con la que se muestren ante la competencia circundante.

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es la demanda turística y segmentos consumidores de la comunidad Agua Blanca?

1.5 Objeto de Estudio

Demanda turística y segmentos consumidores de la comunidad Agua Blanca, Puerto López – Ecuador.

1.6 Descripción del área de estudio

La investigación se la realizó en la comunidad Agua Blanca, fundada en 1930, pionera del turismo comunitario en Ecuador. Comunidad de raíces ancestrales con un alto nivel de organización, la cual se encuentra ubicada en el Parque Nacional Machalilla en la Provincia de Manabí, Cantón Puerto

López Parroquia Machalilla con 80 °44' 20" de longitud y 1 ° 32' 26" de latitud, en coordenadas UTM (WGS 84).

Cuenta con una altitud de 80 msnm, y ocupa una extensión de 9.021 km². Su temperatura promedio es de 23°C, siendo esta última una de las principales ventajas naturales con las que se cuenta para la afluencia de turistas al Cantón.

Sus límites son al Norte Machalilla, al Sur Puerto López, al Este la Parroquia Hulcui y al Oeste se encuentra la vía principal Puerto López. Posee una población de 350 habitantes los cuales un porcentaje del 90% se dedica y dependen de la actividad turística que se realiza en la zona, y el 10% restante se dedica a actividades de comercio, pesca y agricultura.

1.7 Justificación

La presente investigación contribuirá en el diseño de nuevos productos turísticos, con el fin de incrementar los ingresos económicos que ayuden a dinamizar la economía de la comunidad, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

En la comunidad Agua Blanca el turismo comunitario es una actividad no desarrollada totalmente, a pesar de los progresos realizados en la última década, a su vez es una realidad que la oferta turística cuenta con diferentes elementos que pueden innovar y mejorar el producto tradicional,

consolidando nuevas alternativas que sigan haciendo competitivos los atractivos turísticos del lugar.

Basado en el alto potencial turístico y al ver el desaprovechamiento de los diferentes recursos encontrados se pretende impulsar a esta localidad generando nuevas capacidades que fomenten un proceso social, interactivo y constructivo dentro de la zona, mostrando conocimientos y experiencias vivenciales de tipo personal, grupal y comunitario.

Son oportunidades para acrecentar las destrezas de los comuneros; aprovechando el entorno rico en variedad y diversidad histórica-cultural y de naturaleza que poseen. La comunidad Agua Blanca entendido como destino turístico, tiene que hacer valer esa condición dentro del mercado y mucho más ante la competencia garantizando las mejores condiciones para la comunidad y sus habitantes.

Por ello el estudio de los diferentes segmentos consumidores ayudará a que los comuneros se den cuenta de las privaciones que se encuentran dentro de la actividad turística que están realizando y que deben mejorar de acuerdo a las preferencias del turista. Obteniendo a la vez un mayor control en la calidad del servicio que se ofrece con el fin de mejorar la captación permanente de los visitantes.

El estudio constituirá una herramienta para una adecuada planificación de sus productos, utilizando aquellos recursos que permitan diferenciarse de

sus competidores para atraer el interés del potencial turista, generando así la afluencia continua de la demanda que visita el cantón Puerto López.

El nivel de competitividad actual dentro de la comunidad ha disminuido a causa del desconocimiento de las nuevas tendencias existentes dentro de la actividad turística y así por múltiples factores, han surgido nuevos destinos competidores con una oferta de calidad y que abarcan las nuevas expectativas que busca el cliente.

Por eso el tradicional modelo de turismo debe readaptarse lo más pronto posible adecuándolo a las nuevas demandas del futuro si se quiere sostener y potenciar un sector económico que tiene gran importancia dentro de la economía comunal.

Implementándose estrategias de comercialización para el mayor rendimiento de la oferta turística, con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos con anterioridad y manteniendo una mejor coordinación entre los diferentes departamentos para que se encuentren preparados para reaccionar ante los cambios bruscos del mercado.

1.8 Objetivos

1.8.1 Objetivo general

Determinar la demanda turística de la comunidad de Agua Blanca del Cantón Puerto López para el diseño de productos a fines a los segmentos de mercado.

1.8.2 Objetivos específicos

- Cuantificar la demanda turística que acude a la comunidad Agua Blanca.
- Identificar el perfil del turista de la comunidad Agua Blanca.
- Determinar la oferta de productos turísticos de la comunidad Agua Blanca.
- Diseñar paquetes turísticos, abarcando los atractivos de la comunidad Agua Blanca acorde a las preferencias de la demanda turística.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1 Turismo

Cabarcos, N. (2011) en su libro Administración de servicios turísticos menciona lo siguiente:

Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos. (p. 2)

(Caiza E., & Molina R. 2012) afirman que: “El turismo es una actividad económica que en las últimas décadas se ha desarrollado de manera acelerada a nivel mundial, que permite conocer sitios únicos, culturas impresionantes, paisajes increíbles y vivir experiencias de crecimiento profesional” (p.8).

A través de las diferentes épocas existen varios aportes hacia la industria del turismo, generando un ingreso económico en los sitios a los que los viajeros optan por realizar sus actividades de ocio, a la vez que desarrollan

grandiosas expediciones con las cuales se despierta la curiosidad e interés por viajar, explorar y conocer el mundo en el que se encuentran.

(Acerenza 2006) menciona que: “El estudio económico del turismo comienza poco antes de la Primera Guerra Mundial, cuando los economistas se dan cuenta que este fenómeno tenía importantes repercusiones en la balanza de pago de ciertos países” (p.12).

A lo largo de los años el Ecuador se ha convertido en un destino turístico de gran índole; el turismo en la economía nacional significaba muy poco hace 10 años atrás, hoy en día se ha fortalecido mucho el turismo interno y sus ganancias han incrementado considerablemente.

Caiza E., & Molina R. (2012) mencionan en su artículo que:

(...) En Ecuador los gobiernos de García Moreno y Eloy Alfaro apuntalaron las bases de un sistema turístico que se desarrollaría mucho tiempo después, ya que ellos se preocuparon por realizar una especie de promoción turística en el exterior, en el caso de García Moreno en sus múltiples acercamientos al gobierno francés crearon una imagen de un país diverso y la construcción del ferrocarril consolidó la misma. (p.18)

El Ecuador a través de los años se está convirtiendo en uno de los países con gran demanda por parte de los turistas, por los múltiples recursos y atractivos con los que cuenta, aumentando la economía del país

y mejorando el estilo de vida de varias personas dedicadas a la actividad turística.

Según (Caiza E., & Molina R. 2012) En la actualidad la oferta del Ecuador está dividida por mundo, lo que ha permitido que el sector Turismo pueda disponer de una oferta más amplia y el desarrollo del sector sea equitativo, que se tome en cuenta a todos los actores desde el pequeño comerciante hasta las grandes empresas con su imponente presencia en la toma de decisiones de trascendental importancia. (p.22)

2.1.1 Importancia

Cabarcos, N. (2011) menciona que:

La importancia de la actividad turística dentro de la economía mundial se ha incrementado en los últimos años. El turismo fue la primera actividad del comercio internacional mundial en el año 1999, por encima del sector automóvil, que durante muchos años ostentó este primer puesto. Debemos entender que el turismo es más que un sector económico, es una actividad económica que afecta a diversos sectores, actividades, servicios y productos. (p.1)

El turismo es una actividad que mueve grandes masas de personas en todo el mundo donde la principal motivación para que las personas deseen salir de su lugar habitual es la diversidad de atracciones que existen en el entorno tanto de belleza natural como de valor cultural.

La actividad turística es uno de los segmentos productivos más importantes dentro de una sociedad, ya que integra varios elementos de contexto productivo como son los humanos, naturales y culturales generando ingresos para quienes lo desarrollan.

El turismo es un gran generador de fuentes de empleo, las diferentes ramas que componen esta actividad ascendieron en los últimos años con el fin de proveer recursos humanos, convirtiéndose en un ente fundamental para el crecimiento de empleo en las diferentes zonas que se desarrollan.

2.2 Tipos de turismo

(Ibañez & Rodríguez, 2012) afirman que: “La actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje. Cada modalidad turística engloba un grupo amplio de actividades” (p.18).

2.2.1 Turismo sostenible

La sostenibilidad ocupa un lugar primordial en todas las actividades turísticas, por lo que diferentes instituciones van formulando directrices y políticas facilitando indicadores de turismo sostenible, intentando que se incorporen principios de sostenibilidad en las operaciones diarias de las diferentes empresas turísticas así como en sus planificaciones a largo plazo.

La (OMT, 2012) afirma que “garantizar el futuro de nuestro planeta exige satisfacer las necesidades económicas y sociales del presente sin socavar los frágiles ecosistemas que nos sustentan, ni poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades” (p.1).

La sostenibilidad siempre estará ligada a aquellas actividades turísticas que permitan disfrutar un positivo intercambio de experiencias entre turistas y comunidad evitando esta gran problemática turística existente en nuestro entorno.

2.2.2 Turismo rural

Ibañez, R., & Rodríguez, I. (2012) dicen que:

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Este tipo de turismo complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. (p.21)

El turismo rural es aquel turismo que se especializa en realizar actividades al aire libre con el contacto de la naturaleza. Un aspecto que sobresale en la actividad turística rural es el interés que existe, que a través de esta actividad se logre insertar la participación de la localidad en la prestación de servicios logrando de esta manera se vuelva a activar la

economía de las diferentes localidades; ya que a pesar de las actividades de recreación que se brindan el turismo siempre busca un beneficio económico en beneficio de alguien.

2.2.3 Ecoturismo

Según (Soto, N. 2012) El ecoturismo es una iniciativa originalmente promovida por científicos, quienes al estudiar la biología, flora y fauna, antropología y estudios especializados en lugares remotos del planeta; se dieron cuenta de la importancia que representa el turismo como salvaguarda de los atractivos turísticos naturales. (p.39)

En la actualidad el ecoturismo representa una opción factible de conservación del entorno natural y cultural de los pueblos. Al ser una actividad que permite cubrir las necesidades económicas, el ecoturismo educa constantemente y fomenta a las comunidades para que se conviertan en los cuidadores principales de estos sitios de riqueza natural, e incrementando así el desarrollo económico sustentable de estos sectores.

(Soto, N. 2012) menciona que “El ecoturismo ayuda a conservar la biodiversidad, alivia la pobreza en áreas rurales, y puede proveer beneficios a las comunidades indígenas y locales situadas a los alrededores del destino turístico, o bien de áreas oficialmente protegidas” (p.41).

El ecoturismo en Ecuador se encuentra direccionado en las diferentes áreas naturales que no han sido afectadas en alto grado por la acción

humana, convirtiéndose este tipo de turismo de naturaleza en una de las actividades de mayor popularidad debido a los múltiples valores que transmite a los turistas como son los estéticos, recreativos y educativos.

Según (Ibañez & Rodríguez, 2012) El ecoturismo es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y genera un enorme flujo de viajeros internacionales. (p.22)

2.3 Turismo comunitario

Según (Santana, C., & Atiencia, M. 2014) (...) El turismo comunitario está dado por la autogestión y control de los recursos que realiza directamente la comunidad, valoran recursos ancestrales sean éstos culturales y/o naturales fomentando el orgullo, la pertenencia y la interculturalidad. El turismo comunitario está íntimamente relacionado con la comunidad étnica y ésta es la que se encarga de repartir la riqueza y la productividad en la misma (...). (p.6)

El turismo comunitario surge como una alternativa de parte de las comunidades organizadas propias de un país, para generar ingresos por las actividades económicas diarias que desempeñan dentro de la zona en la que habitan, revalorizando sus recursos culturales y a la vez protegiendo los recursos naturales con los que cuentan y así poder heredar esta belleza natural y cultural a sus futuras generaciones.

Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012) mencionan que:

En los últimos años se observa un cambio en el comportamiento de los turistas, los cuáles buscan otra forma de conocer los lugares, mostrándose como personas activas en sus viajes. Así, se busca explorar otros destinos donde la cultura local, lo étnico, lo diferente, las costumbres autóctonas y la herencia histórica de esas áreas adquieren cada vez más importancia y, en este sentido, se busca experimentar la diversidad cultural como forma de enriquecer a los viajeros. (p.235)

Generalmente las comunidades han abierto sus puertas y prestan sus servicios a los turistas que deseen conocer sus tradiciones, su cultura y compartir nuevas experiencias junto con ellos, brindando así a los curiosos de esta actividad turística una forma más auténtica del modo de vida de las culturas locales, teniendo los turistas una participación mucho más activa dentro de estos grupos sociales.

Son comunidades que buscan generar otros ingresos económicos utilizando los recursos naturales y culturales que poseen dentro de su zona, los beneficios que generan a base de la realización de la actividad turística son varios como es el involucramiento con la sociedad y la generación del respeto y cuidado por los recursos que poseen, al mismo tiempo que el beneficio económico para las diferentes familias que colaboran con esta actividad.

2.4 Turismo comunitario en Ecuador

Según (Ruiz, Hernández, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008) La reciente potenciación de lo comunitario en el Ecuador coincide con el auge de movimientos indígenas y su papel político (...). La consolidación de las comunidades en Ecuador, a través de su estatus político-administrativo como comunas, es, en gran parte, una superposición de disposiciones legales con estructuras políticas ancestrales, donde la democracia participativa se solapa con formas tradicionales en la toma de decisión. (p.403)

(Ruiz et al., 2008) mencionan que “En este contexto las comunidades indígenas y rurales empezaron lentamente, durante las últimas décadas del siglo XX, a plantearse su participación en la actividad turística, desarrollando una propuesta propia: el turismo comunitario” (p.403).

Las operaciones de turismo comunitario en Ecuador surgieron de forma espontánea desde los años 80 estrechamente vinculados al ecoturismo, y solo desde el año 2000 se plantea la necesidad de reconocerlas legalmente (Ruiz et al., 2008).

(Ruiz et al., 2008) mencionan que: El turismo comunitario, tal como lo conciben las propias comunidades y su organización (...), no es un fin en sí mismo, sino que forma parte de una estrategia más amplia tanto de desarrollo local como de consolidación política. Para las asociaciones y organizaciones indígenas y campesinas, también para las comunidades, el turismo comunitario se convierte en un medio de reivindicación y autogestión sobre sus territorios y recursos, que sirve para

reclamar un lugar en el Estado y en el Mercado (...). (p. 403-404)

2.5 Aspecto histórico de la comunidad Agua Blanca

En tiempos precolombinos, Agua Blanca fue una ruta importante que conectaba los asentamientos del interior con los de la costa. El nombre Buena Vista está inspirado quizá por el hecho de que los viajeros que avanzan en dirección oeste, hacia el Pacífico, deben atravesar un estrecho desfiladero algo peligroso, antes que el valle se ensanche rápidamente y ofrezca el panorama de una vasta llanura aluvial (Prieto, M. 2011).

Prieto, M. (2011) en su libro Espacios en disputa: el turismo en Ecuador menciona que:

En el cuello del valle, están las ruinas de un asentamiento manteño (800-1530 d.C.) de considerable tamaño que toma el nombre moderno de la comunidad colindante. Durante su apogeo, hace unos 500 años, ese lugar fue el nexo de una poderosa alianza de intercambio comercial entre los pueblos de la costa a la que los españoles llamaron el Señorío de Salangome. La ubicación elegida para las construcciones parece ser el resultado de los limitados espacios planos sobre terrazas y cornisas junto y sobre los activos llanos aluviales. (p.100-101)

(Prieto, M. 2011) menciona que: “La misma comunidad de Agua Blanca está ubicada en uno de esos barrios del sitio arqueológico y los cimientos de construcciones manteñas que yacen bajo el pueblo actual (...)” (p, 101).

Prieto, M. (2011) menciona en su libro Espacios en disputa: el turismo en Ecuador que:

El lecho del río principal está seco la mayor parte del año, el agua fluye sólo si se cuenta con la suficiente cantidad de precipitaciones durante los meses de enero y febrero. Las lluvias se esperan con mucha expectativa hacia fines de diciembre y en un buen año pueden durar un mes o dos. Estas fuentes de agua su control y manejo, junto con la rica variedad de recursos marinos y terrestres-desde que hay presencia humana en la costa-han sido factores fundamentales para que se hayan producido asentamientos. (p. 101-102)

Según (Prieto, M. 2011) Agua Blanca debe su nombre a una vertiente cercana que ofrece un suministro continuo de agua de alto contenido mineral y olor sulfuroso característico. Estas aguas azufradas y el enriquecido lodo negro que se acumula en una piscina que se formó al construir una pared de contención, han ganado renombre rápidamente por sus propiedades curativas. (p.101)

(Prieto, M. 2011) menciona que: “Hasta el día de hoy, los habitantes del pueblo de Puerto López dependen del agua transportada en camiones desde el interior de los valles; y las mujeres de Machalilla (...), aún emprenden un viaje semanal a Agua Blanca para lavar ropa” (p.102).

2.6 Sistema turístico

Se considera como (...) aquellas personas jurídicas que desarrollen todo el conjunto de actividades destinadas al turista, desenvuelven también actividades de restauración complementarias de la oferta turística; tengan como misión la organización y comercialización, en general, del conjunto anterior de actividades, bien por cuenta propia o bien por cuenta ajena; suministren información, publicidad y propaganda al turista y ofrezcan servicios de formación a los profesionales del área (p.5). (Cabarcos, 2011)

En la actualidad todas las infraestructuras turísticas se encuentran direccionadas a perfeccionar sus servicios y productos con el propósito de mantener al turista la mayor parte de tiempo dentro de sus instalaciones, ya que de esta forma se retribuye económicamente lo invertido a la hora de ofrecer productos y servicios de calidad. Se manejan los sistemas turísticos de tal manera que se desarrollan actividades complementarias a la oferta existente.

2.6.1 Oferta turística

Rivas, J. (2009) en su libro Estructura y Economía del Mercado Turístico menciona lo siguiente:

La oferta es el conjunto de bienes y servicios en este caso turísticos que los productores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. En el campo del turismo podemos distinguir entre una oferta básica y una oferta complementaria.

La oferta básica está constituida por aquellos bienes y servicios de carácter netamente turístico (agencias, alojamientos, transportes, etc.), mientras que la complementaria está formada por aquellos otros bienes y servicios que sin ser exclusivamente turísticos son demandados por los turistas y complementan a la oferta básica (restauración, deportes, comercio y ocio) (...). (p.160)

Para desarrollar la actividad turística dentro de una zona determinada, se necesita el ofertar algo de interés para la atracción del turista, el presentar los atractivos o recursos con los que se cuentan es el objetivo principal para los desarrolladores de actividades de disfrute y ocio y a su vez se establecen infraestructuras acordes al entorno para cubrir las necesidades de los visitantes y brindar un servicio de calidad.

2.6.2 Recursos turísticos

Según Gil, R., & Martínez, B. (2014) “todos los bienes y servicios que, por medio de la actividad del ser humano y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda” (p.4).

Los recursos turísticos son la esencia de realizar la actividad turística, son los bienes con los que se cuenta para poder brindar un servicio a las personas interesadas en realizar las actividades de ocio en determinada zona.

El entorno natural y cultural; y lo que estos brindan dentro de las comunidades, son aspectos diferenciadores ante los demás atractivos, por lo que cuidar y proteger los recursos con los que cuentan es de vital importancia en el medio turístico.

2.6.3 Demanda turística

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera. (Baca Urbina, 2012)

La demanda turística se genera por la necesidad que existe de conocer una infraestructura o atractivo turístico acorde a las predilecciones de cada una de las personas o simplemente que cumpla con los requisitos para desarrollar una actividad de recreación que sea muy diferente a las actividades laborales desarrolladas diariamente.

Rivas, J. (2009) afirma que:

Se puede definir como la cantidad de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a determinados precios y para determinados niveles de renta. A diferencia de la oferta, la demanda turística es muy sensible o elástica ante las variaciones de renta o de precio y, por supuesto, ante la presencia de acontecimientos sociales, políticos o naturales que dificulten o impidan el turismo. (161)

2.6.4 Mercados turísticos

Se define como mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. (Socatelli, M. 2012)

Los mercados turísticos constituyen el contacto entre empresas y comprador más efectivo, la demanda se determina como el eje principal en estas transacciones ya que ellos son los desplazantes que van en busca de los posibles productos o servicios que se encuentran ofertados.

(S.L., 2008) Libro Marketing Turístico mencionan lo siguiente:

En el caso del mercado turístico se dan una serie de peculiaridades que lo diferencian del resto de mercados de intercambio de bienes. El aspecto más destacado del mercado turístico es la amplitud de su demanda. Los demandantes de un producto turístico “superan” las fronteras físicas, ya que el producto turístico no se desplaza sino que es el turista el que viaja en busca de un determinado producto (...) (p.21).

El lugar de encuentro entre la Oferta y la Demanda turística se da dentro del mercado turístico, económicamente hablando, por el hecho de que el empresario pone sus productos y servicios a disposición de la demanda turística dispuesta a consumir ya sea por necesidad o simple decoro.

2.6.5 Segmentación del mercado turístico

Entendemos por segmentación del mercado la subdivisión creada del mercado en una serie de grupos o segmentos, en base a una o varias variables, mediante diferentes procedimientos estadísticos, con el fin de poder aplicar las estrategias más adecuadas a los objetivos marcados inicialmente (p.201). (Cabarcos, 2011)

Ojeda, C., & Mármol, P. (2012) mencionan en su libro Marketing Turístico que:

La segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un producto o servicio en varios grupos más pequeños de compradores homogéneas con la finalidad de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita, por un lado, satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y, por otro lado, alcanzar los objetivos comerciales de la empresa a cada uno de los grupos resultantes se les denomina segmentos de mercado. (p.26)

La segmentación del mercado turístico es la división de un mercado potencial en pequeños subgrupos de consumidores que tienen necesidades o características homogéneas que pueden ser satisfechas por un mismo servicio o producto ofrecido.

Los mercados están compuestos por compradores, y los compradores se diferencian entre sí de una o diversas maneras. Pueden diferir en cuanto a sus deseos, recursos, ubicación geográfica, actitudes de compra y prácticas de compra. Como los compradores no tienen necesidades y deseos únicos, cada comprador es potencialmente un mercado separado. (Kotler et al., 2011)

El principal objetivo de realizar una segmentación de mercado es descubrir las características que tienen los turistas que realizan alguna actividad, con el propósito de establecer variables que brinden la fidelización del cliente dentro de una zona específica, a su vez se realiza

para optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos aumentando la satisfacción de los clientes agrupados en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes.

La amplitud y diversidad del mercado turístico como un todo, hace necesario dividir el mercado en grupos uniformes más pequeños, cuyos integrantes tengan características y necesidades semejantes, que permitan diseñar e implementar acciones de promoción y ventas específicas para cada uno de estos grupos, a un menor costo y con resultados más satisfactorios. Esta división del mercado en grupos con características homogéneas, se le conoce con el nombre de "segmentación del mercado"; proceso que constituye una herramienta del mercadeo para dirigir con mayor precisión los esfuerzos de comercialización, optimizar los recursos y lograr mejores resultados. (Socatelli, M, 2013, p.1)

2.7 Productos turísticos

(...) Un producto es cualquier cosa que se pueda ofrecer en un mercado, que pueda recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido, y que pueda satisfacer una necesidad o deseo. Los productos incluyen objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas. (Kotler et al., 2011)

Cárdenas, F. (2016) menciona que:

El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado-para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de

combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista (p.17).

(Cárdenas, 2016) “El producto turístico necesita la recopilación de información, su clasificación, análisis e interpretación de los gustos, deseos y expectativas d los turistas, con el fin de incluirlo en un adecuado desarrollo de la industria turística” (p.70).

Según (Ojeda & Mármol , 2012) “(...) el producto es la primera variable del marketing-mix. El producto constituye la base de todo el sistema de marketing, por tanto, tener un diseño de producto adecuado es la actividad más importante” (p.52).

El producto se define como el conjunto de atributos físico y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado producto o servicio (o la combinación de ambos) para satisfacer sus deseos o necesidades. La parte tangible la constituye el producto en sí, tal como es ofrecido por los productores. La parte intangible está vinculada directamente a la percepción que los consumidores-usuarios tienen de los ´productos-servicios (p.52-53). (Ojeda & Mármol , 2012)

2.7.1 Ciclo de vida de un producto

El ciclo de vida del producto hace referencia a la evolución de las ventas a lo largo de la vida del producto. Este ciclo se divide en varias fases, por lo que en función de la fase en que

se encuentre el producto se llevará a cabo determinadas estrategias (p.13). (Nicolau, J. 2011)

1. Introducción. Esta fase se caracteriza por tener una tasa de crecimiento de las ventas lento, puesto que se tiene que hacer frente a elevados costes, pues además de la posible inexperiencia en la comercialización del producto, la empresa tiene que hacer frente al desconocimiento del producto por parte de los clientes, por lo que los gastos de promoción son elevados. En esta fase, los beneficios serán negativos, los competidores mínimos y el objetivo principal es el de crear conciencia sobre el producto y estimular su prueba (p.13). (Nicolau, J. 2011)

2. Fase de crecimiento. En esta fase las ventas crecen más deprisa, por lo que se empiezan a obtener beneficios. No obstante, los gastos de promoción deben mantenerse, ya que los beneficios potenciales van a atraer a nuevos competidores. Aunque por esta misma razón, los precios pueden disminuir. En este punto el objetivo es maximizar la cuota de mercado (p.13-14). (Nicolau, J. 2011)

3. Fase de madurez. La tasa de crecimiento de las ventas se reduce, así como el crecimiento de los beneficios. Suele ser la etapa más larga del ciclo de vida del producto, siempre que el producto tenga buena aceptación en el mercado. Aquí la empresa trata de defender su cuota de mercado. En esta fase, las estrategias que se pueden desarrollar, son la modificación o ampliación del mercado, o la modificación (renovación) del producto (p.14). (Nicolau, J. 2011)

4. Fase de declive. Llega un momento que las ventas decrecen, observándose el final del producto. Varias pueden ser las razones. Aparecen nuevos productos con mejores prestaciones, cambian los hábitos de los consumidores, cambios en las legislaciones (...) (p.14). (Nicolau, J. 2011)

El ciclo de vida del producto presenta dos retos importantes. En primer lugar, porque todos los productos mueren eventualmente. Entonces, una empresa debe encontrar nuevos productos que sustituyan a los viejos (el problema del desarrollo de un nuevo producto). En segundo lugar, la empresa debe comprender cómo envejecen sus productos y cambiar las estrategias de marketing cuando los productos pasan a través de las etapas del ciclo de vida. (Kotler et al., 2011)

2.7.2 Fijación del precio del producto turístico

Según (Cabarcos, 2011) El precio es algo más que un valor de intercambio, es un componente que no se puede considerar individualmente, sino que se debe considerar en relación con otros aspectos del marketing mix (producto, distribución y promoción).

(Cabarcos, 2011) Menciona en su libro que:

Su fijación dependerá siempre de los objetivos empresariales, puesto que va a condicionar muchos aspectos de un negocio, como, por ejemplo, el volumen de la demanda, el tipo de cliente, la imagen, los ingresos brutos, etc. Es decir, el precio va a condicionar la rentabilidad de la empresa (p.205).

Según (Baca Urbina, G. 2012) “Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p.44).

Las organizaciones de las comunidades establecen sus precios de acuerdo a las apreciaciones que el cliente tiene al respecto de las necesidades que le serán cubiertas o los beneficios que recibirá.

Es importante generar el ingreso de los turistas a los servicios que se encuentran dentro de las zonas comunitarias, por lo que la fijación del precio debe ser una cantidad módica pero a la vez que logre solventar con todos los gastos que demandan estas actividades. Mientras más personas se encuentren dispuestas a participar en las actividades de la comunidad para su desarrollo su organización se volverá mucho más sólida.

(Nicolau, J. 2011) menciona que “un producto se puede definir como un complejo de atributos tangibles o intangibles, incluso el embalaje, precio, prestigio del fabricante y del vendedor, que el comprador puede aceptar como algo que satisface sus deseos o necesidades” (p.3).

Los costos de producción deben ser acordes a la demanda que se proyecta para la adquisición de estos servicios, deben ser compradores dispuestos a cubrir estos costos a cambio de satisfacer sus deseos o necesidades, a la vez que la comunidad consigue tener una importante participación ante sus competidores más cercanos.

Agua Blanca es una comunidad que se dedica al turismo comunitario tradicional, y la fijación del precio de sus productos establecidos y rediseñados debe recompensar sus gastos generados, logrando que el costo de sus productos principales sea competitivo ante el mercado al que se rige.

2.7.3 Comercialización

Según (Baca Urbina, G. 2012) “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (p.48).

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que el espera con la compra. Normalmente ninguna empresa está capacitada, sobre todo. (Baca Urbina, G. 2012, p.48)

2.7.4 Promoción

Según (Cabarcos, 2011) “La promoción de ventas es la serie de incentivos a corto plazo necesarios para estimular la prueba o la compra de determinados productos o servicios por los consumidores o por los comerciantes” (p.212).

Promoción es el conjunto de actuaciones integradas dentro de un plan de marketing que sirven para alcanzar objetivos específicos a través de estímulos limitados en el tiempo y en el espacio y cuyos principales destinatarios serán los consumidores, vendedores, intermediarios, prescriptores, etc (p.206). (Cabarcos, 2011)

2.7.5 Replanteamiento del producto

Una empresa tiene que ser capaz de desarrollar nuevos productos y gestionarlos adecuadamente para afrontar el cambio que producen las tendencias, los gustos, la tecnología y la competencia. Cada producto parece tener un ciclo de vida: nace, pasa por varias fases y finalmente muere cuando aparecen productos nuevos que satisfacen mejor las necesidades del consumidor. (Kotler et al., 2011)

Generalmente para el replanteamiento de nuevos productos dentro de un lugar en específico se debe generar nuevas ideas, al igual que en los grandes cambios mundiales las preferencias y gustos de la población en general cambia, por lo que se deben generar ideas acorde al avance que se desarrolla en el entorno en el que nos encontremos.

Un producto no tiene una duración ilimitada, puesto que los gustos de los consumidores cambian y los competidores lanzan nuevos productos, por lo que los productos envejecen. Por tanto no sólo hay que vigilarlos mientras están en vigor sino que hay que pensar en nuevos productos. El hablar de nuevos productos supone incluir en ellos, tanto los productos originales como las modificaciones y mejoras de los ya existentes. Es más, una empresa puede conseguir nuevos

productos, bien desarrollando ella misma estos productos o bien mediante la adquisición de los productos de otras empresas. (Nicolau, J. 2011)

En la actualidad los gustos y preferencias de las personas es un cambio constante por lo que las empresas dedicadas a satisfacer sus necesidades deben estar en constante alerta ante las nuevas tendencias para lograr conseguir la mayor aceptación dentro del mercado, el implementar productos nuevos es algo magnifico ante los ojos de todos sin embargo los productos aceptados con anterioridad tienen aún una oportunidad, para los vendedores nada es perdido al rediseñar los productos ya antes ofertados sin embargo olvidados por las nuevas tecnologías dentro de las empresas son nuevas estrategias lo cual ayuda a ahorrar varios recursos generados y utilizados.

2.8 MARCO LEGAL

El marco legal es una pieza fundamental en la investigación ya que permite la sustentación de la información en base a un direccionamiento legal, ético y acorde a normativa que rige para la convivencia en sociedad, la importancia recae en tomar estos fundamentos como ejes reguladores para el desarrollo de la investigación.

FUENTE	ARTÍCULO	ANÁLISIS
<p style="text-align: center;">CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008</p> <p>La Constitución del Ecuador aprobada el 28 de septiembre de 2008 en Montecristi-Manabí, establece normativas, políticas, derechos y obligaciones de los ciudadanos. Además la inclusión y participación que tienen las comunidades para ejecutar la actividad turística.</p>	<p>Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.</p>	<p>En Ecuador se brinda libertad para que cada ciudadano del país, pueda elegir y mantener su propia identidad, y exprese sus creencias e ideologías. La mayor expresión de ignorancia es el olvido de sus propias raíces; el brindar a las nuevas generaciones conocimiento al respecto de la cultura e historia en las que se encuentran inmersos es la mejor herencia que se les puede brindar generando ese valor de pertenencia por el patrimonio que les rodea.</p>
	<p>Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de</p>	<p>El reconocimiento plurinacional marca la coexistencia de varias naciones dentro del territorio geográfico</p>

	<p>derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:</p> <p>11. No ser desplazados de sus tierras ancestrales.</p> <p>12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.</p> <p>13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio</p>	<p>ecuatoriano, lo que involucra una variedad de cambios en su estilo de vida; donde aprovechan los diferentes recursos que poseen a su alrededor y viven en armonía con el entorno natural en el que se encuentran, generando a su vez el involucramiento de sus organizaciones con el Estado para generar el desarrollo de las diferentes familias conformantes de estas diversas localidades.</p>
--	---	--

	<p>del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto</p> <p>15. Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa.</p> <p>17. Ser consultados antes de la adopción de una medida legislativa que pueda afectar cualquiera de sus derechos colectivos.</p> <p>19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen.</p> <p>21. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna.</p>	
--	--	--

	<p>Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.</p>	<p>La vida humana se desarrolla en una estrecha relación con la naturaleza, por lo que es el deber de todas las personas el hacer un uso adecuado de los recursos naturales que se tienen, fomentando el respeto por todos los elementos que conforman los diferentes ecosistemas, y realizando un conveniente aprovechamiento de los recursos para un beneficio común.</p>
<p>REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS 2010</p> <p>Un Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, implica la coordinación e</p>	<p>Art. 5.- De la Gestión.- La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento. Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística</p>	<p>Las actividades turísticas que se encuentran en manos de las comunidades ayudan a fomentar su capacidad para brindar una mejor satisfacción en sus productos y servicios, cumpliendo con las expectativas y preferencias del turista que acude a la zona, y a su vez establece la competitividad de la</p>

<p>integración de políticas en un ámbito físico para diferentes localidades. Es la propuesta de trabajar con varios actores que promuevan el desarrollo local, la inclusión social y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.</p>	<p>comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada.</p>	<p>comunidad en relación a ofertas similares existentes en el mercado.</p>
	<p>Art. 6.- Del Ministerio de Turismo.- Es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.</p>	<p>La inclusión de los centros comunitarios en actividades turísticas, brinda un mejoramiento en la calidad de vida de sus habitantes, ayudando al progreso de las familias, generando nuevas fuentes de empleo, incrementando sus ingresos económicos y permitiendo un mejor desarrollo social.</p>
	<p>Art. 7.- Prestación directa.- Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad; por lo tanto, las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios.</p>	<p>Las comunidades al ser pequeñas organizaciones tienen el derecho de realizar sus actividades turísticas aprovechando los recursos que tienen a la mano siempre rigiéndose a los reglamentos a los que estén inmersos obteniendo los beneficios</p>

		correspondientes para ellos.
	<p>Art. 14.- Guías nativos: Los guías nativos (comunitarios), con licencia otorgada por el Ministerio de Turismo, podrán conducir turistas en áreas geográficas que corresponden al territorio de la comunidad, al pueblo o nacionalidad al que pertenecen y en interacción con otros centros turísticos comunitarios. En lo demás, se regirán por las disposiciones generales o especiales constantes en los reglamentos respectivos para guías, por cada actividad que desempeñe.</p>	<p>Los visitantes al acudir a las comunidades lo hacen con un objetivo principal, que es conocer e intercambiar nuevas experiencias con las personas que se encuentren en ella; por lo que es indispensable que en los centros comunitarios la guianza sea realizada por una persona perteneciente a la misma, que se encuentre capacitada para brindar un adecuado servicio a los turistas y brindando los conocimientos específicos que poseen como comunidad.</p>
	<p>Art. 15.- Oferta Turística.- Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades</p>	<p>Las comunidades ecuatorianas y su inclusión dentro del entorno de la actividad turística, es con el principal objetivo de brindar y promover el conocimiento del patrimonio tanto cultural</p>

	<p>registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.</p>	<p>como natural que existe dentro del país y que estas zonas enmarcan, a su vez incrementando el valor de pertenencia y aumentando la concientización de las personas que acuden a intercambiar experiencias y conocimientos con estas localidades para el disfrute de las futuras generaciones.</p>
	<p>Art. 17.- Sostenibilidad ambiental.- La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio.</p>	<p>La actividad turística tiene como principal objetivo cubrir las necesidades de ocio de un grupo determinado de personas, para lo cual las comunidades que realizan esta actividad cuentan con reglamentos de manejo para la preservación y correcto aprovechamiento de los sitios naturales y culturales que ponen a disposición de los visitantes.</p>
	<p>Art. 18.- Exclusividad.- Los recursos naturales que han sido transformados</p>	<p>La transformación de muchos recursos naturales dentro de las comunidades es por</p>

	<p>en atractivos turísticos y que se encuentran asentados en determinado territorio comunitario que cuenta con títulos de propiedad o que se encuentra en posesión ancestral, son de uso exclusivo de ella para la operación turística. (Derecho de dominio, derecho de posesión). Si la empresa privada utiliza los recursos que se encuentran dentro del territorio comunitario deberá hacerlo previa coordinación con la comunidad.</p>	<p>iniciativa de su población con el objetivo de inmiscuirse en una actividad que les genere ingresos y a la vez plazas de empleo que les asegure su estabilidad económica, por lo que se rigen a diferentes reglamentos que les brinden normativas a seguir para su constante mejoramiento en la actividad turística y abarcar todas las posibles necesidades de sus visitantes.</p>
<p style="text-align: center;">PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-2013</p> <p>Documento realizado por la SENPLADES en</p>	<p>6.10. Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario: El quinto eje lo constituye el impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, que se presentan, también como actividades alternativas</p>	<p>Muchas veces lo que se puede observar es lo más atractivo para un turista hasta llegar a adquirirlo, por lo cual el entorno de los centros turístico juegan un papel de vital importancia, ellos deben regirse a diferentes reglamentos</p>

<p>febrero de 2009 y aprobado el 05 de noviembre de 2009 por el Consejo Nacional de Planificación. Embarca las diferentes orientaciones para cumplir con la programación establecida por el Gobierno y a su vez cumpliendo y garantizando los derechos de los ciudadanos, y las diferentes políticas públicas siendo un plan para todos y de todos.</p>	<p>que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y distribución de la riqueza. Sin embargo, esta “industria verde” también necesita desarrollar capacidades, como la formación profesional en todos los campos de servicios turísticos y de naturaleza, educación formal, infraestructura, inversión en los planes de manejo de los espacios naturales, generación de información de las oportunidades turísticas a nivel nacional e internacional, dotar de sistemas de seguridad y accesibilidad a dichos espacios, todos estos aspectos enfocados principalmente al fortalecimiento desde la óptica comunitaria.</p>	<p>en los cuales recalquen que sus instalaciones deben ir acorde a la actividad que ente desarrollando.</p> <p>Aplicando normas de sostenibilidad como lo amerita el área en el que desempeñan estas actividades turísticas, ya que la conservación de estas zonas y la accesibilidad a dichos espacios, asegura y proyecta la realización de estas actividades por mucho tiempo as y proyectándonos hacia un futuro.</p>
	<p>OBJETIVO 2</p>	

<p style="text-align: center;">PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2017-2021</p> <p>Documento aprobado por el Consejo Nacional de Planificación 13 de julio de 2017. Embarca las diferentes orientaciones para cumplir con la programación establecida por el Gobierno y a su vez cumpliendo y garantizando los derechos de los ciudadanos, y las diferentes políticas públicas siendo un plan para todos y de todos.</p>	<p style="text-align: center;">Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas:</p> <p>Estas expresiones, dinámicas y cosmovisiones de ser y pensar el mundo diversas pero confluyentes en el país, implican pensar un Estado acorde a ellas, para generar espacios de intercambio y encuentro común, los lugares donde se materializa la vida de todos nosotros como seres humanos que vivimos en comunidad.</p> <p>- Los derechos de las personas en situación de movilidad humana, comunidades sexo-genéricas diversas, las culturas urbanas; las potencialidades y expresiones artísticas; los espacios físicos y simbólicos de intercambio cultural; los saberes ancestrales, su ritualidad, plantas e instrumentos de</p>	<p>Todos los pertenecientes a un país conforman una misma localidad, en la cual existe pluralismo y diferentes cosmovisiones, generando espacios de intercambio y encuentro común, donde se destaca la riqueza que cada uno posee y dando a conocer sus objetivos de desarrollo, donde se ve involucrado todos sus recursos naturales como culturales con los que cuentan en sus áreas.</p>
---	---	---

	<p>poder, y la memoria histórica que guardan; el patrimonio tangible e intangible relacionado con las personas, comunidades y colectivos, son entre otras, situaciones propias de atención y protección del Estado cuando plantea la plurinacionalidad e interculturalidad en uno de sus Objetivos Nacionales de Desarrollo, y que deben ser vistas como una de sus riquezas.</p>	
--	---	--

Mediante el análisis de reglamentos como la Constitución de la República del Ecuador 2008, el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios 2010, el Plan Nacional del Buen Vivir; se ha logrado tener una idea más amplia de la inclusión que se les brinda actualmente a las comunidades dentro del país, y los beneficios que estas puedan tener como conjunto poblacional, además de ver a qué normas deben regirse para el aprovechamiento adecuado de los recursos con los que cuentan con el principal objetivo de preservarlos por mucho tiempo.

CAPITULO III

3. Metodología

(Tamayo y Tamayo, 2011) Menciona que:

El diseño metodológico, muestral y estadístico es fundamental en la investigación y constituye la estructura sistemática para el análisis de la información, que dentro del marco metodológico nos lleva a interpretar los resultados en función del problema que se investiga y de los planteamientos teóricos del mismo diseño (p.45).

La presente investigación ayudará a establecer un enfoque de información cualitativa y cuantitativa respecto a la recolección de datos realizada en la comunidad Agua Blanca, resolviendo las posibles hipótesis planteadas al inicio de la investigación.

3.1 Tipos de investigación

3.1.1 Investigación de campo:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin

manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Arias, 2012)

Cuando los datos se recogen directamente de la realidad, por lo cual los denominados primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas (p.114). (Tamayo y Tamayo, 2011)

Esta investigación permite responder las interrogantes del estudio, analizando la demanda turística y los diferentes segmentos consumidores que acuden a la comunidad Agua Blanca. Permite definir y estudiar la situación actual en la que se encuentra la zona referente al turismo, difusión y acogida por parte de los turistas, por lo que los resultados de esta investigación son de suma importancia.

3.1.2 Investigación descriptiva:

Los estudios descriptivos parten de la descripción. Se trata de cuantificar lo que se va a estudiar, lo cual en las investigaciones de tipo sociales especialmente dificultoso, en las ciencias de la naturaleza es algo común que cuando se describe se mide. (Luzuriaga, 2011)

Según (Posso, 2013):

Permite decir cómo es o se manifiesta el objeto, fenómeno o problema motivo de estudio; son investigaciones o estudios que buscan especificar y/o particularizar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Este tipo de investigaciones tiene mucha aplicación en el ámbito educativo (p.21).

Permite realizar la descripción de la situación actual del problema, en el contexto del área de estudio y su zona de influencia, tomando las características y aspectos más importantes que permiten buscar alternativas de cambio positivo, con el fin de optimizar el desarrollo turístico de la comunidad de Agua Blanca.

3.1.3 Investigación documental:

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (Arias, 2012)

Se refiere al hecho de que el investigador adquiere la información que necesita por medio de documentos (...). Estos documentos ya existen y son: los libros, periódicos, revistas, estadísticas, tesis, investigaciones publicadas (...). Es decir, el

investigador no va a generar la información sino que la toma de varios lugares. Su labor consiste en ordenar y analizar esa información ya registrada, ya documentada. (Becerril, 1997)

Permite realizar una recolección de información, que ha sido tomada de textos, documentos, registros, revistas y artículos científicos, los mismos que se utilizan para realizar las comparaciones de los decrecimientos y crecimientos de la demanda turística que ha existido en la comunidad entre los anteriores y actuales años.

3.2 Métodos de investigación

3.2.1 Métodos teóricos

3.2.1.1 Analítico-sintético:

(Torres Bernal , 2006) Menciona que: “Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis)” (p.57).

De acuerdo a (Hurtado & Toro, 2007): “Consiste en la descomposición mental del objeto estudiado en sus distintos elementos o partes componentes para obtener nuevos conocimientos acerca de dicho objeto” (p.65).

Este método ayuda a la obtención de la medición de los resultados cualitativos y cuantitativos conseguidos en la investigación del estudio del perfil del turista, realizando un análisis pertinente de cada uno de los datos, posteriormente realizar una síntesis de las conclusiones alcanzadas.

3.2.1.2 Histórico-lógico:

(Behar, 2010) menciona que:

Con este método se proporciona un sistema de evaluación y síntesis de pruebas sistematizadas con el fin de establecer hechos, dependencias históricas y esclarecer antecedentes gnoseológicos que demuestren la interacción que siempre ha existido entre las ciencias desde sus propios surgimientos y, de esta manera extraer conclusiones sobre acontecimientos pasados que expliciten vínculos y que permitan encontrar y entender los hechos que justifiquen el estado actual (p.41).

Permite recolectar datos que sustentan la veracidad de los acontecimientos que enmarcan los diferentes atractivos con los que cuenta la comunidad Agua Blanca, volviéndolos atractivos para los turistas e incrementando a su vez la visita de los mismos. El desarrollo de los diferentes atractivos turísticos y actividades que se brindan dentro de la zona han sido un proceso largo que se ha ido originando de a poco, motivando su desarrollo y convirtiéndola en un potencial turístico.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Observación

(Arias, 2012) Menciona que: “La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos” (p.68).

Es una técnica de recolección de información, consistente en la inspección y estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad (natural o social) mediante el empleo de los sentidos (...), conforme a las exigencias de la investigación científica y a partir de las categorías perceptivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador. (Yuni & Urbano , 2006)

Permite un análisis general del problema existente en la comunidad Agua Blanca, obteniendo una perspectiva más amplia sobre esta problemática, adquiriendo más información del área de estudio, desarrollando nuevas ideas de mejoramiento para la zona.

Consiste en conocer la situación real en la que se encuentra la actividad turística de la comunidad Agua Blanca, sobre su demanda turística y segmentos consumidores, brindando nuevas ideas para mejorar el problema

turístico existente en la zona mediante la implementación de nuevas estrategias de desarrollo.

3.3.2 Entrevistas

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador “investigador” y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. (Huamán , 2005)

La entrevista es la obtención de información mediante una conversación de naturaleza profesional. Esta conversación de manera profesional se la realiza de manera personal, en donde los cuestionarios son aplicados a los sujetos investigados por personas especializadas, quienes realizan a los encuestados las preguntas y anotan las respuestas. (Luzuriaga, 2011)

Las entrevistas se aplican al dirigente local, al representante parroquial de Machalilla y a una cantidad mínima de turistas que acuden a la zona por ocio; permitiendo conocer las diferentes expectativas que tienen acerca del mejoramiento de los productos y los servicios de la comunidad.

Las entrevistas han otorgado información relevante al respecto de la problemática que se busca cubrir; se ha logrado determinar datos importantes de las personas que acuden frecuentemente a la comunidad o van por primera vez a hacer uso de las diferentes instalaciones con las que se cuenta en la zona, las expectativas de mejora que tienen al respecto de

la oferta turística que aquí se ofrece adecuando los productos y servicios ofertados para brindar un mejor servicio.

3.3.3 Encuestas

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opciones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. (Huamán , 2005)

La encuesta puede definirse como un conjunto de técnicas destinadas a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupo de individuos que integran la población estudiada. (Zapata, 2005)

Las encuestas se aplican a los turistas que acuden a la comunidad Agua Blanca, de diferentes edades y género; con el fin de conocer el segmento de mercado al que pertenecen y sus preferencias de consumo.

3.4 Población y Muestra

(Rodríguez , 2005) Menciona que:

“Población es el conjunto de mediciones que se pueden efectuar sobre una característica común de un grupo de seres u objetos” (p.79).

La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y por tal refleja características que definen la población de la cual fue extraída. Lo que nos indica que es representativa; es decir; que para hacer una generalización exacta de una población es necesario tomar una muestra representativa y por lo tanto la validez de la generalización depende de la validez y el tamaño de la muestra (p.82).

La población que se ha tomado para la presente investigación, es el total de turistas que llegan mensualmente a visitar la comunidad Agua Blanca, con el objetivo de obtener información acerca de sus preferencias y predilecciones a la hora de escoger un destino turístico donde vacacionar, con la finalidad de establecer estrategias para el mejoramiento y fortalecimiento de la oferta turística de esta zona.

Turistas/ y/o visitantes

Método: Muestra

Turistas locales, nacionales y extranjeros mensuales que acuden a la comunidad Agua Blanca.

$$n = \frac{Z^2 pq^N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

n=Muestra buscada

N=Población total

Z=Porcentaje de confianza 95% (1.96)

p= Variabilidad positiva (0.5)

q= Variabilidad negativa (0.5)

E= Porcentaje de error de 5% (0.05)

DATOS	
n=	?
N=	1.200
Z=	1.96
p=	0.5
q=	0.5
E=	0.05

$$n = \frac{Z^2(N)(p)(q)}{[E^2 - (N - 1)] + [Z^2(p)(q)]}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(1.200)(0.5)(0.5)}{[0.05^2(1.200 - 1)] + [1.96^2(0.5)(0.5)]}$$

$$n = \frac{1152.48}{[2.9975] + [0.9604]}$$

$$n = \frac{1152.48}{3.9579}$$

$$n = 291.18$$

- El tamaño de la muestra es de **291** turistas por encuestar.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se describen los resultados obtenidos en la investigación realizada en la comunidad Agua Blanca con la finalidad principal de lograr los objetivos planteados al inicio de la investigación, basándose principalmente en encuestas, entrevistas y fichas de campo aplicadas para el correcto análisis e interpretación de los mismos.

Para la realización del estudio se ha basado en una muestra de 291 personas por encuestar, presentando a continuación el análisis detallado de los resultados más sobresalientes que se han obtenido.

4.1 CUANTIFICAR LA DEMANDA TURÍSTICA QUE ACUDE A LA COMUNIDAD AGUA BLANCA

Tabla 1

AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL
2013	1,314	1,537	1,068	906	988	1,082	2,134	3,307	1,156	1,209	985	1,540	17,226
2014	1,576	1,310	2,182	1,633	1,981	1,015	1,796	3,429	1,217	1,059	1,109	1,174	19,481
2015	1,908	1,621	1,440	1,455	1,146	973	1,847	3,475	1,107	1,256	1,262	1,145	18,635
2016	1,530	1,415	1,192	615	348	543	1,407	2,293	983	908	1,485	1,096	13,815
2017	1,491	1,980	1,285	1,588	1,029	919	2,204	3,627	1,743	1,155	1,521	1,087	19,629
TOTAL	7,819	7,863	7,167	6,197	5,492	4,532	9,388	16,131	6,206	5,587	6,362	6,042	88,786

Elaboración Propia, 2017

Fuente: Registros Comunidad Agua Blanca

La comunidad Agua Blanca cuenta con una afluencia de turistas mensual y anual de gran valoración, a través de la investigación se pudo apreciar que dentro de los últimos 5 años el que cuenta con mayor afluencia es el año 2017 con 19,629 turistas, y el de menor afluencia es el año 2016, sin embargo se tiene que recalcar que este año conto con una afluencia de 13,815 personas ya que el país atravesó por un suceso natural, como fue el terremoto del 6 de Abril, causando daño y destrucción de varias infraestructuras y perjudicando en gran parte la actividad turística, reduciéndose las visitas a los diferentes atractivos del país.

Se recogió información para conocer el estado actual de la demanda turística de la comunidad y realizar una breve comparación de los últimos 5 años en la cual se logre conocer los meses más laborables y de mayor visita de la zona, para poder generar estrategias las cuales ayuden al crecimiento mensual de visitantes, observando que el mes de Agosto dentro de estos años ha sido el mes con mayor visitas a la localidad con una cifra de 16,131 personas que han acudido a disfrutar de los productos y servicios que la comunidad pone a su disposición.

Uno de los periodos de menor concentración de demanda turística es el mes de Junio; aquí se toma en cuenta que son ciclos escolares, considerándose uno de los aspectos más importantes a la hora de analizar el mercado de la localidad además de que son temporadas no vacacionales en familia, por lo que los porcentajes de afluencia son muy bajos contando con una cifra tan solo de 4,532 turistas en estos últimos 5 años.

4.2 IDENTIFICAR EL PERFIL DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA

4.2.1 Tabla 1

Datos informativos-Demanda Turística que acude a la comunidad Agua Blanca

TURISTA	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
LOCAL	98/291	34%
NACIONAL	96/291	33%
EXTRANJERO	97/291	33%
GÉNERO		
MASCULINO	158/291	54%
FEMENINO	133/291	46%
GLBTI	0/291	0%
EDAD		
ADOLESCENTES 13-17	10/291	3%
JOVENES 18-29	80/291	27%
ADULTOS 30-65	192/291	66%
ADULTOS MAYORES 66 EN ADELANTE	9/291	3%
ESTADO CIVIL		
SOLTERO	85/291	29%
CASADO	167/291	57%
DIVORCIADO	30/291	10%
VIUDO	9/291	3%
NIVEL DE EDUCACIÓN		
PRIMARIA	10/291	3%
SECUNDARIA	110/291	38%
SUPERIOR	171/291	59%
OCUPACIÓN LABORAL		
ESTUDIANTE	35/291	12%
COMERCIANTE	10/291	3%
AMA DE CASA	10/291	3%
EMPRESARIO	15/291	5%
EMPLEADO PÚBLICO	78/291	26%
EMPLEADO PRIVADO	150/291	50%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

De acuerdo con la información obtenida se concluye que la demanda turística que acude a la comunidad Agua Blanca en su mayoría lo representan los turistas locales información obtenida de las encuestas

realizadas; encontrando a la vez a turistas nacionales y extranjeros compartiendo el mismo porcentaje de visita a la comunidad; perteneciendo la mayor cantidad al género masculino y con un porcentaje también representativo al género femenino.

Los intervalos de edad indican que los turistas que acuden a visitar la comunidad son adultos los cuales se encuentran entre las edades de treinta a sesenta y cinco años conformándolo generalmente personas casadas y que mantienen un nivel de educación superior, siendo en su mayoría trabajadores pertenecientes al sector privado del país.

4.2.2 Tabla 2

Motivo de viaje

MOTIVO DE VIAJE	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
NEGOCIOS	28/291	7%
OCIO	225/291	53%
DEPORTES	128/291	30%
FERIAS Y EXPOSICIONES	44/291	10%
OTROS	0/291	0%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

Una de las principales dudas a cubrir dentro de la investigación realizada es el motivo de viaje que tiene la demanda turística que acude a la comunidad Agua Blanca, lográndose determinar que los encuestados la visitan por ocio y un porcentaje inferior se enfoca a visitarla por la práctica de deportes.

Madi Fairey menciona que le gusta visitar más los sitios naturales, ya que siempre le ha interesado la observación de aves, por lo que considera

que Agua Blanca posee un gran potencial en cuanto a aves se refiere solo que le falta ser aprovechado más, brindando este tipo de espacios al turista.

4.2.3 Tabla 3

Forma de organización de viaje

ORGANIZACIÓN DE VIAJE	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
OPERADORA	41	14%
INDIVIDUAL	66	23%
GRUPO	23	8%
AMIGOS	71	24%
FAMILIA	90	31%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

Son distintos elementos que definen la organización de viaje que tienen los turistas para poder acceder a la comunidad de Agua Blanca, por lo que la mayoría de los desplazamientos que tienen a estas instalaciones es entre familia y encontrándose en segundo y tercer lugar la organización de estos viajes son con amigos e individualmente, arrojando estos diferentes resultados, que la demanda que tiene la comunidad no ha contado con ningún tipo de intermediario.

4.2.4 Tabla 4

Transporte

TRANSPORTE	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
PÚBLICO	84	29%
PROPIO	130	45%
CONTRATADO	77	26%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

El desplazamiento hacia las instalaciones de la comunidad es planeado y organizado por el propio turista, escogiendo él deliberadamente que tipo de

transportación es la más acorde según sus necesidades, encontrando que los turistas que acuden a visitar los atractivos de Agua Blanca, lo hacen en un transporte propio y que el segundo porcentaje más alto de ellos accede a estas instalaciones en un transporte público; y sin marcar una gran diferencia se encuentran los turistas que utilizan transportes contratados o con algún tipo de intermediario.

Donde el dirigente comunal Raúl Ventura nos supo manifestar que las vías no se encuentran en las condiciones adecuadas para recibir a los turistas, por lo que se les debe realizar un mejoramiento, sin embargo no se cuenta con los recursos para poder brindar la accesibilidad apropiada a los turistas en sus instalaciones.

4.2.5 Tabla 5
Medio de difusión

MEDIO DE DIFUSIÓN	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
TELEVISIÓN	83/291	18%
RADIO	22/291	5%
PRENSA ESCRITA	22/291	5%
INTERNET	172/291	36%
FERIAS Y EXPOSICIONES	6/291	1%
RECOMENDACIÓN	166/291	35%
MATERIAL IMPRESO	2/291	0%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

El impacto que tienen los medios de difusión dentro de la promoción de una infraestructura turística es un contacto directo de información que se genera con el objetivo de mantener una conexión real para que los turistas no tiendan a perder interés por este tipo de instalaciones y atractivos; proyectando así los resultados, que el medio de difusión por el cual los

turistas se han enterado acerca de la comunidad Agua Blanca y lo que tiene para brindar a sus visitantes es el internet, siguiéndole los turistas a quienes se la han recomendado para visitarla y un porcentaje menor de personas se han enterado por medio de reportajes de televisión.

Según la turista María Gallardo el internet, por las nuevas tendencias, es el medio de comunicación más apto para promocionar la comunidad por lo que sería bueno que la comunidad se involucre más en este tipo de medios. Al mismo tiempo que los reportajes televisivos ya que es un medio apto para todos donde se puede apreciar las maravillas que posee la comunidad de Agua Blanca.

4.2.6 Tabla 6

Temporada

ÉPOCA DEL AÑO	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
ENERO A MARZO	18	6%
ABRIL A JUNIO	100	34%
JULIO A SEPTIEMBRE	123	42%
OCTUBRE A DICIEMBRE	50	17%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

Los tipos de desplazamientos de turistas que se dan dentro de la comunidad hacen más referencia a los fines de semana, según los resultados obtenidos acerca de la época preferida de viajar, esta coincide con los periodos de vacaciones de las familias de la región sierra del país siendo el porcentaje más alto de los encuestados que marca los meses de Julio a Septiembre y siguiéndole un porcentaje menor pero no menos importante los meses de Abril a Junio, según las estimaciones realizadas los

turistas que llegan a la comunidad prefieren aprovechar vacaciones escolares y de trabajo.

4.2.7 Tabla 7

Atractivos y actividades turísticas

ATRATIVOS Y ACTIVIDADES	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
LAGUNA DE AZUFRE	288/291	22%
SITIOS ARQUEOLÓGICOS	256/291	20%
MIRADOR	220/291	17%
BOSQUE SECO Y HUMEDO	22/291	2%
MUSEO ARQUEOLÓGICO	267/291	21%
CAMPING	7/291	1%
CABALGATAS	58/291	4%
MASAJES DE LODO	136/291	11%
SAUNA CON LODO TEMAZCAL	35/291	3%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

En el cuestionario se implementó una lista de los atractivos y actividades turísticas que se ponen a disposición del turista dentro de la comunidad, pidiéndoles que marquen cuáles de ellos conocían; mostrando los resultados que la mayoría de encuestados tenían más conocimiento acerca de la laguna de azufre, siguiéndole el museo arqueológico, y los sitios arqueológicos, escogiendo los turistas estas actividades porque son las más representativas de la comunidad y por lo que prevalecen más en los recuerdos de la demanda turística. Los resultados obtenidos también proyectaron que con el cuarto lugar como atractivo que motiva la visita del turista se encuentra el mirador de la comunidad y no con menos importancia la nueva actividad implementada que son los masajes de lodo como una de las preferencias que se les brinda a los visitantes.

Según menciona la turista Anita Rojas; que por el hecho de realizar una actividad turística a veces excesiva no significa que deban dejar de lado el cuidado de los recursos y dar paso a la destrucción de hábitat, en la comunidad se sabe que la gente se encuentra vinculada en el proyecto de turismo por lo que es un porcentaje mínimo que no colaboraría con el cuidado de los recursos por sus actividades laborales; sin embargo menciona que pudo observar que se encuentran muy bien organizados al respecto del cuidado natural y protección de estos diferentes atractivos aprovechados.

4.2.8 Tabla 8

Precio promedio que el turista está dispuesto a pagar por día

PRECIO	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
MENOR A 30\$	152	52%
31\$ A 60\$	114	39%
MÁS DE 61\$	25	9%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

Las personas para decidir un destino a visitar se ven atraídas como principal factor por sus precios, por lo que se preguntó a los encuestados qué precio promedio estarían dispuesto a pagar por día por los productos y servicios que la comunidad ofrece; obteniendo que las personas están dispuestos a gastar menor a los 30\$ dólares por día mientras que un porcentaje no muy inferior están dispuestos a cubrir sus necesidades en costos desde los 31\$ hasta los 60\$ dólares.

4.2.9 Tabla 9*Actividades turísticas de su preferencia en comunidades*

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
AVISTAMIENTO DE AVES	181/291	20%
VIVENCIAS MÍSTICAS	126/291	14%
CABALGATAS	83/291	9%
CAMPING	76/291	9%
TALLERES GASTRONÓMICOS Y ARTESANALES	140/291	16%
PREPARACIÓN Y USO DE MEDICINA TRADICIONAL	160/291	18%
PRÁCTICA DE DEPORTES EXTREMOS	118/291	13%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

El objetivo principal para la realización de esta pregunta es conocer qué actividades les gusta a los turistas realizar en las comunidades a las que acuden de visita, por lo que se planteó varias actividades turísticas pidiendo a los encuestados que marquen las de su preferencia, proyectando los resultados que en su mayoría prefieren realizar avistamiento de aves dentro de estas zonas, mientras que el segundo porcentaje más alto de los encuestados prefieren observar la preparación y uso de medicina tradicional, mientras que el tercer y cuarto porcentaje acuden por los talleres gastronómicos y artesanales que se ofrecen, y por experimentar las vivencias místicas que estas comunidades ofrecen.

María Gallardo menciona que; sería bueno que promocionen o intenten llamar la atención del turista que llega a la comunidad, para que así tengan mayor comercialización de sus artesanías y demás productos. Considera que deberían participar en las ferias que se dan dentro del cantón para que den a conocer sus adquisiciones y así promocionan su trabajo y la

comunidad en general. Recomendando también que trabajen con materiales existentes dentro de la zona y aprovecharlos de la manera adecuada.

Al mismo tiempo el turista José Yáñez menciona que sería apropiado que se le brinde mantenimiento a los atractivos con los que ya se cuenta al mismo tiempo que mejorar los servicios. Considera que se debería implementar alguna actividad de deporte extremo así el visitante se mantendría más tiempo dentro de las instalaciones de la comunidad.

4.2.10 Tabla 10

Satisfacción de los clientes

ASPECTOS	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
INFRAESTRUCTURA ACORDE AL LUGAR	90/291	12%
BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE	253/291	33%
ACCESIBILIDAD	171/291	22%
PRECIOS ACCESIBLES	109/291	14%
PERSONAL CAPACITADO	140/291	18%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

En las infraestructuras turísticas es importante medir el grado de satisfacción de los clientes, con el objetivo de que sean fieles a los productos y servicios ofrecidos convirtiéndose la comunidad en su principal elección a la hora de escoger un destino donde vacacionar, por lo que se ha planteado varios aspectos que toman en cuenta los turistas para lograr su total satisfacción en el destino visitado; arrojando los resultados que el principal factor que se debe brindar es la buena atención al cliente y la buena accesibilidad para llegar a estos destinos mientras que un porcentaje considerable de los encuestados considera que las instalaciones deben

contar con un personal capacitado que ofrezca el mejor servicio a sus visitantes.

4.2.11 Tabla 11

Alimentación

TIPO DE ALIMENTACIÓN	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
TÍPICA DEL LUGAR	190	65%
COMIDA RÁPIDA	33	11%
INTERNACIONAL	40	14%
VEGETARIANA	28	10%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

Existe una amplia oferta de alimentos, ya que el mundo actual se los va proporcionado de diferentes formas, han surgido por la necesidad de ahorrar tiempo a la hora de alimentarse y más aún cuando las personas realizan cualquier tipo de desplazamiento de su zona habitual, por lo que analizando los resultados se determina que las personas que visitan la comunidad de Agua Blanca prefieren consumir la comida típica que ofrece el lugar, mientras que un porcentaje de los encuestados resalto que prefieren adquirir el menú internacional y la comida rápida a la hora de alimentarse.

Varias razones engloban estas preferencias sin embargo, una de las que más ha resaltado, es que los visitantes recurren en su mayoría a este tipo de alimentos porque no le encuentran ninguna atracción a consumir alimentación que pueden apreciar en cualquier establecimiento y en cualquier día eligiendo lo típico y representativo de la zona; resaltando que la mayoría son familias que salen a comer fuera de sus hogares los fines de semana buscando nuevas opciones para degustar.

4.2.12 Tabla 12

Alojamiento

TIPO DE ALOJAMIENTO	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
CASAS FAMILIARES	34	12%
CABAÑAS COMUNITARIAS	127	44%
HOTEL	120	41%
HOSTERÍAS	10	3%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

Las nuevas tendencias que han ido desarrollándose en el mercado de alojamiento son bastante competitivas por lo que el posicionarlas solo depende de la elección del turista, en este caso los resultados de la investigación muestran que los turistas prefieren permanecer en las cabañas comunitarias con las que cuentan las comunidades del cantón Puerto López, mientras que un porcentaje de ellos prefiere hospedarse en cualquiera de los hoteles del sitio y otro porcentaje prefiere hospedarse en las casas familiares con las que cuentan algunas de las comunidades.

4.2.13 Tabla 13

Permanencia

DÍAS	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICACIÓN EN PORCENTAJE
1 DÍA	44	15%
2 DÍAS	160	55%
3 DÍAS	83	29%
4 DÍAS	4	1%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2017

Finalmente se le preguntó a los encuestados cuántos días acostumbran a permanecer en el lugar escogido en sus visitas turísticas, arrojando así que la mayoría prefiere permanecer dentro de las instalaciones de la comunidad dos días, mientras que a un porcentaje de encuestados les gustaría

permanecer en esta zona 3 días y un porcentaje inferior marco que prefieren estar solamente un día.

Este tipo de decisiones son expresadas más por parte del turista por el hecho de que no encuentran actividades dentro de las instalaciones de la comunidad que puedan hacerlos permanecer más de dos días, ni actividades nocturnas que puedan realizar con el objetivo de distraerse.

David Fortín dio a conocer que él permanecería simplemente un día dentro de las instalaciones de la zona, por la falta de atractivos, ya que se acude a la comunidad más por el recorrido que se brinda, que dura de 2 a 3 horas lo que sería el invertir un día o mínimo medio día, mencionando que sería bueno que se implementen actividades nocturnas como en Puerto López para poder aprovechar el servicio de alojamiento que ofrecen.

4.3 DETERMINAR LA OFERTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA

4.3.1 Ficha 1

Observador (a): Gema Chávez		Visita N°: 1	Ficha N°: 1		
DATOS DE UBICACIÓN		Fecha: 24/08/2017	Hora inicio: 08:00 am	Hora fin: 13:00 pm	
Provincia: Manabí	Parroquia: Machalilla	Cantón: Puerto López	Región: Costa		
Superficie: 9.021	Localización/ Coordenadas -1.530649 -80.74066	Límites: Norte : Machalilla Sur: Puerto López Este: Parroquia Hulcui Oeste: Vía principal Puerto López			
Población: 350h					
MAPA BASE		DESCRIPCIÓN			
		<p>Artesanías elaboradas por las mujeres pertenecientes a la comunidad. El punto de venta se encuentra localizado en la zona principal junto al museo del lugar.</p> <p>Aquí ofrecen algunas piezas acorde al gusto de los turistas, existiendo un problema de variedad ya que las elaboradoras no cuentan con los instrumentos necesarios para la elaboración de nuevas y renovadas artesanías y a la vez que no utilizan los recursos que se encuentran en sus alrededores sino que invierten en materiales poco representativos a la cultura que pertenecen.</p>			
ASPECTO A INVESTIGAR: VENTAS DE ARTESANÍAS					
		MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Cuenta con instalaciones adecuadas para la elaboración y venta de sus productos.			X		

2) Los establecimientos se encuentran en buen estado y no muestran deterioro.			X	
3) Cuentan con accesibilidad para personas con discapacidad.				X
4) Las piezas son elaboradas por personas pertenecientes a la comunidad.			X	
5) Los materiales utilizados para la elaboración de artesanías son autóctonos.			X	
6) Los encargados de la elaboración y venta de artesanías cuentan con capacitaciones periódicas.			X	
7) Brindan una explicación al turista acerca de la elaboración y materiales utilizados para su elaboración.			X	
8) Cuentan con todas las herramientas necesarias para la elaboración.				X
9) El precio es acorde a lo que ofrecen.			X	
10) Elaboran figuras relacionadas con su cultura.				X

FOTOS DE ANEXOS



Fuente: Elaboración propia, 2017

El principal objetivo de levantar información de cada uno de los atractivos turísticos que se encuentran dentro de la comunidad Agua Blanca, es el ver la oferta turística con la que cuentan y ver en qué estado se ofrecen sus productos y servicios a los visitantes.

Se realizó el levantamiento de información mediante fichas de campo, las cuales establecen varios parámetros, respecto a las instalaciones y elaboración de artesanías; de las cuales se pudo deducir que hay varias carencias en esta sección. La mayoría de los parámetros se encuentran entorno a lo regular, lo que da a entender que hay aspectos que se deben mejorar con respecto a las preferencias de los turistas, a infraestructura y seguridad para una mejor apreciación del turista.

4.3.2 Ficha 2

Observador (a): Gema Chávez		Visita N°: 2	Ficha N°: 2	
DATOS DE UBICACIÓN		Fecha: 24/08/2017	Hora inicio: 14:00 pm	Hora fin: 17:00 pm
Provincia: Manabí	Parroquia: Machalilla	Cantón: Puerto López	Región: Costa	
Superficie: 9.021	Localización/ Coordenadas -1.531037 -80.741367	Límites: Norte : Machalilla Sur: Puerto López Este: Parroquia Hulcui Oeste: Vía principal Puerto López		
Población: 350				
MAPA BASE		DESCRIPCIÓN		

	<p>El servicio de hospedaje que se ofrece es bastante bueno; respecto a su infraestructura es acorde al entorno en el que se desarrolla la actividad turística, sin embargo carece de medidas de seguridad pertinentes para brindarle al turista un mejor servicio.</p> <p>Falta establecer nuevas normas de servicio las cuales sean aptas para el recibimiento de huéspedes en las diferentes infraestructuras de alojamiento.</p>
---	--


ASPECTO A INVESTIGAR: INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO DE ALOJAMIENTOS DE CABAÑAS, COMUNITARIOS Y FAMILIARES

	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Se encuentran en buen estado de conservación.		X		
2) La pintura y el barniz están en buen estado.		X		
3) Posee ranflas para discapacitados.				X
4) Hay suficientes basureros.				X
5) Cuenta con señalética interna.				X
6) Posee área de parqueadero.			X	

ASPECTO A INVESTIGAR: HABITACIONES

	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Pintura y barniz en buen estado		X		
2) Cubierta o techo en buen estado		X		
3) Las sábanas se cambian diariamente o cada vez que se produzca salida de clientes.				X
4) Cuenta con cedazos en las ventanas o mosquitero sobre las camas.				X
5) Cuenta con ventilación e iluminación suficiente.			X	
6) Las habitaciones están				X

numeradas y optativamente nombradas.				
7) Las habitaciones están limpias y ordenadas.	X			
8) Las toallas se cambian mínimo, cada dos días.				X
9) Las habitaciones y cuartos de baño se encuentran limpios y ventilados.			X	
10) Las habitaciones cuentan con folletos con recomendaciones para la separación de basura, para ahorrar agua y energía.				X
11) Las habitaciones cuentan con información que contenga datos de los horarios de servicios turísticos, reglas internas, servicios complementarios.				X
12) Se cuenta con camas y closets adecuados y en buen estado.			X	
ASPECTO A INVESTIGAR: BAÑO DE HABITACIONES				
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) El inodoro, lavamanos, área de ducha, paredes y piso del baño, estarán limpios y desinfectadas.		X		
2) El cuarto de baño se limpia diariamente.		X		
3) Las habitaciones contarán con baño privado.		X		
4) La ducha cuenta con un antideslizante y una agarradera para seguridad del turista.				X
5) La ducha cuenta con agua caliente.				X
6) Los baños cuentan con una ducha, un lavamanos, espejo, repisa o estantes, ganchos para ropa, papel higiénico en cantidad suficiente, jabón, champú y basurero.			X	

7) Cuenta con dos toallas, una para el cuerpo y otra para las manos.				X
8) Tiene seguridad en la puerta.			X	
9) Evita malos olores.		X		
10) Se cuenta con agua permanente y suficiente.		X		
FOTOS DE ANEXOS				
				


Fuente: Elaboración propia, 2017

En la industria turística se han desarrollado nuevas alternativas en el turismo tradicional, al hablar del aprovechamiento de recursos dentro de una comunidad se proyectan directamente las ideas al uso sustentable de recursos por lo que la infraestructura en estas zonas debe estar acorde al entorno en el que se desarrolla la actividad turística.


El alojamiento que brinda la comunidad Agua Blanca a sus visitantes se encuentra en progreso sin embargo no cubre con todas las medidas establecidas en los reglamentos para ofrecer un adecuado servicio, los parámetros implantados se encuentran entre lo regular y malo por lo que hay varios aspectos que mejorar empezando por la infraestructura, el servicio y la seguridad que se le brinda a los visitantes.

El turista va en busca de una experiencia nueva que incluya conocer la sucesión cultural que han heredado los pobladores de la comunidad de sus antepasados, y a la vez mantener un contacto directo con la naturaleza por lo que brindarles un alojamiento acorde a la cultura que representan les llena a sus visitantes de varias expectativas deseando hacer uso de estas instalaciones, brindándoles un servicio de calidad empezando por adecuar la infraestructura acorde a las perspectivas que tengan los turistas y hacerles sentir en un entorno seguro para su esparcimiento y disfrute.

4.3.3 Ficha 3

Observador (a): Gema Chávez		Visita N°: 3	Ficha N°: 3	
DATOS DE UBICACIÓN		Fecha: 25/08/2017	Hora inicio: 08:00 am	Hora fin: 13:00 pm
Provincia: Manabí	Parroquia: Machalilla	Cantón: Puerto López	Región: Costa	
Superficie: 9,021	Localización/ Coordenadas -1.535139 -80.735834	Límites: Norte : Machalilla Sur: Puerto López Este: Parroquia Hulcui Oeste: Vía principal Puerto López		
Población: 350				
MAPA BASE		DESCRIPCIÓN		
		<p>Las pequeñas cabañas de alimento comunitarias son establecimientos que no están enteramente adecuados y regidos ante normas para ofrecer un servicio que abarque todos los parámetros de calidad con los que deberían contar para hacer frente a la competencia al formar parte de uno de los atractivos turísticos relevantes del cantón Puerto López.</p> <p>Además que no cuentan con las medidas de seguridad que respalden la visita de los turistas a sus instalaciones y a su vez que no cuentan con</p>		

	elementos y materiales adecuados para la elaboración de los aperitivos que se ofrecen al visitante.			
ASPECTO A INVESTIGAR: CABAÑAS DE ALIMENTO COMUNITARIAS				
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Mantenimiento y limpieza adecuada de las instalaciones.			X	
2) Cuenta con salidas de emergencia, extintores y botiquín de primeros auxilios.				X
3) Salón con adecuada capacidad.		X		
4) Mobiliario y decoración acorde al entorno.		X		
5) Las áreas de cocina están limpias y desinfectadas.		X		
6) Cuenta con tachos de separación de residuos.				X
9) Dispone de mantelería adecuada.				X
10) Sus instalaciones eléctricas, tomacorrientes e interruptor funcionan adecuadamente.		X		
11) Dispone de agua permanentemente.			X	
12) Cuenta con sillas y mesas suficientes para todos los posibles clientes.		X		
13) Cuenta con personal capacitado en atención y servicio al cliente.				X
14) Cuenta con baño.				X
15) Cuenta con personal suficiente para las diferentes áreas del restaurante.			X	
ASPECTO A INVESTIGAR: ALIMENTOS Y BEBIDAS				
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) En la preparación de alimentos utilizan gorra y delantal.				X
3) Los alimentos que lo		X		

requieren son refrigerados adecuadamente.				
4) Se ofrece un menú fijo y distinto para cada día de la semana.				X
5) Se utiliza agua hervida en las bebidas.		X		
6) Evitan productos procedentes de especies protegidas.	X			
7) Se sirven alternativas de platos vegetarianos.				X
8) Separan las ollas para hervir agua de las de preparación de comidas.			X	
9) Se ofrece comida tradicional de la zona.			X	
10) Se utilizan productos frescos.		X		
FOTOS DE ANEXOS				
				

Fuente: Elaboración propia, 2017

El turismo interno que se desarrolla dentro de la zona de la comunidad Agua Blanca ayuda a que exista una redistribución de la riqueza que se genera desde la entrada del turista, todos los atractivos se encuentran vinculados de forma que al turista al visitar los atractivos ya se le brinda información para que se orienten a visitar la venta de artesanías y las

cabañas de alimentación comunitarias ya que son infraestructuras que brinda un apoyo con el fin de reforzar la experiencia turística.

Las instalaciones complementarias en los alrededores de los atractivos de la zona son puntos importantes que se han considerado, después del recorrido que se ofrece al turista las cabañas de alimentación comunitaria son las únicas que están disponibles para que el turista pueda degustar cualquier snack, generando un ingreso económico para un par de familias de la comunidad que se encuentran inmersas en el desarrollo de la actividad turística que se desarrolla.

4.3.4 Ficha 4

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
1. DATOS GENERALES			
1.1 Nombre del Atractivo turístico			
LAGUNA DE AZUFRE			
1.2 Categoría	1.3 Tipo	1.4 Subtipo	
Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO			
2.1 Provincia	2.2 Cantón	2.3 Parroquia	
Manabí	Puerto López	Machalilla	
2.4 Barrio, Sector o Comuna	2.5 Calle Principal	2.6 Número	2.7 Transversal
C. Agua Blanca			
2.8 Latitud	2.9 Longitud	2.10 Altura	
-1.535512	-80.73574	365	
2.11 Información del administrador			

a. nombre de la Institución: Comunidad Agua Blanca							
Observaciones: No existen administradores externos, la organización de la comunidad conformada por un representante de cada familia, se encarga de todas las partes administrativas, realizando la respectiva rendición de cuentas.							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO							
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>							
a. Clima: Nublado			b. Temperatura (°C): 25°				
c. Precipitación Pluviométrica (mm): 48%							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>							
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>		b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura <input type="checkbox"/>			
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>							
a. Prístino <input type="checkbox"/>		b. Primitivo <input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>		d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>	
e. Urbano <input type="checkbox"/>							
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención			
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro
Libre <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restringido <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagado <input checked="" type="checkbox"/>		07:30	17:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de pago			
e. Precio		\$5		Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>			
g. Meses recomendables de visita:				Julio a Septiembre			
Observaciones: El costo establecido es de \$5 dólares por persona con acceso a todos los atractivos de la comunidad siendo los meses de mayor afluencia los de Julio a Septiembre por las vacaciones de los estudiantes de la Región Sierra.							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
a. Nombre del poblado más cercano:							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano.		10 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto		20 minutos	
Observaciones:							

4.2 Vías de acceso (M)					
Tipo de vía			Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>			Asfaltado	Regular
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>				
	c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>			Tierra	Regular
Observaciones:					
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto Muelle de salida		Puerto Muelle de llegada	
	Lacustre <input type="checkbox"/>				
	Fluvial <input type="checkbox"/>				
Observaciones:					
c. Aéreo (U)	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>					
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/> b. Buseta <input type="checkbox"/> c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/> d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/> e. Moto taxi <input type="checkbox"/> f. Teleférico <input type="checkbox"/> g. Lancha <input type="checkbox"/> h. Bote <input type="checkbox"/> i. Barco <input type="checkbox"/> j. Canoa <input type="checkbox"/> k. Avión <input type="checkbox"/> l. Avioneta <input type="checkbox"/> m. Helicóptero <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> Especifique					
Observaciones:					
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)					
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Frecuencia				c. Detalle
	D	S	M	E	
Camionetas Puertol	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal y Centro de Puerto López hasta las instalaciones de la comunidad
Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Terminal y Centro de Puerto López hasta las instalaciones de la comunidad
Buses Manglar Alto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Pasan cada 15 o 20 minutos dejando a las personas en la

		primera entrada de la comunidad.	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>			
a. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad Visual <input type="checkbox"/>	
c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones: El atractivo no cuenta con accesibilidad en el medio físico para las personas las personas que tienen alguna discapacidad sin embargo estas pueden ingresar sin inconvenientes y disfrutar de este atractivo.			
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>			
a. Señalización de aproximación al atractivo	Estado (U)	Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
5.PLANTA TURÍSTICA/COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alojamiento	Establecimientos registrados	Alojamiento	Establecimientos registrados
Hotel <input type="checkbox"/>		Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	
Hostal <input type="checkbox"/>		Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	
Hostería <input type="checkbox"/>		Hostería <input checked="" type="checkbox"/>	
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>		Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	
Lodge <input type="checkbox"/>		Lodge <input checked="" type="checkbox"/>	
Resort <input type="checkbox"/>		Resort <input type="checkbox"/>	
Refugio <input type="checkbox"/>		Refugio <input type="checkbox"/>	
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>		Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>		Casa de Huéspedes <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:		Observaciones:	

Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	
Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>			Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>			
Cafeterías <input type="checkbox"/>			Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>			
Bares <input type="checkbox"/>			Bares <input checked="" type="checkbox"/>			
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>			Fuentes de soda <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			Observaciones:			
Agencias de viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	Agencias de viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	
Mayoristas <input type="checkbox"/>			Mayoristas <input type="checkbox"/>			
Internacionales <input type="checkbox"/>			Internacionales <input type="checkbox"/>			
Operadoras <input type="checkbox"/>			Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones:			Observaciones:			
Guía	L.	N.	N.E	C.		
<input checked="" type="checkbox"/>	26			A.		
Observaciones:			Observaciones:			
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>						
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Estado		
				B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input checked="" type="checkbox"/>		1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input checked="" type="checkbox"/>		1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	salvavidas		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input checked="" type="checkbox"/>	3	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input checked="" type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	2	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	
Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>		Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	
Casa de cambio <input type="checkbox"/>		Casa de cambio <input type="checkbox"/>	
Cajero automático <input type="checkbox"/>		Cajero automático <input type="checkbox"/>	
Otro <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO			
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>		b. Alterado <input type="checkbox"/>	
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos/Anropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	
b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas/minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	

c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	e. Negligencia/abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
	m. Conflicto político/social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial/comercial <input type="checkbox"/>
	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
Otro	Especifique:	
Observaciones:		
6.2 Entorno (U)		
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos/Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas/minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	e. Negligencia/abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
	m. Conflicto político/social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial/comercial <input type="checkbox"/>

	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>						
Otro	Especifique:						
Observaciones:							
7.HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>					
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique:	Especifique:						
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique:	Especifique:						
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input type="checkbox"/>						
Especifique:	Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique:	Especifique:						
Observaciones:							
7.2 Señalética en el atractivo							
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			7.2.4. Estado		
		M.	A.	O.	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Tótems direccionales				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales				<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales				<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas				<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica			
Normativos de concienciación					<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>					

a. En el atractivo	Cantidad	b. En la ciudad o poblado más cercano	Cantidad
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>		Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>	
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>		Otros <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>			
	Detalle		
a. Privada <input type="checkbox"/>			
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>			
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>			
d. Otra <input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones: La seguridad es comunitaria no entran extraños dentro de las instalaciones y si es encontrado alguien irrumpiendo sin permiso dentro de la zona se toman las medidas de justicia pertinente.			
7.5 Multiamenazas (M)			
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/> Sismos <input checked="" type="checkbox"/> Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/> Incendios forestales <input type="checkbox"/>			
Sequía <input type="checkbox"/> Inundaciones <input type="checkbox"/> Aguajes <input type="checkbox"/> Tsunami <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
8. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
8.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)			
8.1.1 En Superficie Terrestre (M)			
a. Montañismo <input checked="" type="checkbox"/> b. Escalada <input type="checkbox"/> c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/> d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>			
e. Canyoning <input type="checkbox"/> f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/> g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>			
h. Cabalgata <input checked="" type="checkbox"/> i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input checked="" type="checkbox"/> k. Picnic <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/> m. Observación de astros <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/>			

Observaciones:	
8.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)	
8.2.1 Tangibles e intangibles	
a. Recorridos guiados <input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido auto guiados <input checked="" type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>
d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input checked="" type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input checked="" type="checkbox"/>	g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>
h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	n. Convivencia <input checked="" type="checkbox"/>
o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:	
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>La laguna de azufre es el atractivo estrella que se ofrece dentro de las instalaciones de la comunidad Agua Blanca por lo que el cuidado de sus instalaciones es de interés de todos los que realizan la actividad turística dentro de la misma.</p> <p>Las instalaciones de la laguna no han contado con gran intervención por parte de los habitantes del sitio, sin embargo se ha venido aprovechando la laguna y sus bondades para el disfrute de los visitantes con los que se cuenta.</p> <p>No se cuenta con condiciones de seguridad dentro de su entorno, y a su vez que no se cuenta con señalética adecuada para el cuidado de las instalaciones manejándose siempre de una manera sostenible, cuidando la flora y fauna que aquí se encuentran.</p>	
10.ANEXOS	



c. Ubicación gráfica del Atractivo



Elaboración Propia, 2017

Fuente: MINTUR. (2017). Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.

Un conjunto ricamente variado de atractivos dentro de la misma zona, se convierte en una amplia oportunidad de compartir talentos, destrezas, saberes y una forma de vida con los interesados de adquirir este conocimiento.

La comunidad posee toda esta riqueza natural y cultural heredada por generaciones sin embargo aún existe la necesidad de planificar y adecuar los espacios turísticos para ofrecer los servicios a toda la población, convirtiéndose en un componente de diversificación y generación de mayor competitividad.

Debe tomarse en cuenta diferentes aspectos que generen un turismo inclusivo dentro de las instalaciones; empezando por adecuar las vías de acceso hacia los atractivos más representativos de la zona para todos los periodos del año que sean aptos para todo tipo de turistas incluyendo las personas con algún tipo de discapacidad o enfermedad que amerite el tener un servicio preferencial dentro de las instalaciones.

4.3.5 Ficha 5

BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO				
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Denominación del inmueble: Museo Cultura Manteña				
Clave catastral:			Registro N°: 1de 1	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN			3. Régimen de propiedad	4. Usos
Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Público:	Original:
Manabí	Pto. López	Pto. López	Estatal	Cultural
Parroquia: Machalilla	Calle principal:	No.		
	Intersección:	Mz.	Privado:	Actual:
Urbana <input type="checkbox"/>	Recinto:	Comunidad: Agua Blanca	Particular <input checked="" type="checkbox"/>	En función
Rural <input checked="" type="checkbox"/>	Sitio:	Otros:	Religioso <input type="checkbox"/>	
Coordenadas WG584Z17S: (W) -80.739282 (S) -1.534473 Z(Altitud) 365				
5. UBICACIÓN				
				

6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN			10. FOTOGRAFÍA PRINCIPAL		
Siglo		Fecha/Década			
Anterior al Siglo XVI	<input type="checkbox"/>				
XVI (1500-1599)	<input type="checkbox"/>				
XVII (1600-1699)	<input type="checkbox"/>				
XVIII (1700-1799)	<input type="checkbox"/>				
XIX (1800-1899)	<input type="checkbox"/>				
XX (1900-1999)	<input checked="" type="checkbox"/>	1992			
XXI (2000 en adelante)	<input type="checkbox"/>				
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN					
Sólido		%			
Deteriorado	5	%			
Ruinoso		%			
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS					
Aplicación de proyectos con el fin de mejorar este bien inmueble, junto con la conservación de las piezas que aquí reposan.					
9. VULNERABILIDAD			Descripción de la fotografía: Vista de la fachada principal del museo de la cultura manteña de la comunidad Agua Blanca.		
Riesgos naturales					
Erupciones	<input type="checkbox"/>	Inundaciones			<input type="checkbox"/>
Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	Fallas geológicas			<input type="checkbox"/>
Remociones en masa	<input type="checkbox"/>	Otros:			
Riesgos antrópicos					
Conflictos herencia	<input type="checkbox"/>	Abandonado			<input type="checkbox"/>
Intervenciones inadecuadas	<input checked="" type="checkbox"/>	Otros:			
11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE					
<p>El inmueble se encuentra Ubicado en la parte Central de la comunidad, construido con el propósito de mantener las piezas de la cultura manteña en un lugar visible para las personas interesadas en observar y conocer acerca de su historia. Cuenta con una sala general dividida según los periodos y avances en el tiempo de esta cultura, el lugar fue creado acorde al entorno en el que se encuentra.</p>					

12. DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA										
Época/Estilo o influencia de la fachada				Tipo de fachada		Remate de fachada		Portal o soportal		
Colonial		Republicano		Recta	<input checked="" type="checkbox"/>	Alero	<input checked="" type="checkbox"/>	Portal PB	<input checked="" type="checkbox"/>	
Manierismo	<input type="checkbox"/>	Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Ochavada	<input type="checkbox"/>	Antefijo	<input type="checkbox"/>	Soportal PA	<input type="checkbox"/>	
Barroco	<input type="checkbox"/>	Eclético	<input type="checkbox"/>	Curva	<input type="checkbox"/>	Antepecho	<input type="checkbox"/>	Portal y soportal	<input type="checkbox"/>	
Rococo	<input type="checkbox"/>	Neorománico	<input type="checkbox"/>	Retranquead.	<input type="checkbox"/>	Cornisa	<input type="checkbox"/>	Balcones		
Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Neogótico	<input type="checkbox"/>	Portada		Balaustrada	<input checked="" type="checkbox"/>	Incluido	<input type="checkbox"/>	
Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Modernismo	<input type="checkbox"/>	Simple	<input checked="" type="checkbox"/>	Cimera	<input type="checkbox"/>	Volado	<input checked="" type="checkbox"/>	
Número de vanos abiertos		Moderno	<input type="checkbox"/>	Compuesta	<input type="checkbox"/>	Cornisa y alero	<input type="checkbox"/>	Zócalo		
PA	<input type="checkbox"/>	Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Monumental	<input type="checkbox"/>	Frontón	<input type="checkbox"/>	Liso	<input checked="" type="checkbox"/>	
PB	<input type="checkbox"/>	Tradicional	<input checked="" type="checkbox"/>	Inscripciones	<input type="checkbox"/>	No. de pisos		Rugoso	<input type="checkbox"/>	
Molduras y ornamentación:								Liso/Rugoso	<input type="checkbox"/>	
						Color		Textura		
						Crema		Lisa		<input checked="" type="checkbox"/>
								Rugosa		<input type="checkbox"/>
13. TIPOLOGÍA FORMAL		14. TIPOLOGÍA FUNCIONAL		15. DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO						
Arquitectura monumental civil	<input type="checkbox"/>	Vivienda	<input type="checkbox"/>	Elementos constructivos	Materiales de construcción		Estado de conservación			
Arquitectura monumental religiosa	<input type="checkbox"/>	Culto	<input type="checkbox"/>	Cimentación	Piedra		S	D	R	
Arquitectura civil	<input type="checkbox"/>	Educativa	<input type="checkbox"/>	Estructura	Ladrillo		S	D	R	
Arquitectura religiosa	<input type="checkbox"/>	Comercio	<input type="checkbox"/>	Muros/paredes/tabiques	Ladrillo		S	D	R	
Arquitectura tradicional	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios	<input type="checkbox"/>	Pisos	Madera		S	D	R	
Arquitectura Vernácula	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>	Entrepisos	Madera		S	D	R	
Cementerios	<input type="checkbox"/>	Funeraria	<input type="checkbox"/>	Cielos rasos	Madera		S	D	R	
Haciendas	<input type="checkbox"/>	Productiva	<input type="checkbox"/>	Cubierta	Teja de barro		S	D	R	

					cocido		<input checked="" type="checkbox"/>	
Rutas	<input type="checkbox"/>	Recreativa	<input type="checkbox"/>	Escaleras	Madera	S	D	R
Molinos	<input type="checkbox"/>	Administrativa	<input type="checkbox"/>	Ventanas	Madera/vidrio	S	D	R
Puentes	<input type="checkbox"/>	Cultural	<input checked="" type="checkbox"/>	Puertas	Madera	S	D	R
Parques	<input type="checkbox"/>	Otros:		Portales/Sop ortales/Galerí as		S	D	R
Plazas	<input type="checkbox"/>			Barandales		S	D	R
Industrial	<input type="checkbox"/>			Instalaciones	Agua potable, luz, alcantarillado	S	D	R
Túneles	<input type="checkbox"/>			Otros:		S	D	R
Otros						S	D	R

16. FOTOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS



Descripción de la fotografía: Perspectivas diferentes del Museo.

17. INTERVENCIONES ANTERIORES

Elementos constructivos	Tipos de intervención				Alteraciones	
	Consolid.	Restaur.	Liber.	Sustituc.		
Cimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipológicas	<input type="checkbox"/>
Pisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Morfológicas	<input type="checkbox"/>
Entrepisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Técnico-constructivas	<input type="checkbox"/>
Cielo rasos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Añadidos	<input checked="" type="checkbox"/>
Estructura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Faltantes	<input checked="" type="checkbox"/>
Muros/paredes/ tabiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Descripción:	
Cubiertas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		

Otros:		
18. DATOS DE CONTROL		
Registrado por: Gema Chávez	Fecha de registro: 26/08/2017	
Registro fotográfico: Gema Chávez		

Elaboración Propia, 2017

Fuente: INPC. Ficha de registro "Bienes Culturales Inmuebles".

A través de sus propias formas de organización, se ha creado el museo comunitario donde los comuneros muestran su posesión simbólica y física del patrimonio que poseen, el museo es una herramienta donde construyen autoconocimiento colectivo, fortaleciendo su identidad y valores propios.

Es una iniciativa ardua, donde los impulsores tienen un compromiso amplio, siendo su mayor satisfacción ver que trasciende su esfuerzo mediante las visitas que se generan del interés que muestra el turista, que acude a la comunidad con el afán de obtener conocimientos nuevos acerca de esta forma de vida que ha trascendido a través del tiempo.

El museo Agua Blanca es uno de los más representativos de la cultura manteña, de sus avances y su forma de vida, son costumbres y tradiciones heredadas y compartidas con todos para obtener una valorización de la ciudadanía en general acerca de esta forma de vida y procurar así la protección que le dan a los vestigios encontrados.

El museo comunitario es el atractivo más relevante dentro de la zona, entre los parámetros a destacar sus instalaciones se encontraron dentro de lo bueno y muy bueno, los aspectos que se deberían mejorar son pequeños

sin embargo para alcanzar la excelencia dentro del turismo comunitario son detalles que deben ser cubiertos.

Los objetos exhibidos se encuentran en un estado bastante bueno, sin embargo por catástrofes naturales y de fuerza mayor se encuentran un poco maltratadas por el momento no apto para brindar una adecuada atención a los visitantes, a la vez que no se encuentran colocadas las delimitaciones pertinentes donde no exista el cruce de animales domésticos dentro de las instalaciones.

4.3.6 Ficha 6

FICHA DE INVENTARIO SITIOS ARQUEOLÓGICOS			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del sitio: Parque Nacional Machalilla		Topónimo: Buena vista	
Sector o área específica: Comunidad Agua Blanca			
Fotografía principal			
			
Descripción de la fotografía: Sendero a los sitios Arqueológicos Comunidad Agua Blanca.			
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Manabí	Cantón: Puerto López	Parroquia:	Recinto/comunidad:
		Urbana: <input type="checkbox"/>	Rural: <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección: 12 km hacia el norte de Puerto López y a 5km de la carretera principal.			
Coordenadas WGS 84 Z17S - UTM			

Este (X):	Norte (Y):	Altitud (Z):	Este (X):	Norte (Y):	Altitud (Z):
Datos reservados			Datos reservados		
Área estimada: 9.021 m2			Perímetro registrado: 0m		
Ubicación topográfica					
Cima <input type="checkbox"/>	Planicie Inundable <input type="checkbox"/>	Quebrada <input type="checkbox"/>			
Cuchila <input type="checkbox"/>	Río/cauce fluvial <input type="checkbox"/>	Abrigo rocoso/cueva <input type="checkbox"/>			
Ladera <input type="checkbox"/>	Margen costero <input type="checkbox"/>	Humedal <input type="checkbox"/>			
Planicie <input checked="" type="checkbox"/>	Isla <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>			
3. CARACTERÍSTICAS DEL SITIO					
Período histórico/Filiación cultural			Tipo de sitio arqueológico		
800 – 1530 d.c / Manteña			Monumental <input checked="" type="checkbox"/>	No monumental <input type="checkbox"/>	
Subtipo de sitio arqueológico					
Habitacional	cant	Agropecuario	cant	Industrial	cant
Bohío <input type="checkbox"/>		Campo de camellones <input type="checkbox"/>		Conchero <input type="checkbox"/>	
Montículo <input type="checkbox"/>		Albarradas <input type="checkbox"/>		Taller de lítica <input type="checkbox"/>	
Estructuras con muros <input type="checkbox"/>		Terrazas <input type="checkbox"/>		Taller de metal <input type="checkbox"/>	
Otros: <input type="checkbox"/>		Colca <input type="checkbox"/>		Salar/salinas <input type="checkbox"/>	
		Pukyu <input type="checkbox"/>		Mina <input type="checkbox"/>	
		Corral <input type="checkbox"/>		Textil <input type="checkbox"/>	
		Otros: <input type="checkbox"/>		Otros: <input type="checkbox"/>	
Ritual/funerario	cant	Militar	cant	Vial	cant
Tumbas <input checked="" type="checkbox"/>		Pucará/Churo <input type="checkbox"/>		Camino <input type="checkbox"/>	
Montículos <input checked="" type="checkbox"/>		Fortaleza <input type="checkbox"/>		Tambo/chasquiwasi <input type="checkbox"/>	
Petroglifos <input type="checkbox"/>		Otros: <input type="checkbox"/>		Puente <input type="checkbox"/>	
Pintura rupestre <input type="checkbox"/>				Apachita <input type="checkbox"/>	
Otros: <input type="checkbox"/>				Mojón <input type="checkbox"/>	
				Culunco <input type="checkbox"/>	
				Otros: <input type="checkbox"/>	
Sin interpretación evidente					
Indefinida					
Otros: N/A					
Descripción del sitio:					
Asentamiento de la cultura Manteña. Se localiza en las partes altas de la comunidad Agua Blanca por el río Buena Vista. El sitio muestra montículos que en su conjunto forman un rectángulo reflejando un centro de reuniones de los grandes señoríos de la antigua cultura manteña. El sitio se encuentra en las condiciones					

como se lo ha encontrado sin mover ninguna de sus piezas. Su acceso no es el más apropiado y no son tomadas en cuenta varias de las medidas de seguridad pertinentes para la visita del turista.			
4. INFORMACIÓN GEOGRÁFICA ADICIONAL			
Hidrografía:	Río Buena vista	Orografía:	Valle la sabana
5. ESTADO GENERAL DEL SITIO			
Estado de conservación:	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
Estado de integridad:	Bajamente destruido <input checked="" type="checkbox"/>	Medianamente destruido <input type="checkbox"/>	Altamente destruido <input type="checkbox"/>
Factores de deterioro:			
Naturales		Antrópicos	
Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	Humedad <input type="checkbox"/>	Huaquearía <input type="checkbox"/>	Desarrollo industrial/comercial <input type="checkbox"/>
Desastres naturales <input type="checkbox"/>	Fauna <input type="checkbox"/>	Actividades agrícolas <input type="checkbox"/>	Desarrollo urbano <input type="checkbox"/>
Flora <input type="checkbox"/>		Actividades ganaderas <input type="checkbox"/>	Negligencia/abandono <input type="checkbox"/>
		Actividades forestales <input type="checkbox"/>	Conflicto político/social <input type="checkbox"/>
		Actividades extractivas/minería <input type="checkbox"/>	Turismo <input checked="" type="checkbox"/>
Infraestructura civil asociada			
Vías de acceso <input checked="" type="checkbox"/>		Red de servicios básicos <input type="checkbox"/>	
Infraestructura turística <input checked="" type="checkbox"/>		Tuberías de transporte de combustibles <input type="checkbox"/>	
Descripción del deterioro:			
Las condiciones ambientales dentro del cantón han afectado significativamente parte de la conservación del sitio. Dentro de esta área existe una alta erosión dejando al sector en las condiciones actuales.			
6. RÉGIMEN DE CUSTODIA DEL SITIO			
Estatal <input type="checkbox"/>	Particular <input checked="" type="checkbox"/>	Religioso <input type="checkbox"/>	
7. TIPO DE PROPIEDAD DEL TERRENO			
Estatal <input type="checkbox"/>	Privada <input type="checkbox"/>	Comunal <input checked="" type="checkbox"/>	En litigio <input type="checkbox"/>
Datos del propietario del terreno			
Nombres completos:		Dirección:	Teléfono:
Parque Nacional Machalilla y comunidad Agua Blanca.		12 km hacia el norte de Puerto López y a 5km de la carretera principal.	N/A
8. GESTIÓN DEL SITIO			
Ordenanza <input type="checkbox"/>	Otras acciones <input checked="" type="checkbox"/>	Acciones sugeridas:	
N/A	Ejecutor: C.A.B Acción: Gestión del sitio por la comunidad Agua Blanca.	Promover la colaboración de las autoridades en apoyo al desarrollo continuo de la comunidad.	

Año: 1992	
9. INFORMACIÓN GRÁFICA	
Mapa base	
	
Fotografías adicionales	
	
Descripción de la fotografía: Acceso a los sitios arqueológicos de la comunidad Agua Blanca.	Descripción de la fotografía: Montículo con forma rectangular.
10. OBSERVACIONES	
Actualmente el sitio es manejado por la organización de la comunidad. Utilizando estas instalaciones como un medio para promocionar esta investigación arqueológica y así promover la conservación de este patrimonio cultural.	
11. DATOS DE CONTROL	
Inventariado por: Gema Chávez	Fecha de inventario: 26/08/2017
Registro fotográfico: Gema Chávez	

Elaboración Propia, 2017

Fuente: INPC. Ficha de Inventario "Sitios Arqueológicos".

Es importante la recuperación de los espacios que enmarcan un suceso importante de la historia, como es el caso de los vestigios heredados de la


cultura manteña encontrados en la comunidad Agua Blanca, este tipo de reconocimientos fortalece la identidad de una población en general, impulsando el espíritu de investigación hacia la verdadera historia y generando un análisis del pasado y del presente.


En los últimos años se ha dado una puesta en valor del patrimonio arqueológico que posee la comunidad, en donde se presentan varios productos culturales basándose en tener iniciativas de conservación de los lugares históricos del interés de los visitantes.

Dentro de los parámetros establecidos para verificar el estado actual en el que se encuentran este atractivo de la comunidad Agua Blanca, se ha podido determinar que se hallan entre los estándares de malo, significando que carece de varios aspectos para brindar un buena guianza y un servicio adecuado a sus visitantes. Observando que existen varias carencias dentro de la ruta establecida a la vez que sus medidas de seguridad son escasas.

4.3.7 Ficha 7

Observador (a): Gema Chávez		Visita N°: 7	Ficha N°: 7	
DATOS DE UBICACIÓN		Fecha: 27/08/2017	Hora inicio: 08:00 am	Hora fin: 13:00 pm
Provincia: Manabí	Parroquia: Machalilla	Cantón: Puerto López	Región: Costa	
Superficie: 9.021	Localización/ Coordenadas -1.535712 -80.735653	Límites: Norte : Machalilla Sur: Puerto López Este: Parroquia Hulcui Oeste: Vía principal Puerto López		
Población: 350				

MAPA BASE	DESCRIPCIÓN			
	<p>Es una de las nuevas instalaciones de la comunidad, al notar que los turistas se encontraban interesados en recibir masajes con el lodo extraído de la laguna, el cual es bastante llamativo por los beneficios que brinda a la piel.</p> <p>Sus instalaciones al ser nuevas se les considera aptas para brindar este servicio, sin embargo falta adecuación en los materiales que son utilizados a su vez que no cuentan con la separación de residuos para poder brindar satisfacción al cliente.</p>			
ASPECTO A INVESTIGAR: SPA				
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Grado de conservación.	X			
2) Las instalaciones en cuanto a arquitectura, colores y decoración interna, se encuentran integrados al paisaje.	X			
3) Cuenta con personal capacitado.			X	
4) Las instalaciones se encuentran limpias y libre de desechos orgánicos e inorgánicos.	X			
5) Se realiza periódicamente trabajos de mantenimiento, limpieza y reparación, tanto en el exterior como en el interior.	X			
6) Las instalaciones cuentan con un espacio para el cambio de ropa para uso exclusivo de los turistas.		X		
7) Ofrece facilidades para discapacitados.				X
8) Cuenta con duchas y sanitarios al servicio del turista.		X		
9) Posee condiciones de seguridad en el entorno para el disfrute de las instalaciones.	X			

10) Las instalaciones cuentan con servicios básicos.		X		
ASPECTO A INVESTIGAR: ASPECTO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL				
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Se clasifican los desechos.				X
2) Se realizan actividades de educación ambiental para los visitantes y los pobladores de la zona.			X	
3) Poseen sistemas de ahorro de energía				X
4) Cuentan con sensores de ahorro de agua				X
5) Cuentan con sanciones si se irrespeta la flora y fauna del entorno.				X
FOTOS DE ANEXOS				
				

Fuente: Elaboración propia, 2017

Uno de los espacios nuevos que se ofrece al turista son los baños de temazcal en el SPA a la vez que los masajes que se ofrecen por módicos costos. Estas instalaciones son atendidas por mujeres residentes de la zona con un beneficio económico para su familia, ellas han recibido la debida capacitación para ofrecer el mejor servicio al cliente aprovechando sus conocimientos acerca de este material tan novedoso.

Es una novedosa actividad implementada, que consigue aprovechar los múltiples beneficios del lodo que es extraído de la laguna de azufre, es muy conocido por el turista que acude en especial por vivir esta experiencia que para muchos es nueva.

Mediante la ficha de campo aplicada, se tomó varios datos acerca de las instalaciones, obteniendo como resultado que varios de los aspectos son muy buenos por tratarse de un lugar nuevo sin embargo carece de varias características encontrando varios de los parámetros de malo.

4.3.8 Ficha 8

Observador (a): Gema Chávez		Visita N°: 8	Ficha N°: 8	
DATOS DE UBICACIÓN		Fecha: 27/08/2017	Hora inicio: 14:00 pm	Hora fin: 17:00 pm
Provincia: Manabí	Parroquia: Machalilla	Cantón: Puerto López	Región: Costa	
Superficie: 9.021	Localización/ Coordenadas -1.534473 -80.739282	Límites: Norte : Machalilla Sur: Puerto López Este: Parroquia Hulcui Oeste: Vía principal Puerto López		
Población: 530				
MAPA BASE		ANTECEDENTES/DESCRIPCIÓN		
		<p>El servicio de guianza es muy bueno la organización que se mantiene dentro de la actividad es la más adecuada ya que todos tienen distribuida sus funciones y saben la actividad que deben cumplir.</p> <p>Las capacitaciones a las personas que realizan la guianza es bastante escasa, ellos cuentan solo con bases esenciales sin embargo no abarca varios aspectos que deben ser</p>		

	<p>tomados en cuenta para ofrecer un mejor servicio.</p> <p>A la vez ninguno de los guías cuenta con capacitaciones en primeros auxilios o con el manejo de un idioma extranjero en este caso el inglés, para mejorar sus servicios en cuanto a la demanda extranjera que acude a sus instalaciones.</p>
---	--

ASPECTO A INVESTIGAR: GUIANZA

	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Cada persona tiene definidas sus funciones y la distribución de tareas	X			
2) Se cuenta con un registro de ingresos y egresos.	X			
3) Mínimo dos guías manejan el idioma inglés.				X
4) Existe un sistema de quejas y sugerencias y se da seguimiento a las mismas				X
5) Los servicios se prestan de forma puntual, responsable, amable y con respeto.		X		
6) Se brinda información acerca de la historia natural, y cultural de la comunidad y su relación con sus actividades económicas.		X		
7) Los guías cuentan con conocimientos mínimos de primeros auxilios y de seguridad.				X
8) Los guías reciben capacitaciones permanentes en diferentes áreas turísticas.				X
9) Los guías cuentan con buena presentación y limpieza.		X		
10) Al realizar la guianza se le				X

menciona al turista acerca de las reglas internas.				
FOTOS DE ANEXOS				
				

Fuente: Elaboración propia, 2017

La guianza no es solo cumplir la función de transmitir información a determinados grupos, es una actividad rica en enseñanzas, y una vocación espontánea que realizan determinadas personas.

En el mercado actual es fundamental el espíritu de ofrecer un buen servicio, a más de los productos físicos que conforman la oferta de una entidad, comprendiendo que lo más importante es el cliente.

La guianza que se brinda dentro de las instalaciones de la comunidad Agua Blanca permite diferenciar el servicio con detalles, denotándose el valor agregado que se le da al servicio turístico en sí, mostrando la diferencia ante la competencia.

Se han establecido varios parámetros los cuales ayudan a establecer el grado de calidad que tiene la guianza turística realizada en la comunidad, son medidas implementadas con el objetivo de abarcar toda la demanda turística que acude de visita a la zona cubriendo sus expectativas de servicio, obteniendo como resultado que se encuentran en un nivel de malo, por la carencia de varios aspectos significativos y muchos de estos se deben a la falta de formación y capacitación por parte de los guías locales en debidas áreas de importancia.

4.3.9 Ficha 9

Observador (a): Gema Chávez		Visita N°: 9	Ficha N°: 9	
DATOS DE UBICACIÓN		Fecha: 28/08/2017	Hora inicio: 08:00 am	Hora fin: 17:00 pm
Provincia: Manabí	Parroquia: Machalilla	Cantón: Puerto López	Región: Costa	
Superficie: 9.021	Localización/ Coordenadas -1.531603 -80.74156	Límites: Norte : Machalilla Sur: Puerto López Este: Parroquia Hulcui Oeste: Vía principal Puerto López		
Población: 530				
MAPA BASE		ANTECEDENTES/DESCRIPCIÓN		





El restaurante comunitario es atendido por varias familias de la comunidad que se turnan cada mes.

Las instalaciones del restaurante están bastante adecuadas al entorno en el que se encuentran, aunque carecen de medidas de seguridad en caso de emergencias o provocaciones de incendio.

Los productos que se adquieren para brindar el servicio de alimentación.

ASPECTO A INVESTIGAR: RESTAURANTE COMUNITARIO

	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Climatización apropiada que evite la acumulación de humo, calor y olores.		X		
2) Cuenta con salidas de emergencia, extintores y botiquín de primeros auxilios.				X
3) Salón con adecuada capacidad.	X			
4) Mobiliario y decoración acorde al entorno.	X			
5) Las áreas de cocina están limpias y desinfectadas.		X		
6) Cuenta con suficientes utensilios para cocinar.		X		
7) Hay una bodega donde guardar los alimentos.				X
8) Dispone de vajilla adecuada.			X	
9) Dispone de mantelería adecuada.			X	
10) Sus instalaciones eléctricas, tomacorrientes e interruptor funcionan adecuadamente.	X			
11) Dispone de agua permanentemente.	X			
12) Cuenta con sillas y mesas suficientes para todos los posibles	X			

clientes.				
13) Cuenta con personal capacitado en atención y servicio al cliente.				X
14) Cuenta con baño.	X			
15) Cuenta con personal suficiente para las diferentes áreas del restaurante.				X
ASPECTO A INVESTIGAR: ALIMENTOS Y BEBIDAS				
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) En la preparación de alimentos utilizan gorra y delantal.				X
2) Se desinfecta verduras, frutas, hortalizas antes de ser servidas.	X			
3) Los alimentos que lo requieren son refrigerados adecuadamente.	X			
4) Se ofrece un menú fijo y distinto para cada día de la semana.		X		
5) Se utiliza agua hervida en las bebidas.		X		
6) Evitan productos procedentes de especies protegidas.	X			
7) Se sirven alternativas de platos vegetarianos.			X	
8) Separan las ollas para hervir agua de las de preparación de comidas.				X
9) Se ofrece comida tradicional de la zona.	X			
10) Se utilizan productos frescos.	X			
FOTOS DE ANEXOS				
				

La organización encargada de la actividad turística en la comunidad Agua Blanca, desea que exista el involucramiento e interés por parte de todas las familias hacia esta actividad, de ahí nace la implementación del restaurante comunitario varias familias se encuentran a cargo de sostenerlo ellos se rotan cada cierto periodo encargándose del mantenimiento, aseo de utensilios y preparación del menú diario para ofrecer a los visitantes.

La inclusión social interna que se quiere desarrollar dentro de la comunidad, es una ardua labor del día a día ya que varios conformantes de la comunidad se dedican a actividades ajenas a la actividad turística, en donde simplemente desean tener la garantía de obtener un ingreso adicional por medio de la acción desarrollada.

El restaurante comunitario es el único establecimiento de alimentos y bebidas que se encuentra dentro de la comunidad, adaptando sus platillos según las preferencias del visitante, los parámetros en los que se encuentran sus instalaciones son de medidas muy buenas abarcando varios aspectos importantes para brindar el mejor de los servicios al turista.

- 4.4 DISEÑAR PAQUETES TURÍSTICOS ABARCANDO LOS ATRACTIVOS DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA ACORDE A LAS PREFERENCIAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

4.4.1 Figura 1.- Ruta actual



Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	COSTO
-Entrada a la comunidad -Visita al museo de la cultura Manteña -Recorrido (Urnas funerarias, ruinas arqueológicas, laguna de azufre y mirador) -Guianza	\$5
Snacks	Cabañas junto a la Laguna de azufre, variedad de delicias propias de la zona. -Desde \$1
Almuerzo	Con reservaciones al restaurante comunitario, platillos a la elección del turista desde \$3,50 y platillos a la carta desde \$5 y \$8.

Fuente: Elaboración Propia, 2017

4.4.2 Propuesta local

4.4.2.1 Tabla 1

DÍA 1

AGUA BLANCA

PARAISO ANCESTRAL MANTEÑO

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
08:00	Desayuno	
	Visita al museo cultural y	Exposición de la cultura manteña; ubicación, asentamiento,

09:30	urnas funerarias del sitio	tradiciones, su principal moneda de intercambio, su actividad productiva (navegación), la forma de enterrar a sus muertos que eran colocados en urnas funerarias y rituales practicados en las mismas
10:10	Recorrido por el sendero "Buena Vista" y las ruinas arqueológicas de la comuna	Sendero por el cual podrá apreciar flora y fauna perteneciente al lugar, sus medios de ingresos económicos mediante la crianza de algunos animales domésticos y a su vez conocer los antiguos asentamientos manteños
12:00	Visita y concentración en la laguna azufrada	<ul style="list-style-type: none"> -Baño en la laguna -SPA comunitario -SAUNA-temascal -Barro terapia -Cabañas
13:00	Visita al mirador	Obtendrá una vista panorámica de todo el sector, en los meses de octubre se podrá observar panorámicamente seco, mientras que en los meses de febrero se puede observar al bosque totalmente húmedo
13:15	Retorno al museo	
13:30	Almuerzo en el restaurante comunitario	Ofrecen exquisitos platillos; como el platillo tradicional "seco de chivo" además de platos a la carta entre los 5\$ y 8\$.

		Se puede disfrutar de la bebida tradicional del lugar “trampa de oso” una mezcla de la caña manabita con miel de abeja
15:00	Observación de aves	Recorrido por el sendero “Buena Vista” y partes altas de la comunidad; en las cuales se podrá observar las especies más representativas de la zona.
20:00	Merienda	
21:00	Fin del programa	

		
Comunidad agua blanca	Restaurante comunitario	Museo y urnas funerarias
		
Sendero buena vista	Ruinas arqueológicas	Mirador
		
Laguna azufrada	Avistamiento de aves	

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	RECURSOS
-Entrada a la comunidad -Visita al museo de la cultura Manteña -Recorrido (Urnas funerarias, ruinas arqueológicas, laguna de azufre y mirador) -Guianza	\$5
Observación de aves	-Sendero "Buena Vista" \$5 incluido en costo de entrada. -Partes altas de la comunidad \$25.
Desayuno, Almuerzo y Cena	Con reservaciones al restaurante comunitario, platillos a la elección del turista desde \$3,50 y platillos a la carta desde \$5 y \$8.

Fuente: Elaboración Propia, 2017

4.4.2.2 Tabla 2

DÍA 2

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
08:00	Desayuno	
09:30	Reconocimiento de la flora	Recorrido por los alrededores de la comuna con el fin de reconocer las plantas más representativas del lugar.
13:00	Almuerzo	
15:00	Demostración del uso y preparación de la medicina tradicional.	Después de reconocer cada una de las plantas que se encuentran dentro de la zona, se realizara una explicación y demostración en la cual

		participen los turistas con el fin de que sepan el uso de las diferentes plantas medicinales para posteriormente puedan ser consumidas.
19:00	Merienda	
20:00	Vivencias Místicas	En conjunto con la comunidad se realizara una demostración de los arduos conocimientos por parte del shaman de la comunidad.
21:30	Fin de la actividad	

		
Reconocimiento de flora	Restaurante comunitario	Uso medicina tradicional
		
Vivencias místicas		

Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	RECURSOS
-Reconocimiento de la flora -Demostración del uso y preparación de la medicina tradicional	\$25
Vivencias místicas	\$25
Desayuno, Almuerzo y Cena	Con reservaciones al restaurante comunitario, platillos a la elección del turista desde \$3,50 y platillos a la carta desde \$5 y \$8.

Fuente: Elaboración Propia, 2017

4.4.3 Propuesta Cantonal

4.4.3.1 Tabla 3

PROPUESTA 1

DÍA 1

PUERTO LÓPEZ

CAPITAL DEL CIELO

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL SITIO
10:00	Visita a la Iglesia	Iglesia con un estilo moderno con remodelaciones del siglo xx, como es en paredes, techo, puertas y ventanas.
11:00	Visita al centro de información – Parque Nacional Machalilla	Sitio en el cual se obtiene información acerca de los principales atractivos turísticos y

		culturales que componen el Parque Nacional Machalilla.
12:00	Visita esqueleto de la ballena	<p>Al final de la playa de Puerto López podemos ver el esqueleto de un macho de ballena jorobada que varó en una playa cercana (40 km al Sur) en el año 2004.</p> <p>La idea es crear un museo con la ballena como protagonista, se cuenta la historia de esta ballena y la importancia del respeto hacia estos animales.</p>
13:00	Almuerzo	
14:00	Visita al malecón y compra de artesanías	<p>El malecón de Puerto López consta de tres tramos, siendo un importante aporte para el desarrollo del sector turístico.</p> <p>Visita a la tienda palo santo.</p>
15:30	Mirador de puerto López	A un kilómetro del pueblo, dirección sur, tenemos un renovado mirador y una muy buena vista de toda la ciudad.
16:30	Retorno al hotel	El turista podrá tomar un baño y descansar un poco antes de continuar con las actividades programadas.
18:00	Concentración en las cabañas de la playa	El turista puede disfrutar de la playa o una bebida para amenizar el momento.
19:00	Noche de esparcimiento	Viaje nocturno en el mar; con una bebida de cortesía "chest of treasures", buena música, full

		diversión. Luces, sonido, disfrutando de los mejores momentos.
--	--	--

			
Iglesia inmaculada concepción	Centro de información "Parque Nacional Machalilla"	Esqueleto de la ballena	Malecón
			
Mirador puerto López	Cabañas	Embarcación	

Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN		
RECURSOS	RECURSOS	
-Visita a la iglesia -Visita al centro de información- Parque -Nacional Machalilla -Visita esqueleto de la ballena -Mirador de Puerto López	Entrada gratuita	
Guianza	\$25	
Almuerzo "BAR RESTAURANT OH LA LA"	-Desayunos -Almuerzos -Platos a la carta	\$3.50 \$3.50 \$3 – \$10

	-Asados -Vegetariana -Cocteles -Batidos -Jugos	\$5 Todo desde \$2 - \$5
Concentración en las cabañas de la playa	Bebidas y snacks a la elección del turista desde \$2.	
Noche de esparcimiento	Embarcaciones desde \$20 por persona.	

Fuente: Elaboración Propia, 2017

4.4.3.2 Tabla 4

DÍA 2

LOS FRAILES – AGUA BLANCA









PARAISO ANCESTRAL MANTEÑO

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL SITIO
08:00	Desayuno	
09:00	Salida del hotel	
09:15	Playa los Frailes	<p>Los Frailes es una playa virgen la cual se encuentra desde 1979 en el Parque Nacional Machalilla.</p> <p>Ofrece a los visitantes oportunidades únicas de relajación y observación de hábitats de vida silvestre, sin importar la estación del año en que se visite.</p>
		Senderos que se encuentran en

09:30	Caminata por el sendero natural de los Frailes	la parte superior del acantilado donde se puede observar vegetación de la zona
11:00	Observación del lugar desde el mirador	<p>Se puede divisar las playas que componen al parque en sí.</p> <p>Durante la temporada de ballenas es un lugar excelente para el avistamiento de las mismas durante el día</p>
12:00	Visita playa tortuga y la playita	Playas verdaderamente hermosas al igual que la de los frailes, sin embargo bañarse aquí no es permitido.
13:00	Comunidad Agua Blanca	Observación de las artesanías elaboradas por las mujeres de la zona
13:30	Almuerzo en el restaurante comunitario	<p>Ofrecen exquisitos platillos; como el platillo tradicional “seco de chivo” además de platos a la carta entre los 5\$ y 8\$</p> <p>Se puede disfrutar de la bebida tradicional del lugar “trampa de oso” una mezcla de la caña manabita con miel de abeja</p>
14:30	Visita al museo cultural y urnas funerarias del sitio	Exposición de la cultura manteña; ubicación, asentamiento, tradiciones, su principal moneda de intercambio, su actividad productiva (navegación), la forma de enterrar a sus muertos que eran colocados en urnas funerarias y rituales practicados en las mismas

15:10	Recorrido por el sendero "Buena Vista" y las ruinas arqueológicas de la comuna	Sendero por el cual podrá apreciar flora y fauna perteneciente al lugar, sus medios de ingresos económicos mediante la crianza de algunos animales domésticos y a su vez conocer los antiguos asentamientos manteños.
17:00	Visita y concentración en la laguna azufrada	<ul style="list-style-type: none"> -Baño en la laguna -SPA comunitario -SAUNA-temascal -Barro terapia -Cabañas
18:00	Visita al mirador	Obtendrá una vista panorámica de todo el sector, en los meses de octubre se podrá observar panorámicamente seco, mientras que en los meses de febrero se puede observar al bosque totalmente húmedo
18:15	Regreso al museo	
19:00	Merienda	
20:00	Fin del programa	

		
Playa los frailes	Mirador los frailes	Playa la tortuga y la playita

	 	
Comunidad agua blanca	Restaurante comunitario	Museo y urnas funerarias
		
Sendero buena vista	Ruinas arqueológicas	Mirador
		
Laguna azufrada		

Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	RECURSOS
Desayuno “ROMANCE MARINO”	-Desayuno Manabita a \$3.50
-Playa los Frailes -Caminata por el sendero natural -Mirador -Visita playa tortuga y la playita	Entrada y recorrido gratuito
-Entrada a la comunidad -Visita al museo de la cultura Manteña	\$5

-Recorrido (Urnas funerarias, ruinas arqueológicas, laguna de azufre y mirador) -Guianza	
Almuerzo	Con reservaciones al restaurante comunitario, platillos a la elección del turista desde \$3,50 y platillos a la carta desde \$5 y \$8.
Merienda “ROMANCE MARINO”	Meriendas -Mariscos -Vegetariano \$3.50 - \$30 Vegetariano y platos a la carta

Fuente: Elaboración Propia, 2017

4.4.3.3 Tabla 5




DÍA 3

ISLA DE LA PLATA

EL TESORO DE LA ISLA DRAKE

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
08:00	Desayuno	
09:00	Salida al muelle desde el hotel	
10:10	Arribo a la bahía Drake – Isla de la Plata	Su nombre se debe a la leyenda de que Sir Francis Drake que ocultaba los tesoros arrebatados a los españoles aquí. Considerado un pirata para los españoles y un héroe para los ingleses.
10:15	Aperitivo en la embarcación antes de bajar a la bahía Drake	-Sanduches -Cake de banano -Fruta

10:30	Caminata para la observación de aves marinas, paisajes de la isla en los diferentes senderos	<ul style="list-style-type: none"> -Piqueros patas azules -Piqueros patas rojas -Piqueros nazca -Albatros -Fragatas <p>Elección de un sendero:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sendero acantilado (1h y 30 min) -Sendero fragatas (2 horas) -Sendero Patas Rojas (3 horas) -Sendero Machete (cerrado por la protección de albatros por peligro crítico de extinción)
13:30	Retorno de la Bahía Drake	
14:00	Box lunch	<ul style="list-style-type: none"> -Sanduches de atún o queso -Agua -Colas -Frutas -Cake de banano -Caramelos, etc
15:00	Snorkeling, buceo de superficie	<p>Para observación de peces y arrecifes coralinos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Duración de 1 hora
16:30	Llegada a Puerto López	
19:00	Merienda	

		
Isla de la plata	Box lunch	Senderos

		
Snorkeling	Buceo	Piqueros patas azules <i>Sula nebouxii</i>
		
Fragatas <i>Fregata magnificens</i>	Alcatraz de nasca <i>Sulidae</i>	Albatros <i>Diomedidae</i>
		
Piqueros patas rojas <i>Sula sula</i>	Bahía Drake Isla de la Plata	

Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	RECURSOS
Desayuno "ROMANCE MARINO"	-Desayuno Manabita a \$3.50
-Arribo Isla de la Plata -Caminata para la observación de aves marinas. -Snorkeling, buceo de superficie	\$30
	-Platos a la carta

Merienda “CARMITA”	-Pescados	\$6 - \$12
	-Calamares	\$8 - \$9
	-Arroz	\$8 - \$10
	-Ceviches	\$6 - \$12
	-Langostas	\$20
	-Ensaladas	\$2 - \$10
	-Spagetti	\$7 - \$10
	-Sopas	\$6 - \$10
	-Carnes	\$7
	-Pollo	\$7
	-Bebidas	\$1 – 3
	-Cocteles	Desde \$4

Fuente: Elaboración Propia, 2017

4.4.3.4 Tabla 6

DÍA 4

AVISTAMIENTO DE BALLENAS

MAR DE AVENTURAS

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
08:00	Desayuno	
10:00	Salida desde el muelle	
10:30	Recorrido para observación de ballenas	Disfrutara de una maravillosa experiencia al realizar la observación de ballenas.
12:00	Snorkeling	Opcional en la parcela marina de Salango o el islote horno de pan.
13:00	Snack	-Frutas

		-Cake de banano
14:00	Retorno al puerto y culminación del paquete	-Agradecimiento por contratar los servicios. -Foto de recuerdo

		
Observación de ballenas	Snorkeling	Snack
		
Foto de recuerdo		

Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	RECURSOS
Desayuno "ROMANCE MARINO"	-Desayuno Manabita a \$3.50
-Observación de ballenas -Snorkeling	\$35

Fuente: Elaboración Propia, 2017

4.4.3.5 Tabla 7

PROPUESTA 2**DÍA 1****AGUA BLANCA****PARAISO ANCESTRAL MANTEÑO**

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
10:00	Observación de artesanías	Observación de las artesanías elaboradas por las mujeres de la zona.
11:00	Visita al museo cultural y urnas funerarias del sitio	Exposición de la cultura manteña; ubicación, asentamiento, tradiciones, su principal moneda de intercambio, su actividad productiva (navegación), la forma de enterrar a sus muertos que eran colocados en urnas funerarias y rituales practicados en las mismas.
12:30	Almuerzo en el restaurante comunitario	Ofrecen exquisitos platillos; como el platillo tradicional “seco de chivo” además de platos a la carta entre los 5\$ y 8\$. Se puede disfrutar de la bebida tradicional del lugar “trampa de oso” una mezcla de la caña manabita con miel de abeja.
14:00	Recorrido por el sendero “Buena Vista” y las ruinas arqueológicas de la comuna	Sendero por el cual podrá apreciar flora y fauna perteneciente al lugar, sus medios de ingresos económicos mediante la crianza de algunos

		animales domésticos y a su vez conocer los antiguos asentamientos manteños.
16:00	Visita y concentración en la laguna azufrada	-Baño en la laguna -SPA comunitario -SAUNA-temascal -Barro terapia -Cabañas
17:30	Visita al mirador	Obtendrá una vista panorámica de todo el sector, en los meses de octubre se podrá observar panorámicamente seco, mientras que en los meses de febrero se puede observar al bosque totalmente húmedo.
18:00	Regreso al museo	
19:00	Merienda	
20:00	Fin del programa	

	 	
Venta de Artesanías	Restaurante comunitario	Museo y urnas funerarias
		
Sendero buena vista	Ruinas arqueológicas	Mirador



Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	COSTOS
-Entrada a la comunidad -Visita al museo de la cultura Manteña -Recorrido (Urnas funerarias, ruinas arqueológicas, laguna de azufre y mirador)	\$5
Snacks	Cabañas junto a la Laguna de azufre, variedad de delicias propias de la zona. -Desde \$1
Almuerzo y Cena	Con reservaciones al restaurante comunitario, platillos a la elección del turista desde \$3,50 y platillos a la carta desde \$5 y \$8.

Fuente: Elaboración Propia, 2017

4.4.3.6 Tabla 8

DÍA 2

EL PITAL – SAN SEBASTIÁN**ECOTURISMO DE AVENTURA**

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
08:00	Desayuno	
09:00	Salida	
10:15	Inicio del recorrido desde el Pital hacia “Bola de Oro”	Aquí tomaremos los caballos o se comienza la caminata con dirección hacia San Sebastián, localizado en la parte más alta de este sistema montañoso.
16:15	Llegada a San Sebastián	<p>Sendero en el cual se recorrerá el bosque Húmedo Tropical considerado como el último remanente de la costa ecuatoriana, ya que cuenta con un alto número de especies animales y vegetales, algunas de ellas endémicas de la zona.</p> <p>El tiempo de duración del recorrido es de aproximadamente 5 horas en caballos y 6 de caminata.</p>
17:00	Instalación de las carpas	Instalación de las carpas para poder pernoctar.
18:30	Merienda	
19:30	Fogata de integración	-Bebida gratuita “Howler Monkey” -Música

		-Asaremos malvaviscos e inigualables sorpresas
--	--	---

		
El Pital	San Sebastián	Instalación de carpas
		
Fogata de esparcimiento		

Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	RECURSOS
Desayuno "PATAcón PISAO"	Platillos a elección desde \$ 3,50
-Inicio recorrido desde Pital hacia "Bola de Oro" -Llegada a San Sebastián -Instalación de carpas -Merienda -Fogata de integración	\$30

Fuente: Elaboración Propia, 2017









4.4.3.7 Tabla 9

DÍA 3

AYAMPE

DESCUBRIENDO LOS 5 CERROS

HORA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
08:00	Desayuno	
09:00	Salida en dirección a Ayampe	
09:30	Avistamiento de aves de la zona	<p>Recorrido por “la Montaña” o por los jardines situados a la rivera del río Ayampe y los estuarios donde habita el 2do colibrí más pequeño del mundo llamado “estrellita esmeraldeño” especie que solo se puede observar en Ayampe</p> <p>Cabalgatas a través de la zona húmeda</p>
13:00	Almuerzo centro de Ayampe	
14:00	Realización de deportes acuáticos	<ul style="list-style-type: none"> -Surfing -Ski acuático -Buceo -Nadar -Paseo en lancha -Pesca deportiva -Ciclismo de montaña
16:00	Retorno a puerto López	

		
Estrellita esmeraldeña <i>Chaetocercus berlepschi</i>	Cabalgatas	Surfing
		
Ski acuático	Buceo	Paseo en lancha
		
Pesca deportiva		Ciclismo de montaña

Fuente: Elaboración Propia, 2017

PRESUPUESTACIÓN	
RECURSOS	RECURSOS
Desayuno “PATACÓN PISAO”	Platillos a elección desde \$ 3,50
-Avistamiento de aves-Cabalgatas -Almuerzo	\$30
Realización de deportes	Costos dependiendo del deporte seleccionado costos desde los \$5.

Fuente: Elaboración Propia, 2017

CAPITULO V

1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se muestra las conclusiones y recomendaciones que se generaron a través de la investigación realizada, con la finalidad de que sirvan de apoyo para futuras investigaciones o para la implementación de nuevas alternativas dentro de la zona en la que se realizó el estudio.

5.1 CONCLUSIONES

- Se cuantificó la demanda turística que acude a la comunidad Agua Blanca, mostrando así que en relación a los últimos 5 años, ha tenido mayor afluencia en el año 2017 con 19,629 turistas, y el de menor afluencia es el año 2016 con 13,815 personas observando que el mes de Agosto dentro de estos años ha sido el mes con mayor visitas a la localidad con una cifra de 16,131 personas y uno de los periodos de menor concentración es el mes de Junio; por lo que el porcentaje de afluencia es muy bajo a comparación de los otros meses contando con una cifra de 4,532 turistas.
- Se identificó el perfil del turista que acude a la comunidad Agua Blanca: concluyendo que en su mayoría lo representan los turistas

locales conformado por el 34%; perteneciendo el 54% de estos al género masculino y el 46% al género femenino. Se ha logrado determinar que el 64% de personas son adultos los cuales se encuentran entre los 30 a 65 años, casadas y con un nivel de educación superior establecido en el 60%, en su mayoría trabajadores pertenecientes al sector privado establecido en el 50%, y marcando un porcentaje del 42% que los meses de preferencia para emprender sus viajes son los de Julio a Septiembre siendo su motivo de viaje por ocio y entre familia con un porcentaje del 33%, realizando su viaje en un transporte propio.

- Se determinó que en la comunidad Agua Blanca existen atractivos naturales y culturales únicos que solo se encuentran en esta zona; tales como: la laguna de azufre, un museo en el cual se expone la historia de la cultura manteña, y se encuentran vestigios que se mantienen intactos para el conocimiento de la población en general, zonas naturales en las cuales se puede hacer actividades de camping, y los turistas pueden realizar treking o emprender una cabalgata por el bosque húmedo. Dentro de las instalaciones se da la venta de artesanías realizadas por las mujeres de la zona, y se cuenta con infraestructuras de apoyo como la de masajes de lodo, el restaurante, cabañas comunitarias y el sauna en las cuales participan varias de las familias pertenecientes a la comuna con el fin de mantenerlo y ponerlo a disposición del visitante.

- Se ha rediseñado los productos estrellas que la comunidad oferta al visitante, trabajando conjuntamente con los líderes comunitarios, se creó un paquete turístico en el cual se desarrollan nuevas actividades acorde a las preferencias de los turistas, abarcando recursos no aprovechados por la comunidad pero llamativos y novedosos para los visitantes.

5.2 RECOMENDACIONES

- Mejorar las vías de acceso y adecuar las instalaciones de los atractivos turísticos brindando un servicio mediante la inclusión del sistema braille, instructivos, cartas de alimentos y bebidas para las personas con discapacidad, lo que pondría a la comunidad en un rango de competitividad ante los demás destinos turísticos por practicar un turismo inclusivo.
- Implementar nuevas actividades nocturnas dentro de las instalaciones de la comunidad acorde a los gustos y preferencias del visitante obtenidas con anterioridad, para la pernoctación del mismo en las instalaciones, ocupando los demás servicios ofrecidos en la comunidad.
- Formar alianzas con los atractivos más representativos del Cantón Puerto López, con el propósito de implementar nuevos paquetes y rutas turísticas de interés del turista y así obtener mayor beneficios económicos para los involucrados.

- Aprovechar los recursos de flora y fauna de la localidad, implementando áreas exclusivas para la utilización y uso de plantas medicinales y representativas de la zona y a la vez áreas en donde se pueda desarrollar el avistamiento de la fauna existente.
- Mejorar sus medios de difusión, adecuando la página web existente con información del área que sea del interés de los visitantes, dándole constante mantenimiento y actualizando mensualmente la información acerca de la oferta turística.

BIBLIOGRAFÍA:

JOURNAL ARTICLE

Caiza, E., & Molina, R. (26 de octubre del 2012). Análisis Histórico de la Evolución del Turismo en el territorio ecuatoriano. 6-24. Páginas

Ibañez, R., & Rodríguez, I. (2012). Tipologías y Antecedentes de la Actividad Turística: Turismo Tradicional y Turismo Alternativo. 17–33. Páginas

OMT. (Junio 2012). Turismo y Sostenibilidad. *UNWTO*. 2. Páginas

Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., y Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador: Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural*. Vol. 6(3), 399-418. Páginas

Santana, C., & Atiencia, M. (Febrero 2014). Turismo comunitario. Reflexiones. *Papers de Turisme*. 16. Páginas

LIBROS

Acerenza, M. (2006). Origen y evolución del turismo. Primera edición. Editorial Trillas. México. p.12.

Arias, F. (2012). El proyecto de investigación/Introducción a la metodología científica. Sexta Edición. Editorial Episteme. Caracas, Venezuela.

Becerril, F. (1997). Ciencia, Metodología e Investigación. Editorial Logman. México. p-455.

Cabarcos, N. (2011). Administración de servicios turísticos. Primera edición. Editorial Ideaspropias. Bogotá, Colombia. p.2.

Cárdenas, F. (2016). Producto turístico para el siglo XXI. Tercera edición. Editorial Trillas s.a. de c.v. México. p.17.

Huamán, H. (2005). Manual de técnicas de investigación/Conceptos y aplicaciones. Segunda edición. Editorial IPLADEES S.A.C Lima, Perú.

Hurtado Iván & Toro Josefina. (2007). Paradigmas y métodos de

investigación en tiempos de cambio. Editorial CEC, SA. Caracas, Venezuela.

Gil, R., & Martínez, B. (2014). Recursos turísticos. Editorial Paraninfo S.A. Madrid, España. p.4.

Kotler P., Bowen J., Makens J., García J., Flores J. (2011). Marketing Turístico. Quinta Edición. Editorial Pearson. Madrid, España.

Luzuriaga, J. (2011). Manual de investigación. *Editorial CODEU. Quito.*

Ojeda, C., & Mármol, P. (2012). Marketing Turístico. Editorial Paraninfo. Madrid. p.26.

Posso, M. (2013). Proyectos, Tesis y Marco Lógico. Editorial Ediciones 13.

Rivas, J. (2009). Estructura y Economía del Mercado Turístico. Editorial Septem. España. p.160.

Rodríguez, E. (2005). Metodología de la investigación. Primera edición. México.

S.L., Publicaciones Vértice. (2008). Marketing Turístico. Editorial Vértice. España. p.21.

Socatelli, M. (2012). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. p.37.

Socatelli, M. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. p.1-4.

Tamayo, M. (2011). El proceso de la investigación científica.

Torres, C. (2006). Metodología de la investigación/Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Segunda edición. Editorial Pearson. México. P-304.

Urbano, C., & Yuni J. (2006). Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación. Segunda Edición. Editorial Brujas. Córdoba, Argentina.

Zapata, O. (2005). La aventura del pensamiento crítico herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas. Primera edición. Editorial PAX. México D.F.

LIBROS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

Baca Urbina, G. (2012). Evaluación de Proyectos. Web

<https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

Behar, D. (2010). Introducción a la Metodología de la Investigación. p 1–94.

Web <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012). Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario. p.400. Web

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-

TurismoResponsableSostenibilidadYDesarrolloLocalCo-

525510%20(1).pdf

Nicolau, J. (2011). El producto turístico. Marketing Turístico. Web

<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/16114>

Prieto, M. (2011). Espacios en disputa: el turismo en Ecuador. p.232. Web

<http://www.flacsoandes.edu.ec/>

Soto, N. (2012). Ecoturismo. Web

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

TESIS

Arroyo, A. (2015). Perfil del turista que visita la isla Santay. Universidad

Casa Grande, Guayaquil-Ecuador.

ANEXOS

ANEXO 1.- Glosario de términos

- **Actividad Turística:** Del conjunto de atractivos existentes en un lugar, son aquellas actividades que se realizan, convirtiéndose en la motivación básica de viaje.
- **Atractivos turísticos:** Es todo lugar u objeto natural o cultural, capaz de generar la concurrencia de una población.
- **Beneficiarios:** Se entiende a los aportantes de la actividad turística dentro de una zona, con la finalidad de generar mayor ingresos monetarios.
- **Calidad:** Cualidad que se le otorga a las cosas cuando poseen una excelente creación que posee una capacidad para satisfacer las necesidades de una persona.
- **Comercialización:** Es la acción encaminada a comercializa productos y servicios dentro de una área determinada.
- **Competitividad turística:** Capacidad que tiene la organización de una comunidad o entidad en generar rentabilidad, mediante la

diferenciación y futura venta de sus productos ante las demás empresas o localidades.

- **Comunidad:** Grupo de individuos que poseen características en común, respetando y viviendo bajo sus propias reglas con el fin de defender sus propios intereses.
- **Consumo turístico:** Es el valor monetario que se le da a todos los bienes y servicios de una área específica, y que el visitante adquiere durante su viaje convirtiéndose en el agente económico que realiza el gasto.
- **Cultura:** Conjunto de formas, expresiones, informaciones y habilidades que posee un individuo de una sociedad determinada.
- **Demanda turística:** Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos.
- **Destino:** Lugar donde va dirigido una o un grupo de personas sin importar su tiempo de estadía.
- **Inventario turístico:** Catálogo o lista ordenada de los atractivos turísticos de un lugar determinado.

- **Mercado turístico:** Se define como mercado turístico la confluencia de oferta turística existente en un lugar, y a la demanda que se encuentra interesada en adquirir estos productos y servicios.
- **Ocio:** Es el tiempo libre que se dedica a actividades que no tienen nada que ver con las actividades laborales.
- **Oferta turística:** Integrado por componentes básicos, los cuales son puestos al mercado para la adquisición de diversas personas.
- **Paquete turístico:** Producto que ofrece una operación y comprende de un conjunto de atractivos semejantes para su visita y disfrute.
- **Producto turístico:** Es el conjunto de objetos tangibles y no tangibles con los cuales el consumidor pretende cubrir sus necesidades o deseos.
- **Promoción turística:** Implica la difusión de los productos turísticos que se ofrecen en lugar determinado.
- **Recreación:** Se aplica a brindar a un grupo de personas por medio de actividades motivos de alegría o entretenimiento lo cual logre distraerlo de sus actividades diarias.

- **Segmentación de mercado:** Divide un mercado en segmentos mucho más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades y preferencias los cuales necesitan ser atendidos con estrategias diferentes para la satisfacción de las mismas.
- **Servicio turístico:** Es el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de satisfacer las necesidades del turista.
- **Tour:** Es un recorrido en el cual la salida y llegada se encuentra dentro de las instalaciones de la misma zona.
- **Turismo:** Son las acciones realizadas por las personas durante sus desplazamientos o viajes de su lugar habitual de confort.
- **Turistas:** Persona que se desplaza fuera de su lugar habitual y que pernocta en el lugar visitado.
- **Viaje:** Desplazamientos que se dan fuera del entorno habitual.

ANEXO 2.- Cronograma de actividades

Actividades	Mes											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Objetivo 1: Determinar la demanda turística que acude a la comunidad Agua Blanca.												
Actividad 1 Revisar los registros de entrada de los turistas que se encuentran en la comunidad.												
Actividad 2 Identificar la demanda turística que ha acudido a la comunidad Agua Blanca en los últimos 5 años.												
Objetivo 2: Identificar el perfil del turista de la comunidad Agua Blanca.												
Actividad 1 Aplicación de												

ANEXO 3.- Presupuesto

Recursos a Utilizar

Financieros	
Detalle:	
- Alimentación	73.50
- Transporte	50,00
- Hospedaje	100,00
Materiales	
Detalle:	
- Impresiones y copias	200,00
- Internet y comunicaciones	60,00
- Materiales de oficina	60,00
Técnicos	
Detalle:	
- Celulares	50,00
- Grabadoras	0,00
- Cámaras	0,00
- Computadoras	0,00
Humanos	
Detalle:	
- Investigador	00.00
- Entrevistados	00.00
- Ayudantes de campo	140.00
Total USD \$	733.50

ANEXO 4.- Oficio de aprobación de la investigación en la comunidad

Ibarra, 04 de Agosto de 2017

Sr.

Raúl Ventura

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE GOBIERNO DE LA COMUNIAD AGUA BLANCA

Reciba un cordial saludo de parte de la Carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra.

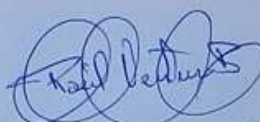
Por medio del presente nos dirigimos a usted para comunicarle el deseo de aplicar un tema de investigación de tesis de grado en la comunidad con el tema de "DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA EN EL CANTÓN PUERTO LÓPEZ – ECUADOR: SEGMENTOS CONSUMIDORES Y DISEÑO DE PRODUCTOS", trabajo que será realizado por la señorita CHÁVEZ VERA GEMA MARIELA con C.I 100374021-2 estudiante del noveno semestre de la carrera de Ingeniería en Turismo.

Esperando contar con su aprobación para realizar la investigación mencionada, agradezco la atención prestada y le deseo éxitos en las funciones que realiza en beneficio y desarrollo de la comunidad.

Atentamente


Msc. Gabriel Tapia


COORDINADOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO





ANEXO 5.- Validación de instrumentos

Validación N° 1




Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 22/09/2017
 Nombre del/la autor/a: Gema Mariela Chávez Vera
 Nombre del docente revisor: Msc. Javier Chandi

Objetivo General: Determinar la demanda turística de la comunidad de Agua Blanca del Catón Puerto López para el diseño de productos a fines a los segmentos de mercado.

	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Determinar la demanda turística que existe a la comunidad Agua Blanca.	1. Matriz Comparativa (M1)	✓		✓		
2. Identificar el perfil del turista de la comunidad de Agua Blanca.	1. Cuestionario de encuesta (C1)	✓		✓		
3. Determinar la oferta de productos turísticos de la comunidad Agua Blanca.	1. Ficha de campo (FC1)	✓		✓		
4. Rediseñar los productos turísticos de la comunidad Agua Blanca acorde a las preferencias de la demanda turística.	1. Cuestionario de entrevista (C1)	✓		✓		

Javier Chandi
 Firma del Docente
 C.C. 100223691-9

Validación N°2




Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 22/09/2017
 Nombre del/la autor/a: Gema Mariela Chavez Vera
 Nombre del docente revisor: Msc. Armando Flores

Objetivo General: Determinar la demanda turística de la comunidad de Agua Blanca del Catón Puerto López para el diseño de productos a fines a los segmentos de mercado.

	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Determinar la demanda turística que existe a la comunidad Agua Blanca.	1. Matriz Comparativa (M1)	✓		✓		
2. Identificar el perfil del turista de la comunidad de Agua Blanca.	1. Cuestionario de encuesta (C1)	✓		✓		
3. Determinar la oferta de productos turísticos de la comunidad Agua Blanca.	1. Ficha de campo (FC1)	✓		✓		
4. Rediseñar los productos turísticos de la comunidad Agua Blanca acorde a las preferencias de la demanda turística.	1. Cuestionario de entrevista (C1)	✓		✓		

Armando Flores
 Firma del Docente
 C.C. 100223691-0


Validación N°3



Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 22/09/2017
 Nombre del/la autor/a: Tema Mariela Chávez Vera
 Nombre del docente revisor: Msc. Anderson Maldonado

Objetivo General: Determinar la demanda turística de la comunidad de Agua Blanca del Cantón Puerto López para el diseño de productos a fines a los segmentos de mercado.

	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Determinar la demanda turística que acude a la comunidad Agua Blanca.	1. Matriz Comparativa (M1)	✓		✓		
2. Identificar el perfil del turista de la comunidad de Agua Blanca.	1. Cuestionario de encuesta (C1)	✓		✓		
3. Determinar la oferta de productos turísticos de la comunidad Agua Blanca.	1. Ficha de campo (FC1)	✓		✓		
4. Rediseñar los productos turísticos de la comunidad Agua Blanca acorde a las preferencias de la demanda turística.	1. Cuestionario de entrevista (C1)	✓		✓		


 Firma del Docente:
 C.C. 9629474777

ANEXO 6.- Cuestionario de encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A LA DEMANDA TURÍSTICA QUE ACUDE A LA COMUNIDAD AGUA BLANCA

La presente encuesta tiene como objetivo identificar el perfil del turista que llega a la comunidad agua blanca.

1. Responda los siguientes datos informativos:

- Turista: Local: () Nacional: () Extranjero: ()
- Género: Hombre () Mujer () GLBTI ()
- Edad: ()
- Estado civil: Soltero () Casado () Divorciado () Viudo ()
- Nivel de educación: Primaria () Secundaria () Superior ()
- Ocupación Laboral:
.....

2. Usted viaja a la comunidad Agua Blanca por:

- Negocios ()
- Ocio ()
- Deportes ()
- Ferias y exposiciones ()
- Otros ¿Cuál?.....

3. Su viaje fue organizado por:

- Una operadora ()
- Individual ()
- Con un grupo ()
- Con amigos ()

- Familia ()

4. Usted se transportó hacia la comunidad en:

- Vehículo público ()
- Vehículo propio ()
- Vehículo contratado ()

5. ¿Por qué medio de difusión se informó sobre la comunidad Agua Blanca?

- Televisión ()
- Radio ()
- Prensa escrita ()
- Internet ()
- Ferias y exposiciones ()
- Recomendación ()
- Material publicitario impreso ()

6. ¿En qué época del año prefiere viajar y visitar la comunidad?

- Enero a Marzo ()
- Abril a Junio ()
- Julio a Septiembre ()
- Octubre a Diciembre ()

7. ¿Cuál de los siguientes atractivos y actividades turísticas de la comunidad conoce usted?

- Laguna de azufre ()
- Sitios arqueológicos ()
- Mirador ()
- Bosque seco y húmedo ()
- Museo arqueológico ()
- Camping ()
- Cabalgatas ()
- Masajes de lodo ()
- Sauna con lodo temazcal ()

8. De sus viajes turísticos a comunidades cuál es el precio promedio que está dispuesto a pagar por día:

- Menor a 30\$ ()
- 31\$ a 60\$ ()
- Más de 61\$ ()

9. ¿Cuáles son las actividades turísticas de su preferencia en comunidades? (Marque 3)

- Avistamiento de aves ()
- Vivencias místicas ()
- Cabalgatas ()
- Camping ()
- Talleres gastronómicos y artesanales ()
- Preparación y uso de medicina tradicional ()
- Práctica de deportes extremos ()

10. ¿Qué aspectos considera importante que se tome en cuenta para lograr la satisfacción de los clientes?

- Infraestructura acorde al lugar ()
- Buena atención al cliente ()
- Accesibilidad ()
- Precios accesibles ()
- Personal capacitado ()

11. ¿Qué tipo de alimentación consume usted cuando visita la comunidad de Agua Blanca?

- Típica del lugar ()
- Comida rápida ()
- Internacional ()
- Vegetariana ()

12. ¿Qué tipo de alojamiento usted prefiere en lugares comunitarios?

- Casas familiares ()
- Cabañas comunitarias ()
- Hotel ()
- Hosterías ()

13. ¿En sus visitas turísticas cuantos días acostumbra a permanecer en el lugar?

- 1 día ()
- 2 días ()
- 3 días ()
- Más de 4 días ()

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

ANEXO 7.- Cuestionario de entrevista

ENTREVISTA A TURISTAS Y DIRIGENTE COMUNITARIO

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como finalidad el conocer las preferencias de los turistas que acuden a la comunidad Agua Blanca; al mismo tiempo que la opinión del dirigente comunitario y autoridad local de Machalilla para posteriormente realizar un rediseño de productos.

1. ¿Considera que las vías de acceso de la comunidad de Agua Blanca son adecuadas?
2. ¿Qué cambios recomienda que se deban realizar en el sistema de comercialización de artesanías?
3. ¿Qué servicios turísticos considera que se deben complementar para satisfacer de mejor forma las expectativas y necesidades de los clientes?
4. ¿Cuántos días estaría dispuesto a pernoctaren la comunidad de Agua Blanca?
5. ¿Considera que los atractivos turísticos de la comunidad deben complementarse con otros destinos turísticos del Cantón Puerto López?
6. ¿Qué lugares del Cantón Puerto López ha visitado con anterioridad a la comunidad?
7. ¿Qué tipo de actividades prefiere usted? (culturales, naturales, recreativas, etc)
8. ¿Cuáles considera usted que son las principales expectativas que los turistas desean recibir en la comunidad Agua Blanca?
9. ¿Considera importante que en la comunidad Agua Blanca exista un intercambio de experiencias con los turistas?
10. ¿Qué medio de comunicación cree que es el más adecuado para promocionar los atractivos y servicios de la comunidad?
11. ¿Considera importante que en el fomento de la actividad turística se tome en cuenta el manejo y protección de los recursos naturales?

ANEXO 8.- Ficha de campo

Observador (a):		Visita N°:	Ficha N°:	
DATOS DE UBICACIÓN		Fecha:	Hora inicio:	Hora fin:
Provincia:	Parroquia:	Cantón:	Región:	
Superficie:	Localización/ Coordenadas	Límites:		
Población:				
MAPA BASE		DESCRIPCIÓN		
ASPECTO A INVESTIGAR:				
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
1) Cuenta con instalaciones adecuadas para la elaboración y venta de sus productos.				
2) Los establecimientos se encuentran en buen estado y no muestran deterioro.				
3) Cuentan con accesibilidad para personas con discapacidad.				
4) Las piezas son elaboradas por personas pertenecientes a la comunidad.				
5) Los materiales utilizados para la elaboración de artesanías son autóctonos.				
6) Los encargados de la elaboración y venta de artesanías				

cuentan con capacitaciones periódicas.				
7) Brindan una explicación al turista acerca de la elaboración y materiales utilizados para su elaboración.				
8) Cuentan con todas las herramientas necesarias para la elaboración.				
9) El precio es acorde a lo que ofrecen.				
10) Elaboran figuras relacionadas con su cultura.				
Descripción de aspectos relevantes:				
FOTOS DE ANEXOS				

Ingreso	Atención					
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro
Libre <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restringido <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagado <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de pago		Efectivo <input type="checkbox"/>	
e. Precio						
g. Meses recomendables de visita:						
Observaciones:						
8. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						
b. Nombre del poblado más cercano:						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano.			c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto			
Observaciones:						
4.2 Vías de acceso (M)						
			Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	Tipo de vía					
	a. Primer orden <input type="checkbox"/>					
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>					
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>						
Observaciones:						
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto Muelle de salida		Puerto Muelle de llegada	
	Lacustre <input type="checkbox"/>					
	Fluvial <input type="checkbox"/>					
Observaciones:						
c. Aéreo (U)		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>		
Observaciones:						
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>						

a. Bus <input type="checkbox"/> b. Buseta <input type="checkbox"/> c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/> d. Taxi <input type="checkbox"/> e. Moto taxi <input type="checkbox"/> f. Teleférico <input type="checkbox"/> g. Lancha <input type="checkbox"/> h. Bote <input type="checkbox"/> i. Barco <input type="checkbox"/> j. Canoa <input type="checkbox"/> k. Avión <input type="checkbox"/> l. Avioneta <input type="checkbox"/> m. Helicóptero <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> Especifique					
Observaciones:					
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)					
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Frecuencia				c. Detalle
	D	S	M	E	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>					
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>		b. Accesibilidad Visual <input type="checkbox"/>			
c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>			
Observaciones:					
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>					
a. Señalización de aproximación al atractivo	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
5.PLANTA TURÍSTICA/COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>		
Alojamiento	Establecimientos registrados	Alojamiento	Establecimientos registrados		
Hotel <input type="checkbox"/>		Hotel <input type="checkbox"/>			
Hostal <input type="checkbox"/>		Hostal <input type="checkbox"/>			
Hostería <input type="checkbox"/>		Hostería <input type="checkbox"/>			
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>		Hacienda Turística <input type="checkbox"/>			
Lodge <input type="checkbox"/>		Lodge <input type="checkbox"/>			
Resort <input type="checkbox"/>		Resort <input type="checkbox"/>			
Refugio <input type="checkbox"/>		Refugio <input type="checkbox"/>			
Campamento <input type="checkbox"/>		Campamento <input type="checkbox"/>			

Turístico				Turístico							
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>							
Observaciones:				Observaciones:							
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados		Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados					
Restaurantes <input type="checkbox"/>				Restaurantes <input type="checkbox"/>							
Cafeterías <input type="checkbox"/>				Cafeterías <input type="checkbox"/>							
Bares <input type="checkbox"/>				Bares <input type="checkbox"/>							
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>				Fuentes de soda <input type="checkbox"/>							
Observaciones:				Observaciones:							
Agencias de viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados		Agencias de viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados					
Mayoristas <input type="checkbox"/>				Mayoristas <input type="checkbox"/>							
Internacionales <input type="checkbox"/>				Internacionales <input type="checkbox"/>							
Operadoras <input type="checkbox"/>				Operadoras <input type="checkbox"/>							
Observaciones:				Observaciones:							
Guía	L.	N.	N.E	C.		Guía	L.	N.	N.E	C.	
<input type="checkbox"/>				A.		<input type="checkbox"/>				A.	
Observaciones:				Observaciones:							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Estado							
				B	R	M					
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	I-Tur <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO			
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>		b. Alterado <input type="checkbox"/>	
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			

6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos/Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas/minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia/abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
	m. Conflicto político/social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial/comercial <input type="checkbox"/>
	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
Otro	Especifique:	
Observaciones:		
6.2 Entorno (U)		
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos/Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas/minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia/abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>

	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>					
	m. Conflicto político/social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial/comercial <input type="checkbox"/>					
	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>						
Otro	Especifique:						
Observaciones:							
7.HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>					
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua: <input type="checkbox"/>						
Especifique:	Especifique:						
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>						
Especifique:	Especifique:						
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input type="checkbox"/>						
Especifique:	Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique:	Especifique:						
Observaciones:							
7.2 Señalética en el atractivo							
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			7.2.4. Estado		
		M.	A.	O.	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Pictogramas de restricción				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>					
Otros <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo	Cantidad	b. En la ciudad o poblado más cercano		Cantidad	
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		Dispensario médico <input type="checkbox"/>			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			
Otros <input type="checkbox"/>		Otros <input type="checkbox"/>			
Observaciones:					
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>					
	Detalle				
a. Privada <input type="checkbox"/>					
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>					
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>					
d. Otra <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
7.5 Multiamenazas (M)					
Deslaves <input type="checkbox"/> Sismos <input type="checkbox"/> Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/> Incendios forestales <input type="checkbox"/>					
Sequía <input type="checkbox"/> Inundaciones <input type="checkbox"/> Aguajes <input type="checkbox"/> Tsunami <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
8. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
8.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)					
8.1.1 En Superficie Terrestre (M)					

a. Montañismo <input type="checkbox"/> b. Escalada <input type="checkbox"/> c. Senderismo <input type="checkbox"/> d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/> f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/> g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/> h. Cabalgata <input type="checkbox"/> i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/> k. Picnic <input type="checkbox"/> l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/> m. Observación de astros <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones:	
8.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)	
8.2.1 Tangibles e intangibles	
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido auto guiados <input type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>
d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>
h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	n. Convivencia <input type="checkbox"/>
o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:	
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
10.ANEXOS	
c. Ubicación gráfica del Atractivo	

ANEXO 10.- Ficha de registro de bienes culturales inmuebles

BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO				
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Denominación del inmueble:				
Clave catastral:			Registro N°:	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN			3. Régimen de propiedad	4. Usos
Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Público:	Original:
Parroquia:	Calle principal:	No.		
	Intersección:	Mz.	Privado:	Actual:
Urbana <input type="checkbox"/>	Recinto:	Comunidad:	Particular <input type="checkbox"/>	En función
Rural <input type="checkbox"/>	Sitio:	Otros:	Religioso <input type="checkbox"/>	
Coordenadas WG584Z17S:				
5. UBICACIÓN				
6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN			10. FOTOGRAFÍA PRINCIPAL	
Siglo		Fecha/Década		
Anterior al Siglo XVI	<input type="checkbox"/>			
XVI (1500-1599)	<input type="checkbox"/>			
XVII (1600-1699)	<input type="checkbox"/>			
XVIII (1700-1799)	<input type="checkbox"/>			
XIX (1800-1899)	<input type="checkbox"/>			
XX (1900-1999)	<input type="checkbox"/>			
XXI (2000 en adelante)	<input type="checkbox"/>			
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Sólido		%		
Deteriorado		%		
Ruinoso		%		
8. ACCIONES EMERGENTES				

RECOMENDADAS										
9. VULNERABILIDAD										
Riesgos naturales										
Erupciones	<input type="checkbox"/>	Inundaciones	<input type="checkbox"/>							
Sismos	<input type="checkbox"/>	Fallas geológicas	<input type="checkbox"/>							
Remociones en masa	<input type="checkbox"/>	Otros:								
Riesgos antrópicos										
Conflictos herencia	<input type="checkbox"/>	Abandonado	<input type="checkbox"/>	Descripción de la fotografía:						
Intervenciones inadecuadas	<input type="checkbox"/>	Otros:								
11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE										
12. DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA										
Época/Estilo o influencia de la fachada				Tipo de fachada		Remate de fachada		Portal o soportal		
Colonial		Republicano		Recta	<input type="checkbox"/>	Alero	<input type="checkbox"/>	Portal PB	<input type="checkbox"/>	
Manierismo	<input type="checkbox"/>	Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Ochavada	<input type="checkbox"/>	Antefijo	<input type="checkbox"/>	Soportal PA	<input type="checkbox"/>	
Barroco	<input type="checkbox"/>	Eclético	<input type="checkbox"/>	Curva	<input type="checkbox"/>	Antepecho	<input type="checkbox"/>	Portal y soportal	<input type="checkbox"/>	
Rococo	<input type="checkbox"/>	Neorománico	<input type="checkbox"/>	Retranquead.	<input type="checkbox"/>	Cornisa	<input type="checkbox"/>	Balcones		
Neoclásico	<input type="checkbox"/>	Neogótico	<input type="checkbox"/>	Portada		Balaustrada	<input type="checkbox"/>	Incluido	<input type="checkbox"/>	
Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Modernismo	<input type="checkbox"/>	Simple	<input type="checkbox"/>	Cimera	<input type="checkbox"/>	Volado	<input type="checkbox"/>	
Número de vanos abiertos		Moderno		<input type="checkbox"/>	Compuesta	<input type="checkbox"/>	Cornisa y alero	<input type="checkbox"/>	Zócalo	
PA	<input type="checkbox"/>	Vernáculo	<input type="checkbox"/>	Monumental	<input type="checkbox"/>	Frontón	<input type="checkbox"/>	Liso	<input type="checkbox"/>	
PB	<input type="checkbox"/>	Tradicional	<input type="checkbox"/>	Inscripciones	<input type="checkbox"/>	No. de pisos		Rugoso	<input type="checkbox"/>	
Molduras y ornamentación:								Liso/Rugoso	<input type="checkbox"/>	
						Color		Textura		
						Crema		Lisa		<input type="checkbox"/>
								Rugosa		<input type="checkbox"/>

13. TIPOLOGÍA FORMAL		14. TIPOLOGÍA FUNCIONAL		15. DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO				
Arquitectura monumental civil	<input type="checkbox"/>	Vivienda	<input type="checkbox"/>	Elementos constructivos	Materiales de construcción	Estado de conservación		
Arquitectura monumental religiosa	<input type="checkbox"/>	Culto	<input type="checkbox"/>	Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura civil	<input type="checkbox"/>	Educativa	<input type="checkbox"/>	Estructura	Ladrillo	S	D	R
Arquitectura religiosa	<input type="checkbox"/>	Comercio	<input type="checkbox"/>	Muros/paredes/tabiques	Ladrillo	S	D	R
Arquitectura tradicional	<input type="checkbox"/>	Servicios	<input type="checkbox"/>	Pisos	Madera	S	D	R
Arquitectura Vernácula	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>	Entrepisos	Madera	S	D	R
Cementerios	<input type="checkbox"/>	Funeraria	<input type="checkbox"/>	Cielos rasos	Madera	S	D	R
Haciendas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Productiva	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Cubierta	Teja de barro cocido	S	D	R
Rutas		Recreativa		Escaleras	Madera	S	D	R
Molinos	<input type="checkbox"/>	Administrativa	<input type="checkbox"/>	Ventanas	Madera/vidrio	S	D	R
Puentes	<input type="checkbox"/>	Cultural	<input type="checkbox"/>	Puertas	Madera	S	D	R
Parques	<input type="checkbox"/>	Otros:		Portales/Soportales/Galerías		S	D	R
Plazas	<input type="checkbox"/>			Barandales		S	D	R
Industrial	<input type="checkbox"/>			Instalaciones	Agua potable, luz, alcantarillado	S	D	R
Túneles	<input type="checkbox"/>			Otros:		S	D	R
Otros						S	D	R
16. FOTOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS								
Descripción de la fotografía: Perspectivas diferentes del Museo.								
17. INTERVENCIONES ANTERIORES								
Elementos constructivos	Tipos de intervención				Alteraciones			
	Consolid.	Restaur.	Liber.	Sustituc.				

Cimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tipológicas	<input type="checkbox"/>
Pisos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Morfológicas	<input type="checkbox"/>
Entrepisos	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Técnico-constructivas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Cielo rasos					Añadidos	
Estructura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Faltantes	<input type="checkbox"/>
Muros/paredes/ tabiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Descripción:	
Cubiertas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Otros:						
18. DATOS DE CONTROL						
Registrado por:				Fecha de registro:		
Registro fotográfico:						

ANEXO 11.- Ficha de inventario de sitios arqueológicos

FICHA DE INVENTARIO					
SITIOS ARQUEOLÓGICOS					
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Nombre del sitio:			Topónimo:		
Sector o área específica:					
Fotografía principal					
Descripción de la fotografía:					
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Cantón:	Parroquia:		Recinto/comunidad:	
		Urbana: <input type="checkbox"/>	Rural: <input type="checkbox"/>		
Dirección:					
Coordenadas WGS 84 Z17S - UTM					
Este (X):	Norte (Y):	Altitud (Z):	Este (X):	Norte (Y):	Altitud (Z):
Datos reservados			Datos reservados		
Área estimada:			Perímetro registrado:		
Ubicación topográfica					
Cima <input type="checkbox"/>	Planicie Inundable <input type="checkbox"/>	Quebrada <input type="checkbox"/>			
Cuchila <input type="checkbox"/>	Río/cauce fluvial <input type="checkbox"/>	Abrigo rocoso/cueva <input type="checkbox"/>			
Ladera <input type="checkbox"/>	Margen costero <input type="checkbox"/>	Humedal <input type="checkbox"/>			
Planicie <input type="checkbox"/>	Isla <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>			
3. CARACTERÍSTICAS DEL SITIO					
Período histórico/Filiación cultural			Tipo de sitio arqueológico		
			Monumental <input type="checkbox"/>	No monumental <input type="checkbox"/>	
Subtipo de sitio arqueológico					
Habitacional	cant	Agropecuario	cant	Industrial	cant

Bohío <input type="checkbox"/>		Campo de camellones <input type="checkbox"/>		Conchero <input type="checkbox"/>	
Montículo <input type="checkbox"/>		Albarradas <input type="checkbox"/>		Taller de lítica <input type="checkbox"/>	
Estructuras con muros <input type="checkbox"/>		Terrazas <input type="checkbox"/>		Taller de metal <input type="checkbox"/>	
Otros: <input type="checkbox"/>		Colca <input type="checkbox"/>		Salar/salinas <input type="checkbox"/>	
		Pukyu <input type="checkbox"/>		Mina <input type="checkbox"/>	
		Corral <input type="checkbox"/>		Textil <input type="checkbox"/>	
		Otros: <input type="checkbox"/>		Otros: <input type="checkbox"/>	
Ritual/funerario	cant	Militar	cant	Vial	cant
Tumbas <input type="checkbox"/>		Pucará/Churo <input type="checkbox"/>		Camino <input type="checkbox"/>	
Montículos <input type="checkbox"/>		Fortaleza <input type="checkbox"/>		Tambo/chasquiwasi <input type="checkbox"/>	
Petroglifos <input type="checkbox"/>		Otros: <input type="checkbox"/>		Puente <input type="checkbox"/>	
Pintura rupestre <input type="checkbox"/>				Apachita <input type="checkbox"/>	
Otros: <input type="checkbox"/>				Mojón <input type="checkbox"/>	
				Culunco <input type="checkbox"/>	
				Otros: <input type="checkbox"/>	
Sin interpretación evidente					
Otros:					
Descripción del sitio:					
4. INFORMACIÓN GEOGRÁFICA ADICIONAL					
Hidrografía:		Orografía:			
5. ESTADO GENERAL DEL SITIO					
Estado de conservación:	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>		
Estado de integridad:	Bajamente destruido <input type="checkbox"/>	Medianamente destruido <input type="checkbox"/>	Altamente destruido <input type="checkbox"/>		
Factores de deterioro:					
Naturales		Antrópicos			
Erosión <input type="checkbox"/>		Huaquearías <input type="checkbox"/>		Desarrollo industrial/comercial <input type="checkbox"/>	
Humedad <input type="checkbox"/>		Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>		Desarrollo urbano <input type="checkbox"/>	
Desastres naturales <input type="checkbox"/>		Actividades ganaderas <input type="checkbox"/>		Negligencia/abandono <input type="checkbox"/>	
Fauna <input type="checkbox"/>		Actividades forestales <input type="checkbox"/>		Conflicto político/social <input type="checkbox"/>	
Flora <input type="checkbox"/>		Actividades extractivas/minería <input type="checkbox"/>		Turismo <input type="checkbox"/>	
Infraestructura civil asociada					
Vías de acceso <input type="checkbox"/>		Red de servicios básicos <input type="checkbox"/>			

Infraestructura turística <input type="checkbox"/>	Tuberías de transporte de combustibles <input type="checkbox"/>		
Descripción del deterioro:			
Las condiciones ambientales dentro del cantón han afectado significativamente parte de la conservación del sitio. Dentro de esta área existe una alta erosión dejando al sector en las condiciones actuales.			
6. RÉGIMEN DE CUSTODIA DEL SITIO			
Estatal <input type="checkbox"/>	Particular <input type="checkbox"/>	Religioso <input type="checkbox"/>	
7. TIPO DE PROPIEDAD DEL TERRENO			
Estatal <input type="checkbox"/>	Privada <input type="checkbox"/>	Comunal <input type="checkbox"/>	En litigio <input type="checkbox"/>
Datos del propietario del terreno			
Nombres completos: Parque Nacional Machalilla y comunidad Agua Blanca.	Dirección: 12 km hacia el norte de Puerto López y a 5km de la carretera principal.	Teléfono: N/A	
8. GESTIÓN DEL SITIO			
Ordenanza <input type="checkbox"/> N/A	Otras acciones <input type="checkbox"/> Ejecutor: C.A.B Acción: Gestión del sitio por la comunidad Agua Blanca. Año: 1992	Acciones sugeridas: Promover la colaboración de las autoridades en apoyo al desarrollo continuo de la comunidad.	
9. INFORMACIÓN GRÁFICA			
Mapa base			
Fotografías adicionales			
Descripción de la fotografía:	Descripción de la fotografía:		
10. OBSERVACIONES			
11. DATOS DE CONTROL			
Inventariado por:	Fecha de inventario:		
Registro fotográfico:			

ANEXO 12.- Certificado de plagio URKUND

De: report@analysis.arkund.com <report@analysis.arkund.com>

Enviado: miércoles, 07 de marzo de 2018 0:05

Para: Yoarneys Vasallo Villalonga

Asunto: [Urkund] 6% de similitud - gema.scornio2@gmail.com

Documento(s) entregado(s) por: gema.scornio2@gmail.com

Documento(s) recibido(s) el: 07/03/2018 1:03:00

Informe generado el 07/03/2018 1:05:08 por el servicio de análisis documental de Urkund.

Mensaje del depositante:

Documento : CHÁVEZ_G.pdf [D36189913]

Alrededor de 6% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 132 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).

La más larga sección comportando similitudes, contiene 77 palabras y tiene un índice de similitud de 100% con su principal fuente.

TENER EN CUENTA que el índice de similitud presentado arriba, no indica en ningún momento la presencia demostrada de plagio o de falta de rigor en el documento.

Puede haber buenas y legítimas razones para que partes del documento analizado se encuentren en las fuentes identificadas.

Es al corrector mismo de determinar la presencia cierta de plagio o falta de rigor averiguando e interpretando el análisis, las fuentes y el documento original.

ANEXO 13.- Fotografías



APLICACIÓN DE ENCUESTAS A TURISTAS LOCALES



ENTREVISTA A DIRIGENTE COMUNITARIO



ENTREVISTA AUTORIDAD LOCAL MACHALILLA



ENTREVISTA TURISTA NACIONAL



OFERTA TURÍSTICA: RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN