



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

**Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de
Los Ríos.**

AUTORES:

Avellaneda Pincay, Jimmy Alexander

Avellaneda Pincay, Karen Juliana

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Lcda. Ramírez Iñiguez Karla Lucia, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Avellaneda Pincay Jimmy Alexander** y **Avellaneda Pincay Karen Juliana**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TUTORA

Lcda. Ramírez Iñiguez Karla Lucia, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Salazar Raymond María Belén, Mgs.

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Avellaneda Pincay Jimmy Alexander

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos** previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018

EL AUTOR

Avellaneda Pincay, Jimmy Alexander



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Avellaneda Pincay Karen Juliana

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos** previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA

Avellaneda Pincay, Karen Juliana



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

AUTORIZACIÓN

Yo, Avellaneda Pincay Jimmy Alexander

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018

EL AUTOR

Avellaneda Pincay, Jimmy Alexander



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

AUTORIZACIÓN

Yo, Avellaneda Pincay, Karen Avellaneda

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA

Avellaneda Pincay, Karen Juliana



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

LCDA. KARLA LUCIA RAMÍREZ IÑIGUEZ, MGS.
TUTORA

LCDA. ALINE GUTIÉRREZ NORTHÍA, MGS.
DELEGADA DE LA CARRERA

ECO. SHIRLEY CAROLINA SEGURA RONQUILLO, MGS.
COORDINADORA DEL ÁREA

ING. JOSÉ ALBERTO MEDINA CRESPO, MGS.
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del Trabajo de Titulación denominado **Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos**, presentado por los estudiantes Avellaneda Pincay Jimmy Alexander y Avellaneda Pincay Karen Juliana fue enviado al sistema de antiplagio Urkund, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 2% por lo que se apruebe el Trabajo para que continúe el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	TT - Avellaneda Karen - Avellaneda Jimmy.doc (D40856543)
Presentado	2016-09-17 11:27 (-05:00)
Presentado por	Karla Lucía Ramírez Iñiguez (karla.ramirez01@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	karla.ramirez01.ucsg@analysis.orkund.com
	2% de estas 35 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez Mgs.

TUTORA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DE LA TUTORA
Avellaneda Pincay, Jimmy Alexander	
Avellaneda Pincay, Karen Juliana	

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez Mgs.

TUTORA

AGRADECIMIENTO

A nuestra amada madre July Pincay Parra, por su apoyo en cada paso dado a lo largo no solo de nuestra carrera universitaria pero sobre todo a lo largo de nuestra vida, por creer en nosotros y jamas dejarnos flaquear pese a los optaculos que encontramos.

Agradecemos a nuestro querido padre Lautaro Avellaneda, por enseñarnos la importancia de los valores, el sentido del respeto hacia el progimo que es la mejor herencia que nos pudo brindar.

A nuestra abuela Santana Parra y tías Rosa, Alexandra y Narcisa, por ser las personas que nos apoyaron cuando nuestros padres no pudieron, por guiarnos de la mejor manera y enseñarnos la importancia de la union familiar.

A mi familia gracias por existir y a nuestra bisabuela que aunque hoy ya no esta, fue un pilar fundamental en nuestras vidas .

Índice

_Introducción	2
Formulación del problema	3
Justificación.....	3
Objetivos	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
Capítulo 1.- Marcos de la Investigación	5
Marco conceptual.....	5
Turismo	5
Recreación turística.....	6
Recursos turísticos	6
Atractivos turísticos	7
Servicio	8
Humedal	8
Turismo comunitario.....	8
Turismo sostenible	10
Superestructura o gobernanza	10
Infraestructura	11
Oferta turística.....	11
Demanda turística.....	12

Comunidad receptora	13
Costos y beneficios del turismo	13
Producto turístico	13
Marco teórico	15
Antecedentes de la investigación	15
Fundamentación teórica	15
Teoría del desarrollo local territorial.....	15
Teoría de las necesidades	15
Teoría del consumidor.....	17
Marco legal.....	19
Marco Referencial.....	21
Capítulo 2.- Diagnóstico del estado del sistema turístico en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos para determinar el estado actual de la oferta turística.....	23
Oferta turística.....	23
Análisis de planta turística	23
Alojamiento.....	23
Descripción de los atractivos	26
Infraestructura	27
Recursos naturales.....	28
Gobernanza	29
Capítulo 3.- Demanda actual y potencial del Cantón Vinces para establecer la brecha entre la oferta y demanda.....	30

Metodología	30
Diseño de investigación	30
Tipos de investigación.....	30
Métodos de investigación.....	31
Técnicas e instrumentos	31
Encuestas dirigidas a los visitantes del cantón Vinces	34
Análisis PEST	44
Capítulo 4.- Propuesta de Diseño De Productos Turísticos Para El Cantón Vinces, Provincia De Los Ríos.	45
Conclusiones	53
Recomendaciones.....	54
Referencias.....	55

Índice de tablas

Tabla 1.- Catastro de establecimientos MINTUR.....	24
Tabla 2.- catastro de establecimientos alimenticios MINTUR	25
Tabla 3 Análisis PEST	44
Tabla 4. Proyecto 1 Diseña baños públicos en el Humedal Abras de Mantequilla ...	48
Tabla 5. Proyecto 2 Implementación de señalización turística	49
Tabla 6. Proyecto 3 Arreglo de vías de acceso	50
Tabla 8. Proyecto 5 reestructuraciones de la réplica de la torre Eiffel	52

Índice de Figuras

Figura 1. Localización Humedal	28
Figura 2 Localización Humedal	28
Figura 3, Humedal Abras de Mantequilla	28
Figura 4. Genero de los visitantes	34
Figura 5. Edades de los visitantes del cantón Vinces.....	34
Figura 6. Lugar de procedencia de los visitantes	35
Figura 7. Frecuencia de visitas	36
Figura 8. Motivo de visita	36
Figura 9. Tiempo de permanencia.....	37
Figura 10. Atractivos que conoce del Cantón Vinces	37
Figura 11. Actividades realizadas en el cantón	38
Figura 12. Fiestas de Vinces	38
Figura 13. Alimentación.....	39
Figura 14. Hospedaje	39
Figura 15. Señalización.....	39
Figura 16. Vías de acceso.....	39
Figura 17. Tipo de turismo que realizaría en el cantón.....	40
Figura 18. Formas de enterarse sobre los atractivos del cantón Vinces.....	40
Figura 19. Visita a zonas rurales del cantón	41
Figura 20. Zonas que desearía visitar.....	41
Figura 21. Gastos realizados por alimentación	42
Figura 22. Gastos realizados por hospedaje.....	42
Figura 23. Gastos realizados por otros servicios.....	43
Figura 24, vista de una parte del Malecón de Vinces	82
Figura 25, Replica de la torre Eiffel de Vinces.....	82
Figura 26, Chocolatera Pepa de Oro	82
Figura 27, Hostal el señor de los Caballos.....	82
Figura 28, Recinto el Recuerdo.....	82
Figura 29, Bosque del Humedal Abras de Mantequilla	82
Figura 30, Iglesia del Recinto el Recuerdo	82

Índice de Apéndices

.Apéndice 1.- Caracterización turística de comunidades	60
Apéndice 2.- Caracterización de la demanda.....	69
Apéndice 3 .- Metodológica para el inventario de atractivos.....	71
Apéndice 4.- Formato de la encuesta.	81

Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad la propuesta de diseño de producto turístico en el cantón Vinces provincia de los Ríos, para lo cual se realizaron visitas al cantón que permitieron conocer las características, recursos y atractivos de la zona, también se ha realizado un estudio de mercado que permite revelar el gran interés existente en los recursos naturales con los que cuenta la zona, principalmente el Humedal Abras De Mantequilla.

El poco aprovechamiento de los recursos turísticos es uno de los principales factores que no permite el correcto desarrollo de la actividad turística en el cantón Vinces, para lo cual se espera contribuir a la solución de esta problemática.

La propuesta está enfocada en los atractivos como son el Humedal Abras de mantequilla y la réplica de la torre Eiffel ubicada en el centro histórico de Vinces, a través de proyectos que buscan mejorar los atractivos, su accesibilidad y su conservación.

Palabras Clave: (producto turístico, recursos naturales, atractivos, accesibilidad)

Abstract

The purpose of the present titration work is the proposal for the design of a tourist product in the province of Vinces, province of Los Ríos, for which visits were made to the canton that allowed knowing the characteristics, resources and attractions of the area. a market study that allows us to reveal the great interest that exists in the natural resources of the area, mainly the Abras De Mantequilla wetland.

The little use of tourism resources is one of the main factors that does not allow the proper development of tourism in the canton of Vinces, for which it is expected to contribute to the solution of this problem.

The proposal is focused on the attractions such as the Abras Butter Wetland and the replica of the Eiffel Tower located in the historic center of Vinces, through projects that seek to improve the attractions, their accessibility and their conservation.

Keywords: (tourism product, natural resources, attractions, accessibility)

Introducción

El presente trabajo de investigación se basa en evaluar los recursos con los que cuenta el cantón Vinces, para incrementar el desarrollo y fortalecimiento del turismo a través de la creación de un producto turístico.

Tiene como objetivo revelar nuevas actividades turísticas que posee el cantón señalando sus recursos naturales e históricos favorables para mejorar su desarrollo económico, social y local.

Se ha logrado determinar que es un sector con un gran potencial turístico y agrario. Sin embargo, debido a la poca coordinación entre las entidades públicas y los jefes de cada recinto, no ha logrado utilizar sus recursos de una manera óptima.

En el capítulo I, se plantearon los marcos de la investigación:

En el marco conceptual se analizaron algunos conceptos fundamentales del turismo principalmente los elementos del sistema turístico.

En el marco teórico se tomaron teorías básicas como la de las necesidades y de la motivación humana de Maslow que ayudan a entender la motivación del ser humano por crecer y tener un mejor estilo de vida.

En el marco legal se presentan las leyes más relevantes en base a los proyectos que se desean realizar en la propuesta.

En el capítulo II, se realizó un diagnóstico del estado del sistema turístico en el cantón Vinces, donde se logró determinar con que atractivos cuenta el cantón y en qué estado y jerarquía se encuentran.

En el capítulo III, se estableció el tipo de investigación que fue mixta, donde se logró establecer los métodos y herramientas necesarias para la recolección de los datos que ayudaron a determinar la muestra para la realización de las encuestas.

En el capítulo IV, se desarrollaron los diferentes proyectos para la propuesta del diseño de producto turístico, con la metodología elegida, se definieron costos aproximados de los trabajos a realizarse basados en proyectos similares a los que se desean elaborar; finalmente se estableció la conclusión y las recomendaciones de la investigación.

Formulación del problema

¿El diseño de un producto turístico podrá impulsar el desarrollo económico en el cantón Vinces provincia de los Ríos?

Justificación

Por medio de la presente investigación en el cantón Vinces, se desea ampliar los campos de desarrollo del sector turístico del cantón, tomando en consideración atractivos con gran potencial que no han sido utilizados de forma sustentable,

El cantón Vinces cuenta con buena localización geográfica, que merece ser aprovechada por los turistas de la costa y la sierra ya que se encuentra en una ubicación de fácil acceso para ambas regiones.

La creación de un diseño de producto turístico le ayudara a la promoción de sus atractivos, favorecerá al incremento turístico y al desarrollo de diferentes factores que influyen en los niveles socioeconómicos del cantón, dando una diferente opción a los vicensinos que solo basan su economía en la agricultura.

Este proyecto se justifica por la gran demanda de los turistas a lugares nuevos y poco visitados tales como lo son el Humedal abras de mantequilla y las fiestas que Vinces que promueven más el turismo local

Basándose en las estadísticas del país donde se puede constatar que el turismo tiene un incremento importante en la economía, no se puede dejar atractivos como los de Vinces fuera de este desarrollo ya que gracias a estos la ciudad y sus recintos aledaños podrían alcanzar un mejor estilo de vida y un mejor nivel socio económico.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar el estado del sistema turístico en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos para determinar el estado actual de la oferta turística.
2. Determinar la demanda actual y potencial del Cantón Vinces para establecer la brecha entre la oferta y demanda.
3. Diseñar los productos turísticos para reducir la brecha entre oferta y demanda turística/recreacional del Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos.

Capítulo 1.- Marcos de la Investigación

Marco conceptual.

Para el desarrollo del tema a tratar se debe tomar en consideración varios conceptos los cuales ayudaran a facilitar el completo entendimiento de la investigación.

Turismo

Organización Mundial de Turismo (2005), El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/ profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Turismo se ha vuelto una tendencia y se sabe que está relacionado con el ocio, el descanso y el descubrimiento de nuevos lugares y culturas, tal es el crecimiento del turismo que muchos países han inclinado su economía en base a las actividades y destinos que este promueve.

Somoza (2015), explica que: El turismo, es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Se entiende por turismo; a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios, en los que uno no vive de manera permanente.

Si bien el turismo está relacionado con el desarrollo económico, se debe asociarlo al gran impacto que puede causar en las diferentes comunidades o ciudades las cuales entran como protagonistas al momento de ser un atractivo o tener atractivos turísticos, es por eso que se debe medir el impacto para poder desarrollar un turismo sostenible tal como lo conceptualiza el autor.

De acuerdo con Boullón, (2006), “El turismo no nació de una teoría, sino de una realidad que surgió espontáneamente, y se fue configurando a sí misma bajo el impacto de descubrimientos en otros campos, como, entre otras cosas, el progreso de la navegación y el invento de ferrocarril, del automóvil y del avión”. (P. 17)

Recreación turística

Según Ziperoovich (2013), el turismo recreativo se refiere como al tiempo que nos hace cambiar ciertos aspectos para así tener buenos resultados de ellos, considero que también es importante tener una actitud positiva para que estas funciones se lleven a cabo ya que son actividades que en lo general se disfrutan y que ayudan a la sociedad a salir de lo rutinario, porque en algunos no se practican o simplemente no se tiene conocimiento de las mismas.

La recreación turística es una actividad que puede desarrollarse en ámbitos hoteleros, empresariales y centros turísticos de excursión; donde el profesional desempeña habilidades para la elaboración y aplicación de actividades recreativas que le permiten integrar a los turistas con responsabilidad y compromiso al lugar donde se desempeñan dichas actividades.

La propuesta de recreación se ha vuelto fundamental en las ciudades que desean desarrollar el turismo, ya que son el principal incentivo de los visitantes locales y extranjeros para aceptar y prolongar su estadía en el destino turístico

Tomando como referencia lo expuesto por Ziperoovich, se puede concluir que las actividades turísticas de recreación para su éxito deben ser innovadoras, diferentes y deben aportar un plus, dejando a un lado los aspectos monótonos y habituales del turista, sea este local o extranjero.

Recursos turísticos

Juárez & Cebrián, (2016) “los recursos turísticos son atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, etcétera y representan el elemento básico de atracción, la motivación principal del viaje” (P. 203).

Según Cristina Nasimba & Magda Cejas (2015), los recursos turísticos corresponden a siete tipos generales:

- Recursos Naturales: aquellos asociados a la geografía y la ecología, como los relacionados con las playas, el mar, la costa, el clima, el sol, la orografía, las montañas, los ríos, la flora, la fauna.
- Recursos asociados al ocio: instalaciones existentes para la práctica de diferentes tipos de deportes.

- Recursos Culturales e históricos: monumentos arqueológicos, religiosos, museos, cascos antiguos, entre otros.
- Recursos para la celebración de Ferias, Congresos y Negocios. Elementos de infraestructura: se incluye toda la estructura y parques de transporte, como las de las líneas aéreas, marítimas, de carreteras. Permiten disfrutar turísticamente de los anteriores y adecuar las condiciones en donde se asientan los componentes privados relacionados con la actividad turística.
- Alojamiento y restauración: instalaciones para el alojamiento y la alimentación, así como los elementos relacionados con ambos.
- Elementos complementarios: como bares, tabernas, cafés, instalaciones de divertimento, parques y jardines

Se puede entender que al hablar de recursos turísticos se refiere al conjunto medios que nos permiten realizar la actividad turística en un determinado destino.

Atractivos turísticos

Carolina Cohen y Graciela Benseny (2016), indica que “los atractivos turísticos son representaciones o recursos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística.” (P. 354)

La experiencia turística es lo más importante para el éxito de un destino turístico con esto debemos comprender que contemplación se refiere a no carecer de instalaciones suficientes, interpretación no carecer de relatos suficientes y participación no carecer de actividades suficientes.

Carolina Cohen y Graciela Benseny (2016) Indica: “En este sentido, los atractivos turísticos no son atributos absolutos de un lugar, sino que se construyen en relación con la sociedad de origen de los turistas, a través de su imaginación, percepción y concepción. La condición de atractiva turística de un lugar no resulta de sus propiedades intrínsecas sino de procesos de valorización social que definen cuáles de esos rasgos del lugar se transformarán en atractivos turísticos”. (P. 39)

El concepto de Cohen y Benseny nos permite establecer parámetros de aceptación de un destino ya que solo el turista puede darle un valor y solo gracias a los turistas podríamos considerar un atractivo como turístico.

Servicio

Según Ascanio (2014), Cuando nos enfrentamos al turismo como objeto de análisis es conveniente desarrollar un modelo de interrelaciones entre todos los componentes que contribuyen al logro de un servicio de calidad total; y así, a la mejor imagen posible del destino turístico, pues es finalmente el turista. (P. 37)

Alén González, M. E. & Fraiz Brea, J. A. (2006), indican que la calidad percibida es la variable que presenta límites menos claros respecto al concepto de satisfacción, ya que ambas se refieren a un proceso de evaluación en el que el cliente compara la experiencia del servicio con determinadas expectativas previas, es decir, ambas tienen en común el hecho de que se considera central el punto de vista de los clientes, al valorar los servicios que presta una organización. (P. 252)

Humedal

(Agüera, 2014), Según lo conceptualizan Ascanio y González, servicio se puede entender como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor. Los humedales son aquellas superficies cubiertas de agua estancada, permanente o temporal, dulce, salobre o salada, natural o artificial que incluyen marismas, pantanos, turberas y extensiones de aguas marinas o praderas de hierbas marinas con una profundidad inferior a seis metros. (P. 6)

En el turismo los humedales representan una gran fuente de productos, ya que en estos se puede realizar diferentes actividades además que contienen variedades en flora y fauna que otros ecosistemas no contienen. Tomando como ejemplo el humedal abras de mantequilla del recinto el Recuerdo este se centra en la protección de su fauna ya que entre ella existen especies endémicas de la región ecuatorial.

Ministerio del Ambiente, (2015) Explica que la definición más utilizada es la dada por la Convención Ramsar "que abarca todos los lagos y ríos, acuíferos subterráneos, pantanos y marismas, pastizales húmedos, turberas, oasis, estuarios, deltas y bajos de marea, manglares y otras zonas costeras, arrecifes coralinos, y sitios artificiales como estanques piscícolas, arrozales, reservorios y salinas".

Turismo comunitario

(Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2016) Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el

contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados, (P. 1).

Se puede establecer como turismo comunitario a una alternativa económica de las diferentes comunidades y etnias de un país, creando ingresos adicionales a las actividades económicas habituales; dando un mayor valor a los recursos naturales y culturales locales.

(Cabanilla Enrique, 2015) El turismo comunitario se expone como una actividad económica. Presenta su cultura y su relación con la naturaleza, como atractivos principales en la relación visitante y anfitrión, enfatiza sobre el grado de control y aceptación de la actividad comunitaria ejecutora local, determina la dirección que deben tomar los beneficios generados, con un criterio unificado al desarrollo equitativo de sus miembros y difunde la idea de poner en valor sus recursos (patrimonio comunitario) para su uso turístico.

Las culturas anfitrionas deben distribuir los beneficios que el turismo aporta para toda la comunidad, de esta forma podrán darle un valor a los recursos que ellos como cultura exponen a los visitantes.

(Cabrera Díaz Dunia, Pérez Hernández Iverilys, & Cabrera Díaz Juan, 2017), El turismo comunitario se reconoce como una de las modalidades turísticas más destacadas y con mayor potencial en el proceso de revalorización del potencial endógeno del territorio, de lo local en las dinámicas de desarrollo (P. 6)

Sión de Josse Veronica, (2010) Art. 54 nos dice, “Que el Turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística”.

Turismo sostenible

Para llegar a entender ampliamente el concepto de turismo sostenible, se debe analizar qué se entiende por sostenibilidad. Piñole (2015), plantea que sostenibilidad se entiende como: Visión y actuación para que las futuras generaciones hereden y avancen para un mundo mejor.

Se entiende que al hablar de sostenibilidad se refiere al cuidado y mantenimiento de los diferentes recursos para asegurar su existencia futura o prolongar su vida.

Cabrera Díaz Dunia et al. (2017) “En los últimos años se aplica el turismo sostenible para minimizar los males medioambientales que la industria del ocio puede acarrear, asumiéndose una actitud más responsable con el cuidado del ecosistema y los recursos culturales” (P. 2).

El turismo sostenible busca causar el menor impacto en el medio ambiente y las comunidades locales y al mismo tiempo crear ingresos y la institución de nuevas plazas de empleo en las poblaciones locales.

Superestructura o gobernanza

Altomonte & Sánchez (2016), “comprende las acciones conjuntas y el ejercicio de autoridad pública que los distintos agentes del Estado (de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial, y de los organismos regulatorios sectoriales, entre otros) llevan adelante a través del marco de políticas e instituciones vigentes.” (P. 16)

De esta manera se puede entender a la superestructura como el grupo de elementos del día a día dependientes de la infraestructura. Los aspectos de la organización se refieren al ordenamiento de la sociedad.

Ricaurte (2009), Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función, (P. 16).

En otras palabras, se puede decir que superestructura es la compleja organización que regula y permite armonizar tanto la producción y venta de servicios

Infraestructura

Según Juárez & Cebrián (2016), “las infraestructuras son aquellos elementos, ya sean públicos o privados, necesarios para el desarrollo de la actividad turística, que no son ni recursos ni empresas turísticas” (P. 210)

Así mismo Juárez et al. (2016), expresan que: “forman parte de las infraestructuras todos aquellos elementos necesarios para desarrollar la actividad turística, bien sea infraestructura de acceso (carreteras, aeropuertos, etc.), de sanidad, de señalización, etcétera” (P. 203).

Se entiende que la infraestructura tiene un papel fundamental en el desarrollo de la actividad turística, ya que es en parte gracias a ella que se crean las facilidades de accesibilidad y estructuras físicas que utilizan tanto los profesionales en turismo como los visitantes.

Altomonte & Sánchez (2016), “La definición de infraestructura considera tres dimensiones: física, institucional y personal. El rubro de infraestructura física se refiere a las carreteras, ferrovías, redes de telecomunicación, puertos y otros servicios de utilidad pública. Se puede decir que la efectividad del desarrollo de infraestructura estará en función de la confiabilidad, la calidad de provisión y el costo para el usuario. Con respecto al factor institucional, este tipo de infraestructura se refleja en la eficiencia y los costos del régimen administrativo y regulatorio, que apoya al sector productivo. Finalmente, la infraestructura personal está compuesta por el conocimiento práctico y teórico aunado al potencial cuantitativo y cualitativo de la sociedad” P.77

Oferta turística

Buhalis et al. (2008), “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (P. 51).

La Oferta turística se basa en lo que el destino turístico tiene para ofrecer a sus visitantes de esta podemos tomar como ejemplo los servicios más básicos tales como hospedaje, alimentos y bebidas, recreación, vale recalcar que muchas veces es gracias a estos servicios que el visitante muestra mayor interés hacia el destino.

Buhalis et al. (2008), “compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística” p.47

Si bien tomamos como punto fuerte los productos agregados hacia el consumo del turista en general debemos medir a que costo se pueden ofrecer ciertos servicios, ya que no todos los turistas desean o ambicionan los mismos servicios, es por eso que en el entorno de un atractivo o recurso turístico todos los entes que desempeñan el papel de oferentes debe trabajar de manera coordinada para poder brindar una mejor experiencia.

Demanda turística

Mamani, Wilson (2016), expone que: El concepto de demanda turística está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

Podemos determinar que el concepto de demanda turística está relacionado con los gustos y preferencias de los consumidores en un determinado momento, lugar e incluso etapa de sus vidas. Para nuestro proyecto también se debe tomar en consideración la definición planteada por la Organización Mundial del Turismo.

Buhalis et al. (2008), expone como: “formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos” (P. 47).

Lo expuesto por los autores nos permite percibir a la demanda turística como el conjunto de turistas, de forma individual o grupal, que tienen la necesidad de consumir un determinado producto o servicio turístico.

Para Juárez & Cebrián, (2016), demanda turística es “la cantidad de servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por los consumidores turísticos”. También la define como “El número de consumidores turísticos reales o previstos” (P. 228).

De esta forma analizando los conceptos de los autores Lourdes Olmos Juárez y Rafael García Cebrián se puede llegar a la conclusión de que demanda turística es:

Para Juárez & Cebrián, (2016), la demanda turística es: “el conjunto de consumidores que se desplazan y consumen servicios y/o productos turísticos, motivados por diferentes intereses como el descanso, la cultura, etcétera” (P. 229).

Comunidad receptora

Monterrubio, (2018) “La comunidad local es simple y complejamente un elemento imprescindible en la existencia del turismo. Por un lado, la comunidad, aunque quizá como parte de su vida ordinaria, provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda, del visitante” p. 106.

Es importante el impacto que el turismo causa a la comunidad receptora ya que se debe mantener una armonía entre visitante y local dado que solo de esta manera podemos mantener un turismo estable, para esto se debe tener en cuenta el tipo de turista que la comunidad puede y está dispuesta a recibir.

Costos y beneficios del turismo

Buhalis et al. (2008), explica que: La Metodología del Análisis Coste-Beneficio se basa en la comparación de los costes y beneficios que un proyecto representa para una zona determinada. En definitiva, se trata de saber si los beneficios económicos del proyecto elegido compensan y superan los costes medio ambientales, socioculturales y económicos que surjan de su aplicación. El objetivo final debe ser la maximización del bienestar de las partes interesadas.

Producto turístico

Según Boullon (2006), “El producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta. De esta forma nos explica que “el producto turístico es aquel que le permite pasear, visitar los atractivos, hacer deportes y divertirse.” P 37

El autor da a entender que un producto turístico es la agrupación de elementos tangibles e intangibles dentro de los cuales podemos encontrar: los atractivos, recursos, equipos, servicios e infraestructura entre otros; que nos permitan un mejor desarrollo de la actividad turística dentro de una determinada zona, región, ciudad, etc.

Cristina Nasimba & Magda Cejas, (2015). Los productos turísticos se caracterizan por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles, que permiten el desarrollo de actividades específicas en determinados destinos.

Las Autoras nos ayudan a entender la importancia de la creación de un producto turístico para un destino en él se desee desarrollar plenamente la actividad; los elementos son el conglomerado de las facilidades y servicios que los turistas pueden realizar en su lugar de estadía.

Marco teórico

Antecedentes de la investigación

Revisados los archivos de la Facultad de Especialidades Empresariales, Carrera de Turismo y Hotelería, no se encuentran estudios realizados con el tema Propuesta de Diseño de Producto Turístico/ recreacional en el cantón Vinces provincia de los ríos.

Fundamentación teórica

Debido a las exigencias del tema a tratar se deberán tomar en consideración diferentes teorías que puedan explicar el desenvolvimiento del tema dándole una estructura más firme:

Teoría del desarrollo local territorial

Vázquez-Barquero (2009), nos dice que “Las iniciativas de desarrollo local surgieron en los países pobres y de desarrollo tardío, con el fin de neutralizar los efectos negativos que la globalización y el ajuste productivo produjeron en el nivel de vida de la población.”

Barredo (2010) concuerda explicando que el objetivo del desarrollo territorial es establecer un modelo de desarrollo cooperativo, sustentable y equilibrado con un profundo sentido de identidad.

Esta teoría nos ayuda a entender la importancia del desarrollo local en la zona donde se requiere mejorar la oferta turística. El proceso de desarrollo local permite valorizar las capacidades locales y la creación de redes territoriales, permitiendo el progreso del rendimiento y competitividad de las empresas y territorios.

Teoría de las necesidades

Maslow (1908), Planteó en su libro Motivation and Personality (Motivación y Personalidad) el concepto de la Jerarquía de Necesidades que fundamenta, en mucho, el desarrollo de la escuela humanista en la administración y permite adentrarse en las causas que mueven a las personas a trabajar en una empresa y a aportar parte de su vida a ella.

De esta manera Maslow, ayuda a entender la necesidad del hombre por cubrir sus carencias tanto las primarias como las asociadas con la auto realización. Se puede entender cuál es razón por la cual las personas desarrollamos una determinada actividad económica y que buscamos conseguir con ella.

Maslow (1908), Explica que el punto ideal de la teoría sería aquel en el cual el hombre se sienta "autor realizado" pero esto es muy raro, se podría decir que menos del 1% de las personas llegan a la plena realización.

De esta manera Maslow (1908) crea la jerarquía de las necesidades conceptualizándolas de esta manera:

- Necesidades Fisiológicas: estas necesidades constituyen la primera prioridad del individuo y se encuentran relacionadas con su supervivencia. Dentro de éstas encontramos, entre otras, necesidades como la homeóstasis (esfuerzo del organismo por mantener un estado normal y constante de riego sanguíneo), la alimentación, el saciar la sed, el mantenimiento de una temperatura corporal adecuada, también se encuentran necesidades de otro tipo como el sexo, la maternidad o las actividades completas.

- Necesidades De Seguridad: con su satisfacción se busca la creación y mantenimiento de un estado de orden y seguridad. Dentro de estas encontramos la necesidad de estabilidad, la de tener orden y la de tener protección, entre otras. Estas necesidades se relacionan con el temor de los individuos a perder el control de su vida y están íntimamente ligadas al miedo, miedo a lo desconocido, a la anarquía.

- Necesidades Sociales: una vez satisfechas las necesidades fisiológicas y de seguridad, la motivación se da por las necesidades sociales. Estas tienen relación con la necesidad de compañía del ser humano, con su aspecto afectivo y su participación social. Dentro de estas necesidades tenemos la de comunicarse con otras personas, la de establecer amistad con ellas, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, la de pertenecer a un grupo y sentirse aceptado dentro de él, entre otras.

- Necesidades De Reconocimiento O Estigma: también conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima. Este grupo radica en la necesidad de toda

persona de sentirse apreciado, tener prestigio y destacar dentro de su grupo social, de igual manera se incluyen la autovaloración y el respeto a sí mismo.

- Necesidades De Auto Superación: también conocidas como de autorrealización, que se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo.

Para entender ampliamente la teoría de las necesidades debemos analizar la teoría de la Motivación Humana.

Colvin y Rutland (2008), La “Teoría de la Motivación Humana”, propone una jerarquía de necesidades y factores que motivan a las personas; esta jerarquía se modela identificando cinco categorías de necesidades y se construye considerando un orden jerárquico ascendente de acuerdo a su importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. De acuerdo a este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad.

De la misma manera Maslow (1943). Propone su “Teoría de la Motivación Humana” la cual tiene sus raíces en las ciencias sociales y fue ampliamente utilizada en el campo de la psicología clínica; a su vez, se ha convertido en una de las principales teorías en el campo de la motivación, la gestión empresarial y el desarrollo y comportamiento organizacional.

Teoría del consumidor

Rose, (2015) Tomando las palabras de K. Marx dice, “La producción le da al consumo su determinación, su carácter, su finalidad. De la misma forma que el consumo le daba al producto su fin como producto, la producción le da su finalidad al consumo. En suma: El objeto no es un objeto en general, sino un objeto determinado que tiene que ser consumido de una forma determinada, que ha de ser a su vez mediada por la producción misma. El hambre es hambre, pero el hambre que es saciada con carne guisada comida con cuchillo y tenedor es un hambre muy diferente de aquella que es saciada devorando carne cruda con la ayuda de las manos, uñas y dientes. No sólo el objeto del consumo, sino también la forma del consumo es

producido, en consecuencia, por la producción, no sólo objetiva sino también subjetivamente. La producción crea, por lo tanto, a los consumidores”

De esta manera el autor explica las diferencias básicas entre las necesidades y la determinación de consumir un determinado producto; dando a entender que aunque, si el consumo puede estar motivado por una necesidad, no necesariamente depende de esta para su desarrollo.

De esta manera se puede entender que, para llegar al consumo, las personas deben darle un determinado uso, creado así la necesidad del objeto como tal; permitiendo a su vez su producción y comercialización.

Marco legal

Para el desarrollo de nuestro marco legal tomamos en consideración la regulación establecida en la normativa de turismo del Ecuador.

Según lo establecido en la Ley de Turismo del 29 de diciembre 2014, capítulo 1

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Desarrollo de actividades turísticas.

Reglamento de alojamiento turístico, capítulo 1

Art. 4.- Ejercicio de la actividad. - Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley.

En cuanto al desarrollo de actividades turística en las comunidades locales, nos dice:

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Ya que en el cantón Vinces existen varias reservas naturales y áreas protegidas también debemos analizar el Capítulo VI de Áreas turísticas protegidas, donde nos dice:

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de

tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles.

Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Según el reglamento de actividad turística en el título VIII, capacitación y formación de la profesionalidad turística:

Art. 193.- Centros de formación turística.- El Ministerio de Turismo, en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades y los demás institutos de educación superior y técnica, determinará a nivel nacional las necesidades de formación y capacitación del personal requerido en la actividad turística y autorizará el funcionamiento de los centros de formación y promoción turística a nivel medio que no se hallen sujetos a las normas de la Ley de Educación Superior, y aprobará los correspondientes programas de estudio.

Art. 194.- Labores de capacitación. - El Ministerio de Turismo, para el cumplimiento de sus fines podrá dictar cursos, seminarios, conferencias, o propiciar cualquier evento técnico, para lo cual podrá contratar o invitar a profesionales y técnicos nacionales o extranjeros, de reconocida solvencia.

Marco Referencial.

«Diagnóstico y estudio descriptivo del cantón Vinces en el sector turístico e importancia para su desarrollo», 2011. Basados en la investigación de Diagnóstico y estudio 2011 se puede tomar en consideración que las personas, para satisfacer sus necesidades transforman todo tipo de actividad para obtener una ganancia, transformando a estas en actividades económicas como la agricultura, construcción y confección.

De la misma manera hace un énfasis en la importancia de las actividades que involucran el desarrollo del servicio, en este campo entra una de las actividades con mayor margen de utilidad e interés tal como es el turismo.

El Turismo se ha vuelto el eje principal en la economía de muchos países, así mismo en Ecuador hay poblaciones que cuentan con una gran variedad de atractivos y tienen el potencial para transformarse en parte clave para el desarrollo turístico en el país.

«Análisis de la demanda turística del cantón San Lorenzo de Vinces para el diseño de una hostería», 2016. Gracias al análisis de la demanda turística se puede notar el incremento de turistas en los recintos cercanos a este cantón esto debido al atractivo de sus tierras, al incremento de producción de cacao y al interés de los turistas por nuevas aventuras, tales como los paseos por las cacaoteras y el humedal Abras De Mantequilla.

La investigación ayuda a comprender que a pesar de la demanda las poblaciones no cuentan con una debida oferta, dejando una vasta desconformidad del turista, que, aunque esté dispuesto a visitar o permanecer en estos destinos, se le dificulta por la carencia de establecimientos.

El estudio concluye que el desarrollo de este cantón está en manos del turismo y es por eso que el Municipio y las grandes empresas que exportan el cacao deberían invertir más en infraestructura, planta y capacitación para los pobladores, destinadas a mejorar las capacidades turísticas de la comunidad receptora.

«Creación de dos circuitos turísticos sustentables para el desarrollo, promoción y fortalecimiento de la actividad turística en la provincia de los ríos», 2012. Basados en la investigación, permite notar la falta de desarrollo turístico en la provincia de los ríos, que pese a contar con una gran cantidad de atractivos naturales

y culturales no se ve ningún interés por parte del turista ni de las entidades gubernamentales del país.

La investigación nos ayuda a comprender las necesidades económicas de la provincia y como el desarrollo de un turismo sustentable podría ayudar a mejorar la calidad de vida de las poblaciones y de sus alrededores, por esta razón nace la propuesta de creación de dos circuitos turísticos sustentables para el desarrollo, promoción y fortalecimiento de la actividad turística.

En conclusión, se determinó que la provincia de los ríos se vería beneficiada con un mejor desarrollo turístico y que los pobladores están dispuestos a ejercer esta actividad para mejorar sus ingresos.

Capítulo 2.- Diagnóstico del estado del sistema turístico en el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos para determinar el estado actual de la oferta turística.

Características generales del cantón Vinces

El cantón Vinces está ubicado al suroeste de la provincia de los Ríos, ha aproximadamente 100 km de la ciudad de Guayaquil puerto principal y 390 km de la ciudad de Quito capital del Ecuador.

Vinces tiene una población aproximada de 71.736 hab según los registros del GAD.

El diagnóstico consiste en el análisis del sistema turístico con el que cuenta actualmente el cantón Vinces.

Ayuda a identificar tres propósitos específicos:

- 1) Definir el estado actual del turismo en un determinado espacio, sus oportunidades y limitaciones.
- 2) Argumentar las soluciones, proposiciones y técnicas de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos.
- 3) Establecer una línea que sirve para comparar las diferencias entre la situación del turismo antes y después de la toma de decisiones.

Oferta turística

Análisis de planta turística

Determinar el número y tipo de servicios turísticos que se encuentran en la comunidad de destino.

Dentro de los servicios se registra:

Alojamiento: Se dividen en dos grupos los registrados por el Ministerio de Turismo y los que funcionan solo con permiso del GAD Cantonal de Vinces.

Tabla 1
Catastro de establecimientos MINTUR

Establecimientos registrados en el catastro MINTUR 2018.				
Descripción del alojamiento	Tipo	Categoría	Dirección	Características
El señor de los caballos	hostería	primera	Bolívar 20166 y Sucre	N° de hab. 28, n° de plazas 18, todas las habitaciones poseen baños privados, teléfono, televisión con cable, internet inalámbrico, aire acondicionado y calefacción. La hostería posee piscina, spa, bar - karaoke restaurante.
Azuay	hostal	1 estrella	Balzar y Av. Las flores	N° de hab. 28, n° de plazas 32, todas las habitaciones poseen baños privados, televisión con cable, aire acondicionado e internet inalámbrico.
Mónaco de Vinces	hostal	1 estrella	Córdova y Bolívar	N° de hab. 11, n° plazas 17, todas las habitaciones poseen baño privado, televisión, aire acondicionado e internet inalámbrico.
Establecimientos registrados solo por el GAD cantonal				
Noches de París	hostal	ninguna	Av. Aquiles Carriel	N° de hab. 12, n° de plazas 17, todas las habitaciones poseen baño privado, televisión con cable, aire acondicionado e internet inalámbrico.
Rizz Hotel	Hotel	ninguna	Entre av. Balzar y Flores	N° de hab. 10, n° de plazas 15, todas las habitaciones cuentan con aire acondicionado, baño privado, internet inalámbrico y televisión con cable.

Establecimientos de alimentación

Para la recopilación de información sobre los establecimientos de alimentación en Vinces, se tomó en consideración los recolectados en visitas de campo realizadas y los datos presentes en el catastro del MINTUR de establecimientos del 2018.

Tabla 2.

Catastro de establecimientos alimenticios MINTUR

Nombre del establecimiento	Dirección	Clasificación	Capacidad de personas	
			Mesas	Plazas
Pingüino	Bolívar 206 y Sucre	Fuente soda	4	16
Los piqueros de Gustavo	9 de octubre y Sucre	Restaurante	10	40
Bimba	Balzar y Sucre	Fuente soda	5	20
El pibe	Bolívar 407 y Córdova	Restaurante	9	36
La finca 2	Bolívar y malecón Eloy Alfaro	Restaurante	10	40
El paradero de Simón	Av. Córdova y teniente Hugo Ortiz	Restaurante	8	32
Borgata	Córdova y el oro	Restaurante	10	40
Mar rojo de Vinces	Paquisha y Córdova	Restaurante	8	32
KFC	Av. Aquiles Carriel y José Echeverría	Restaurante	19	76

Se puede concluir que existen pocos establecimientos de alimentación, entre los que encontramos algunas fuentes soda y restaurantes registrados en el catastro del MINTUR de 2018, ninguno de ellos sirve platos típicos de la zona y la mayoría están situados en el centro de Vinces. Los locales son utilizados principalmente por los habitantes locales, visitantes de los recintos aledaños y turistas nacionales.

El cantón cuenta con algunos establecimientos no registrados de los cuales no se tiene registro ya que los propietarios no tienen predisposición para brindar información.

De acuerdo a la información brindada por la dirección de turismo del municipio de Vinces, no existe un inventario en físico de atractivos a pesar de eso identificaron el centro histórico de Vinces, el río y las fiestas que se realizan en el cantón como sus atractivos.

En la visita de campo realizada, se pudieron identificar otros atractivos aparte de los expuestos por la dirección de turismo, de los cuales se les otorgó una categoría, tipo y jerarquía gracias a la ficha del ministerio que fue utilizada para el levantamiento de información.

Descripción de los atractivos

Torre Eiffel de Vinces

Categoría: manifestaciones culturales

Tipo: acervo natural y cultural

Jerarquía: 1

Localización: situada en av. 10 de agosto en el parque central dentro del malecón Eloy Alfaro, se la conoce también como “Paris chiquito”. Se trata de una réplica de casi 7 metros de la torre Eiffel de París, hecha desde 1999.

La pepa de oro

Categoría: manifestación cultural

Tipo: acervo cultural y popular

Jerarquía: 1

Localización: situada en Balzar de Vinces, cruzando el puente peatonal. Es una organización que nació hace 14 años, con la asociación de 250 productores de cacao

Centro histórico de Vinces

Categoría: manifestaciones culturales

Tipo: arquitectónico

Jerarquía: 2

Localización: Vinces tiene varios atractivos que representan su cultura e historia, tales como la réplica de la torre Eiffel, su colorido malecón y obras que quieren dar a entender las diferentes culturas que existían en años anteriores.

Infraestructura

Después de la visita realizada al cantón se encuentran vías y carreteras de segundo orden que conectan a las principales parroquias; los medios de transporte más utilizados son: taxi, motocicleta, tricimoto y buses.

Se encuentran algunas calles principales que conectan con el parque central, el malecón Eloy Alfaro, el municipio y algunos hoteles ubicados en el centro de la ciudad; que se encuentran en mal estado a causa del mercado conformado por negocios informales e insalubres que están en proceso de reubicación.

Según el PDOT del cantón y las visitas realizadas se sabe que existen terminales y estaciones de transporte de bus, taxis y fluvial; la terminal terrestre Coop. De Transporte de la ciudad de Vinces ubicada en la calle 10 de agosto es la principal utilizada para el traslado de visitante y turistas.

El cantón cuenta con una red de agua potable de la cual el 100% de la población urbana se ve beneficiada; mientras que el restante de la población rural solo un 30 % cuenta con agua potable y el restante 70 % tiene abasto de agua de pozo, río y agua de lluvia.

Al hablar del sistema de alcantarillado el 80 % de la población cuenta con este servicio mientras y la eliminación de excreta se realiza el 80% por medio de excusado y alcantarillado, un 15 % letrina y un 5 % al aire libre.

Según el instituto nacional Patrimonial Vinces tiene aproximadamente 60 entornos naturales registrados entre las cuales existen áreas arqueológicas, que no cuentan con una apropiada administración patrimonial y ambiental.

Según el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Vinces cuenta con aproximadamente 16 especies endémicas, alrededor de 120 especies de aves en peligro de extinción.

Gobernanza

Para conocer acerca del trabajo realizado en el cantón Vinces por parte de las instituciones públicas se realizaron varias entrevistas a los representantes del ministerio de turismo y a los encargos de la dirección de turismo del municipio de Vinces.

En entrevista realizada al Ing. Miguel Galarza representante del Ministerio De Turismo en la provincia de los Ríos, está enfocado en la realización de un circuito turístico con el cual se busca incrementar la afluencia de turistas en el cantón; tomando en consideración no solo la zona urbana sino también la zona rural. Para esto se realizará una inversión de aproximadamente unos 30.000 dólares con el propósito de mejorar los recintos el Abanico y el Recuerdo localizados a 15 minutos de la zona urbana de Vinces y que forman parte del Humedal abras de mantequilla.

De la misma manera gracias a la entrevista realizada a la Ing. Blanca Medina directora de turismo del Municipio De Vinces, explico que los fondos invertidos en el catón, en su mayoría van dirigidos a las fiestas que se realizan y que gracias a esto existe una afluencia anual de aproximadamente 384.000 turistas nacionales y extranjeros.

Por parte de la cámara de turismo, no se pudo recolectar ningún tipo de información ya que actualmente no cuentan con un presidente electo y en la actualidad tampoco se encuentra trabajando con ningún proyecto para el cantón.

Capítulo 3.- Demanda actual y potencial del Cantón Vinces para establecer la brecha entre la oferta y demanda.

Metodología

Diseño de investigación

Para el presente trabajo se toma en consideración la investigación con enfoque mixto, ya que se debe tomar la información recabada de cada punto estudiado de forma cualitativa para obtener los antecedentes de los problemas encontrados en Vinces, por otro lado con el enfoque cuantitativo buscamos, cuantificar los datos para poder recomendar un curso de acción final.

Tipos de investigación

De acuerdo con Baena Paz, G. (2014), en su libro Metodología de la investigación nos expone entre otros los conceptos de investigación documental y de campo:

Documental

“Es la búsqueda de una respuesta a partir de la indagación en documento.” (P.12)

De esta manera se puede decir que se habla de investigación Documental, cuando en todo proceso de investigación se utilizan diferentes fuentes tales como:

Páginas web, periódicos, libros, documentos importantes de Vinces, todo lo necesario para obtener la mayor cantidad de información referente a la cultura y estado del lugar así mismo para comprender la capacidad de sus recursos turísticos y la cultura de su pueblo.

De Campo

“tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio.” (P.12)

Gracias a la investigación de campo se puede, constatar el estado directo de los atractivos, corroborar la información documental, determinar las causas del desaprovechamiento de sus recursos turísticos, debido a esto se

realizó el recorrido de diferentes puntos turísticos dentro de la ciudad y en sus recintos aledaños.

Métodos de investigación

Analítico y Sintético

Este método corresponde a los métodos teóricos y fue de utilidad para analizar el desempeño en el campo turístico del cantón Vinces, desde su comienzo hasta la actualidad, con este método pudimos también analizar los componentes del sistema turístico y los principales atractivos, permitiendo de esta forma analizar sus características principales.

Observación

Según Rodríguez E. (2005), explica que la observación “es la más común de las técnicas de investigación; la observación sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos. La observación científica debe trascender una serie de limitaciones y obstáculos.”

Gracias a las visitas de campo se pudo observar de forma directa, los atractivos con mayor potencial para incluirlos en la propuesta de diseño de producto Turístico, su estado actual y las causas que no permiten su desarrollo completo en el campo del turismo.

Técnicas e instrumentos

Observación directa

Según Rodríguez E. (2005), “se presenta cuando el investigador corrobora los datos que ha tomado de otros, o sea testimonios orales o escritos de personas que han tenido contacto de primera mano con la fuente que proporciona los datos.”

Se desarrolló con la ayuda de las fichas de caracterización turística de las comunidades, caracterización de la demanda y la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo que permitieron recabar información específica de la ciudad y de los puntos de interés para el proyecto

Encuesta

Naresh k. Malhotra, s. f., Se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida

Entrevistas

Ernesto A. Rodríguez Moguel, explica que: la entrevista es la relación directa establecida entre el investigador y su objetivo de estudio a través de individuos y grupos con el fin de obtener testimonios orales. La entrevista puede ser individual o colectiva y por la forma que está estructurada puede ser libre o dirigida.

Población y Muestra

Para realizar el cálculos de la población y muestra es necesario entender su concepto, de esta manera tenemos que población según López,(2004) “Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación”.

Así mismo el termino muestra López, (2004) lo explica como: “un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros.

En la presente investigación se tomó en consideración a los visitantes que llegan al cantón y debido a que no existen registros oficiales de llegadas de turistas, se tomó como referencia las plazas totales de los servicios de alojamiento multiplicado por los 365 días del año dando un número aproximado de los posibles visitantes que puede recibir el cantón.

Para calcular la formula finita, se aplicó un error muestral del 6 %, se determina la población y el 95 % de fiabilidad.

Simbología

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población 57305

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, equivalente a 94%, $Z = 1,88$

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Una vez aplicada la fórmula de acuerdo a la muestra tomada, el cálculo que se obtuvo fue de 384 personas para encuestar esto se realizó en el cantón de Vinces provincia de los Ríos en las fechas 25,27 y 28 del mes de julio del presente año.

Análisis de las encuestas

Encuestas dirigidas a los visitantes del cantón Vinces

Datos generales

Genero

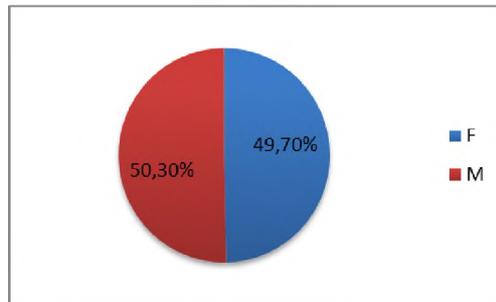


Figura 4. Genero de los visitantes

Análisis: De acuerdo con los datos recolectados en las encuestas se determinó que el 50% de los visitantes son de género masculino y el otro 49.70% femenino.

Edad

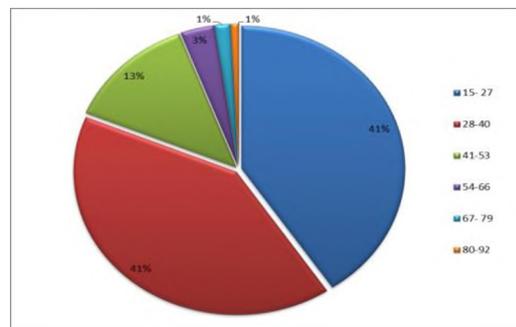


Figura 5. Edades de los visitantes del cantón Vinces

Análisis: El 41% de las personas que visitan Vinces tienen edades entre 15 - 27 y entre 28 - 40 años, seguido por el 13% con edades entre 41 - 53. Con el 3% personas con edades entre 54 - 66 y para finalizar las personas con edades en los rangos de 67 - 79 y 80-92 con el 1%

Procedencia

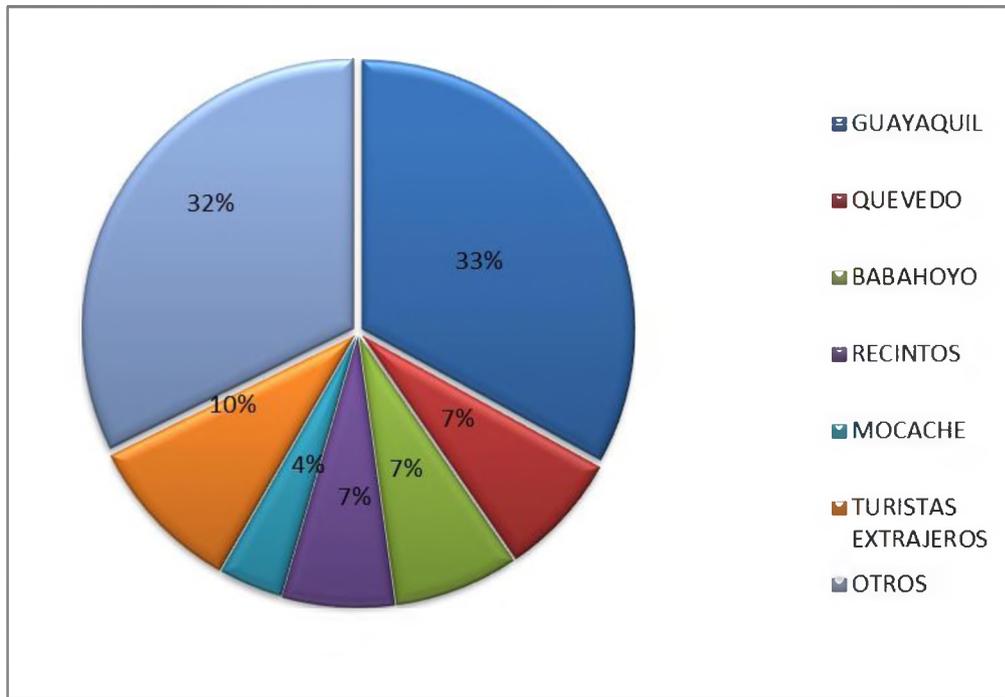


Figura 6. Lugar de procedencia de los visitantes

Análisis: De acuerdo con las encuestas realizadas, se determinó que las personas que visitan el cantón Vinces provienen de:

Guayaquil en un 33%, Turistas extranjeros (provenientes de Italia, España, Alemania, Estados Unidos, Venezuela y Colombia) con un 10% seguido por Quevedo, Babahoyo y los recintos con un 7%. Con un 4% Mocache y otros que representan entre el 3, 4, 2, 1 y 0% que en el gráfico comprenden el 32% conformado por:

Palenque, Baba, Quito, Nobol, Empalme, Posorja, Riobamba, Playas, Buena fe, Jipijapa, Manabí, Río blanco, Salitre, San Lorenzo, Piñas, Pueblo viejo, Montalvo, Machala, Guapan, Esmeraldas, Duran, Playas, Petrillo, , Pedro Carbo, Ventanas, Daule, Manta, San Vicente, Asunción, Ambato y Anegado.

Pregunta #1: ¿Con que frecuencia visita el cantón Vinces?

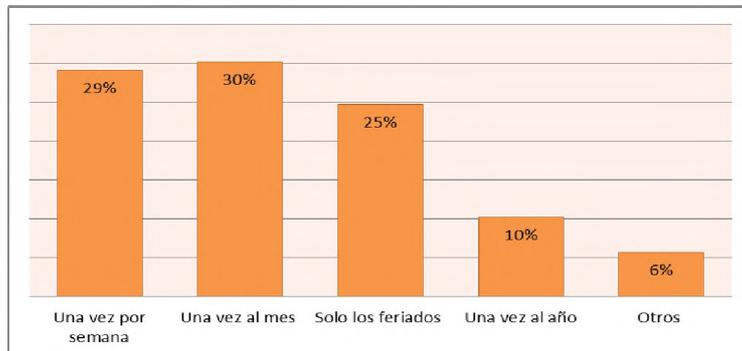


Figura 7. Frecuencia de visitas

Análisis: El 30% de los turistas encuestados señalaron que visitan 1 vez al mes el cantón, seguido con un 29% que representan a los visitantes que van a Vinces una vez por semana. Con un porcentaje del 25% están las personas que van a Vinces solo los feriados, seguido por las personas que visitan una vez al año con un 10% y con el 6% los que van por otras razones.

Pregunta #2: ¿Por qué motivo ha visitado el cantón Vinces?

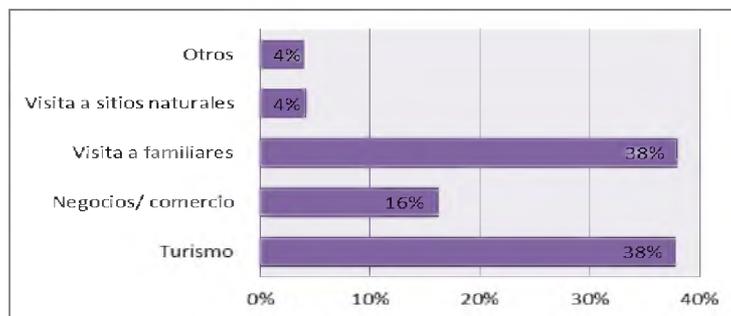


Figura 8. Motivo de visita

Análisis: El 38 % de las personas visita el cantón Vinces por visitar a sus familiares, seguido por el 37,8% de las personas que van por turismo. Con un 16% están las personas que visitan Vinces por negocios/ comercio y con el 4% las personas que visitan Vinces por ir a sitios naturales y con el 3,9 % otros motivos no específicos.

Pregunta #3: ¿Cuánto tiempo ha permanecido en Vinces?

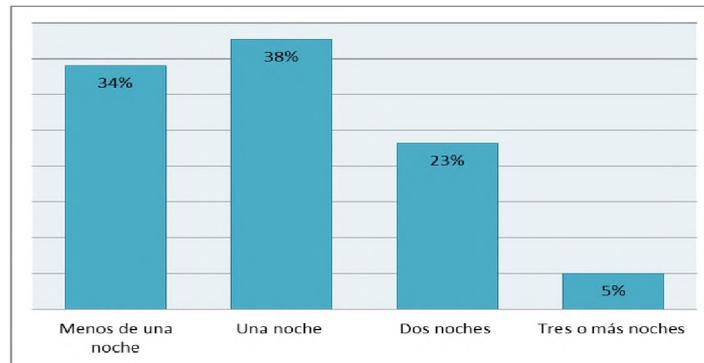


Figura 9. Tiempo de permanencia

Análisis: El 38% de las personas que visitan Vinces, permanecen por una noche, seguido por 34% que pasa menos de una noche. Con el 23% están las personas que permanecen dos noches y finalmente con el 5% encontramos a las personas que permanecen entre tres y más noches de visita.

Pregunta 4: ¿Cuáles atractivos del cantón Vinces conoce?

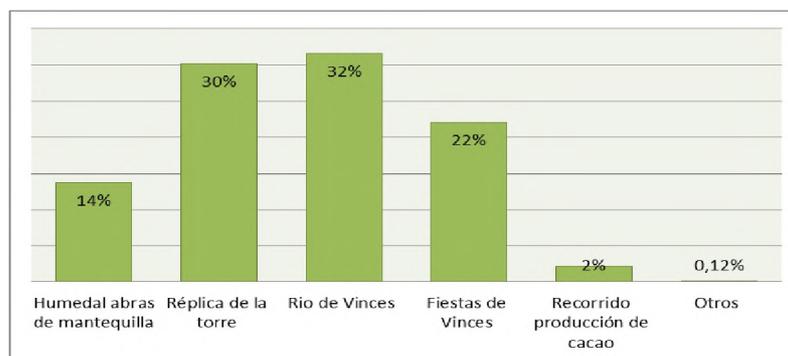


Figura 10. Atractivos que conoce del Cantón Vinces

Análisis: El 32% de los visitantes indicaron que conocen el río de Vinces, seguido por el 30% con la réplica de la torre Eiffel. Con un 22% las fiestas de Vinces, seguido con el 14% el humedal abras de mantequilla, seguido por el 2% con el recorrido de producción de cacao y finalmente con el 0,12% con otros haciendo referencia a las playas de Vinces.

Pregunta 5: ¿Cuáles de estas actividades realizo en el cantón Vinces?

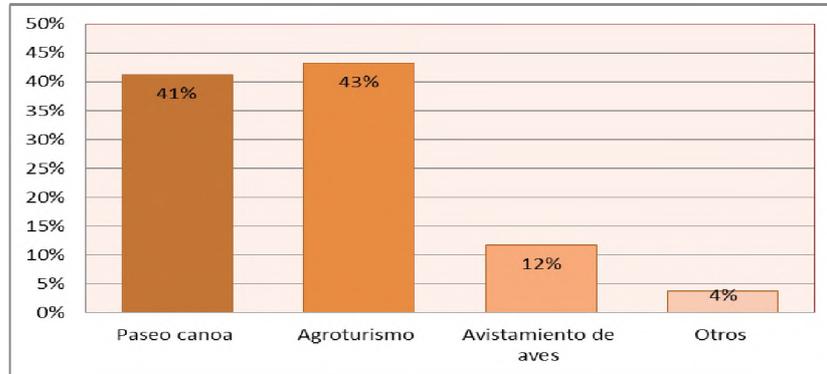


Figura 11. Actividades realizadas en el cantón

Análisis: el 43% de las encuestas señalo que ha realizado agroturismo, seguido por el 40 % con el paseo en canoa. Con el 12% han realizado el avistamiento de aves y con el 4% ha realizado otras actividades como: ir a la playa.

Pregunta 6: ¿Cuáles de las siguientes fiestas ha pasado en Vinces?

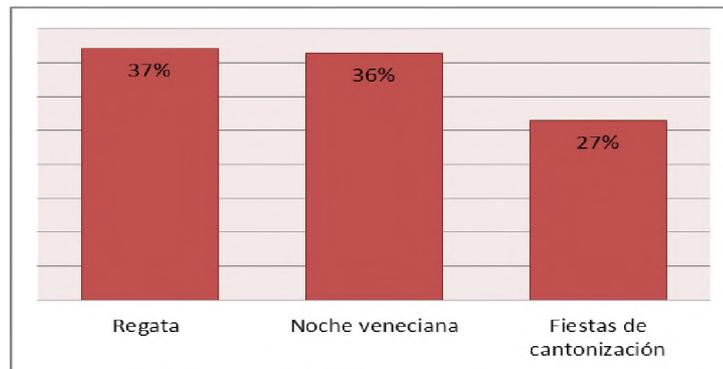


Figura 12. Fiestas de Vinces

Análisis: De acuerdo con las personas encuestadas el 37% han asistido a la fiesta de la regata, seguidos por la noche veneciana con el 36% y la fiesta de cantonización con el 27%.

**Pregunta 7: ¿ha utilizado alguno de estos servicios en su visita a Vinces?
 ¿En caso de haberlos usado califique en una escala del 1 al 3?, donde 1 es insatisfactorio 2 es poco satisfactorio y 3 un servicio satisfactorio.**

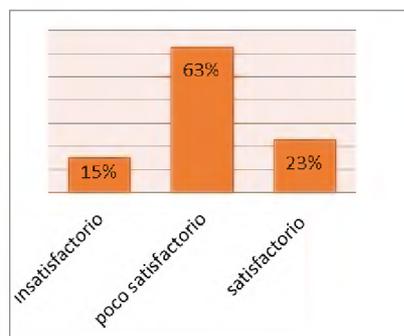


Figura 13. Alimentación

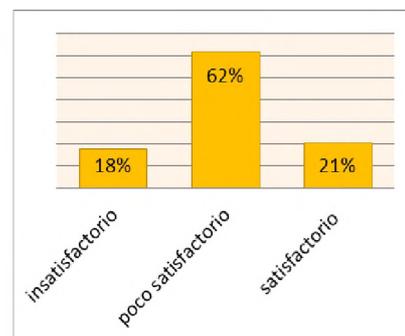


Figura 14. Hospedaje

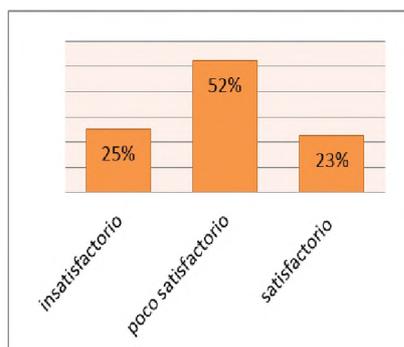


Figura 16. Vías de acceso

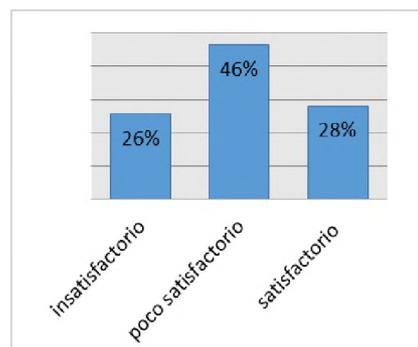


Figura 15. Señalización

Análisis: de acuerdo con las personas encuestadas, tenemos que el nivel de satisfacción de los servicios que ofrece el cantón Vinces es poco satisfactorio, tomado en consideración únicamente los servicios de alimentación, hospedaje, vías de acceso y señalización.

Pregunta 8: ¿Qué tipo de turismo desearía realizar durante su siguiente visita al cantón Vinces?

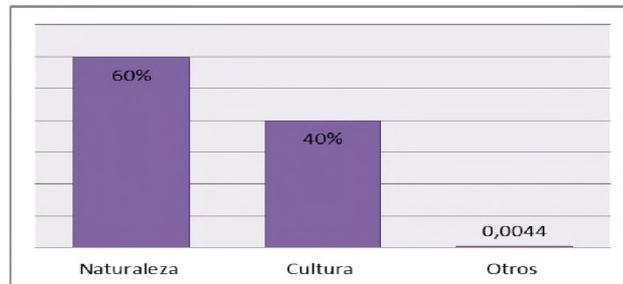


Figura 17. Tipo de turismo que realizaría en el cantón

Análisis: El 60% señaló que le gustaría realizar turismo de naturaleza, seguido con un 40 % que realizaría turismo cultural y finalmente el 0.0044% que le gustaría realizar otro tipo de turismo.

Pregunta 9. En qué forma desea enterarse o conocer sobre los atractivos del cantón Vinces.

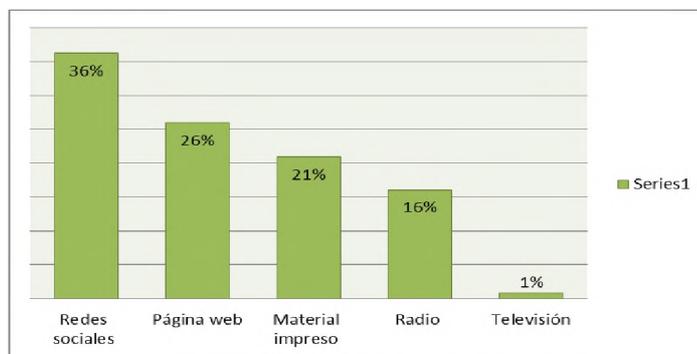


Figura 18. Formas de enterarse sobre los atractivos del cantón Vinces.

Análisis: De acuerdo con los visitantes encuestados indicaron que les gustaría tener mayor información sobre los atractivos del cantón Vinces por medio de:

Redes sociales con un 36%, página web con un 26%, material impreso con un 21%, radio con un 16% y otros que indicaron por medio de la televisión con un 1 %

Pregunta 10. Durante su estadía estaría dispuesto a visitar zonas rurales del cantón Vices.

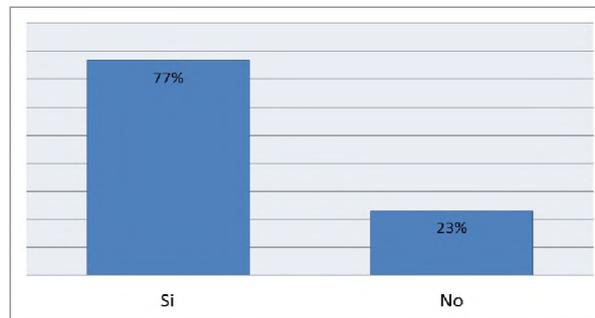


Figura 19. Visita a zonas rurales del cantón

Análisis: El 77% de los encuestados señalo que si estaría dispuesto a visitar zonas rurales del cantón mientras que el 23% dijo que no les gustaría.

Pregunta 11. ¿Qué zonas rurales desearía visitar?

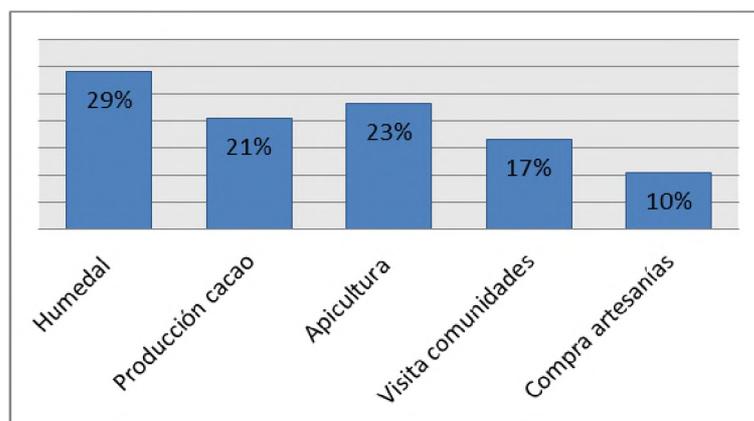


Figura 20. Zonas que desearía visitar

Análisis: las personas indicaron que las zonas rurales que desearían visitar son:

Humedal abras de mantequilla con un 29%, apicultura con un 23%, producción de cacao con un 21%, visita a comunidades costeras con un 17% y compra de artesanías con un 10%.

Pregunta 12. Gastos realizados por servicios

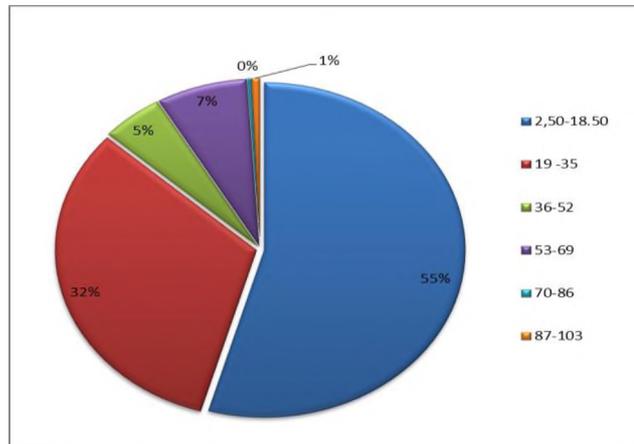


Figura 21. Gastos realizados por alimentación

Análisis: De acuerdo con las encuestas realizadas las personas que visitan Vinces gastan en alimentación un 55% entre 2,50-18,50, seguido por el 32% que gastan entre 19-35 dólares. Con un 7% entre 36-52, seguido con el 5% que consumen entre 53-69 y con un 1% las personas que consumen alrededor de 87-103 dólares.

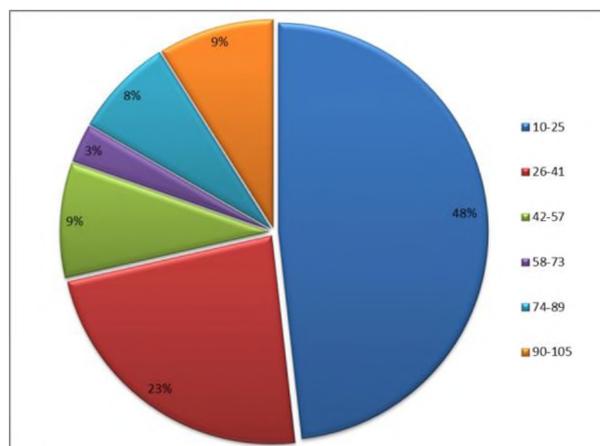


Figura 22. Gastos realizados por hospedaje

Análisis: El 48% de los visitantes gasta entre 1-25 en Hospedaje, seguido con el 23% que consume entre 26-41 dólares. Con un 9% las personas que gastan entre 42-57 y 58-73 dólares seguido con el 8% que gasta alrededor de 74-89 dólares y con un 3% los que gastan entre 90-105 dólares.

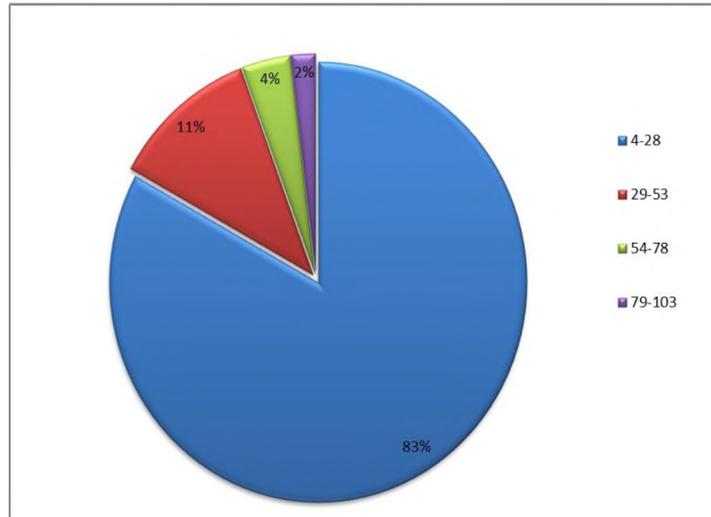


Figura 23. Gastos realizados por otros servicios

Análisis: Después de las encuestas realizadas se estableció que adicional a los gastos por hospedaje y alimentación algunos de los visitantes señalaron que realizan otros gastos relacionados con el transporte y compras. El 83% consumen entre 4-28, seguido con el 11% que gastan entre 29-53.

Análisis PEST

Tabla 3

Análisis PEST

Político	Económico
Entidades públicas a cargo de las regulaciones turísticas del cantón Vinces: Ministerio de turismo, Cámara de turismo y la dirección de turismo del municipio de Vinces.	La economía del cantón Vinces se basa directamente en el comercio, tomado como punto de intercambio por los comerciantes provenientes de las diferentes fincas y recintos, propios aledaños.
Social-cultural	Tecnología
Población aproximada de 71.736 hab. Según los registros del GAD. 40% de la población vive en zonas rurales	Vinces cuenta con vías de acceso desde las rutas más importantes tales como las vías Guayaquil – Vinces; Babahoyo – Vinces

Capítulo 4.- Propuesta de Diseño De Productos Turísticos Para El Cantón Vinces, Provincia De Los Ríos.

Después de haber realizado el estudio de mercado y obtener la información requerida y relevante se procede a plantear la propuesta para reducir la brecha entre la oferta y la demanda, la misma que cumplirá con los objetivos planteados para este proyecto y que tiene la finalidad de mejorar el sistema de elementos turísticos.

Demanda turística

De acuerdo con la información brindada por la dirección de turismo del Municipio de Vinces se determinó que no existe un registro de la llegada de turistas, sin embargo gracias a los datos recolectados en las visitas de campo se estimó que Vinces recibe un total de 57.305 visitantes anualmente.

Justificación

Después de los debidos estudios realizados y confirmados con las visitas a los diferentes atractivos turísticos del cantón Vinces, se ha tomado la decisión de incluir una propuesta para la mejora y adaptación de diferentes servicios necesarios en los puntos objetivos, con la finalidad de afianzar al turista con un producto de calidad que ofrezca los servicios necesarios.

Las entidades responsables de la ciudad y el cuidado de Vinces ponen a disposición los presupuestos necesarios para las mejoras que expondremos a continuación, basándonos en las necesidades del turista. Las mejoras y propuesta tienen varios aspectos:

Económico

El factor económico es indispensable para la sociedad por ello un desarrollo en este campo dentro de la ciudad es necesario, la ciudad consta con diferentes atractivos que con las debidas mejoras podrían transformar el turismo y la economía de los ciudadanos.

Para esto se tomara en consideración el presupuesto de Vinces que según el departamento de compras públicas es de 4 millones de dólares los

cuales están destinados a las mejora de la ciudad y entre estos según las entrevistas a la dirección de turismo cubrirían los gastos necesarios, por otro lado el Ministerio de Turismo también cuenta con un presupuesto que está disponible para invertirse en los recintos aledaños al humedal con el fin de convertir a este en un punto de extrema importancia.

Social

Se toma en consideración el aspecto social porque se pretende crear una relación entre las entidades que rigen el turismo y los pobladores, así mismo promover en los turistas y residentes el cuidado y preservación de las zonas.

Turística

Los atractivos turísticos que posee Vinces lo vuelven un potencial destino turístico ya que estos abarcan muchas características que los identifican como culturales, de esparcimiento y recreación tomando en consideración la segmentación del mismo aspiramos a contribuir en el desarrollo de Vinces como uno de los ejes más importantes de la provincia de los ríos.

Objetivos:

General

Adecuar los atractivos turísticos como mayor flujo de visitantes del cantón Vinces de la provincia de los Ríos.

Específico

- Ampliar el mercado objetivo del Cantón Vinces por medio del desarrollo de sus atractivos
- Favorecer a las comunidades y recintos que deseen un desarrollo basado en el turismo
- Mejorar la condición de vida de los pobladores de las comunidades

Gráfico de secuencias de la propuesta planteada en el proyecto

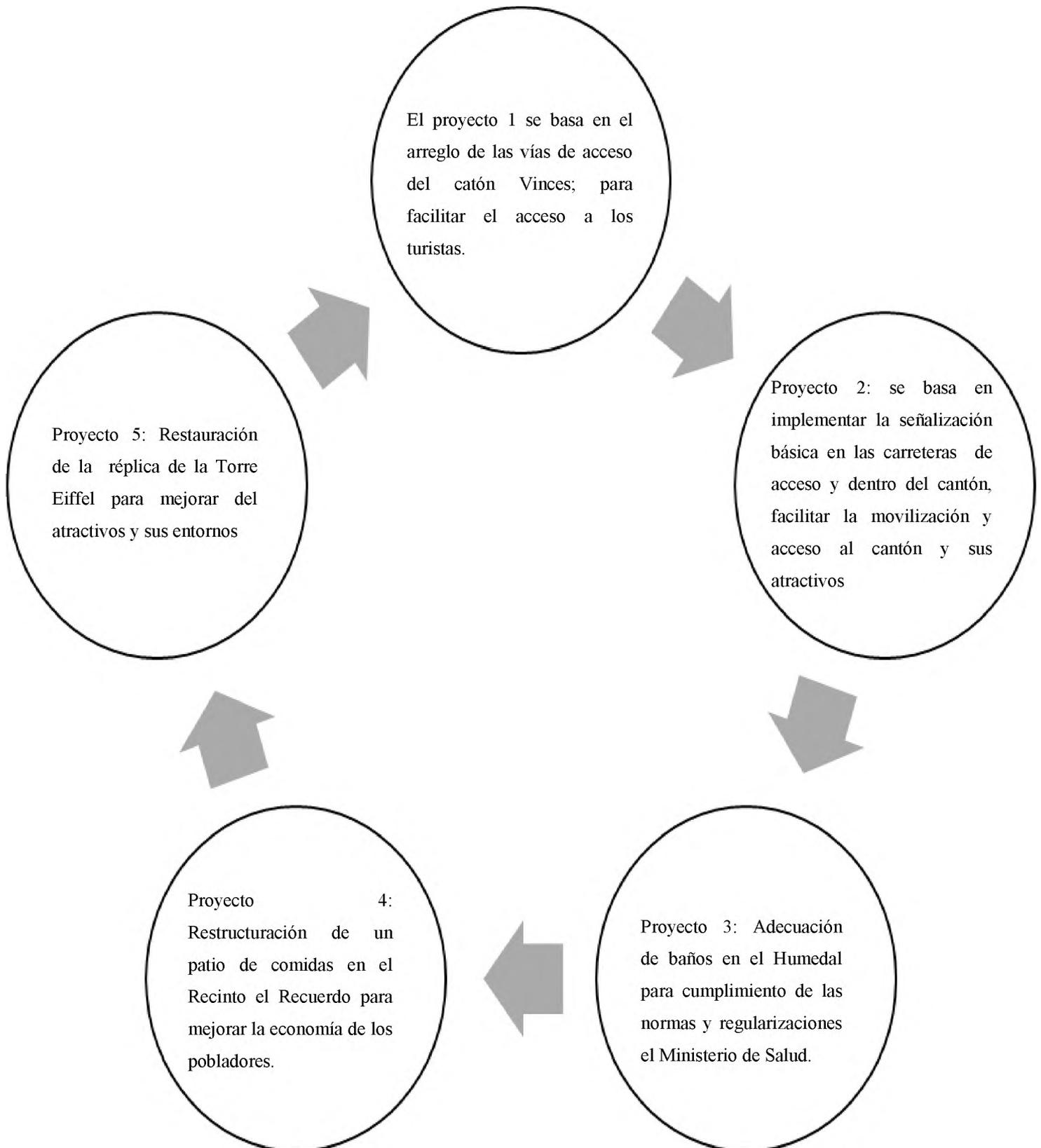


Tabla 4.

Proyecto 1 Diseña baños públicos en el Humedal Abras de Mantequilla

Proyecto 1.- Mejora de facilidades e instalaciones en el Humedal Abras de Mantequilla	
Estado Actual	
Localización	Recinto el Recuerdo
Objetivo	Diseñar baños para uso de los turistas que visitan el humedal por medio del recinto: <ul style="list-style-type: none">• Designación de áreas para los baños.• Adecuar áreas designadas para los baños• Proponer campañas de aseo para el mantenimiento y control de los baños
Descripción	Se iniciara con adecuar el área respectiva para la instalación de caños para el desahogo correcto de los desechos, seguiremos con el aplanado y se finalizara con la estructuración de la obra.
Entidad responsable	Municipio de Vinces
Presupuesto referencial	17.980 USD

Tabla 5.

Proyecto 2 Implementación de señalización turística

Proyecto 2.- Implementación de señalización turística	
Estado Actual	
Localización	Guayaquil – Vinces Vinces – humedal
Objetivos	Facilitar el ingreso y rápida ubicación para turistas y propios del cantón: <ul style="list-style-type: none">• Mejora de servicio turístico por medio de un mejor acceso
Descripción	La vía Guayaquil – Vinces no dispone de la correcta señalización, por ende, buscaremos sitios estratégicos para aumentar la señalización para su debida y rápida ubicación.
Entidad responsable	Prefectura de los Ríos
Presupuesto referencial	11.000 USD

Tabla 6.

Proyecto 3 Arreglo de vías de acceso

Proyecto 3 Arreglo de vías.- de acceso	
Estado Actual	
Localización	Guayaquil – Vinces Vinces – Guayaquil 113 km
Objetivos	Reparar las vías de acceso para mejorar la calidad del atractivo
Descripción	Mejorar el acceso a los atractivos de Vinces para su debida exploración y estudio. Carreteras de Guayaquil a Vinces y las carreteras vía Moncache que conducen al Humedal Abras de Mantequilla
Entidad responsable	Prefectura de los Ríos
Presupuesto referencial	1'000.000 USD

Tabla 7.

Proyecto 4 Cursos de capacitación y servicio al turista

Proyecto 4.- Adecuación de área para zona de alimentos y bebidas	
Estado Actual	
Localización	Recinto el Recuerdo – Recinto el Recuerdo
	Satisfacer las necesidades de los turistas que visitan el recinto.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Aumentar las oportunidades de trabajo dentro de la comunidad• Promover la gastronomía del lugar
Descripción	Se tomara el área de la vieja escuela del recinto y se la adecuara como un pequeño patio de comida donde se puedan ofrecer platillos típicos.
Entidad Responsable	Ministerio de Turismo – inversión exterior
Presupuesto Referencial	25.000 USD

Tabla 8.

Proyecto 5 reestructuraciones de la réplica de la Torre Eiffel

Proyecto 5.- reestructuración de la réplica de la torre Eiffel	
Estado Actual	
Localización	Centro histórico de Vinces
Objetivos	Mejorar el aspecto del centro de Vinces <ul style="list-style-type: none">• Aumentar las visitas de los turistas
Descripción	Se procederá a reestructurar el monumento, limpiarlo y cambiar las bases que actualmente están oxidados.
Entidad responsable	Municipio de Vinces – inversión exterior
Presupuesto referencial	35.000 USD

Conclusiones

La poca colaboración entre las entidades públicas y las agrupaciones comunales, así como a su vez el mal manejo de los recursos monetarios por parte de las empresas públicas, son dos de los principales obstáculos para un buen desarrollo turístico en el cantón Vinces.

Gracias a la investigación realizada se puede concluir que el cantón Vinces, desarrolla su turismo solo por temporadas tanto en la zona rural como en la zona urbana; lo que ha provocado que en la actualidad exista un mercado voluble y mal desarrollo del sistema turístico afectando mayormente a los establecimientos y a las comunidades receptoras.

De acuerdo con los estudios obtenidos de los visitantes a través de las encuestas arrojo como resultado el gran interés por visitar las zonas rurales de Vinces, específicamente el Humedal Abras de mantequilla que representa uno de los más importantes recursos naturales del cantón.

Sin embargo el humedal carece de muchos aspectos básicos, los cuales limitan la satisfacción de los turistas, es por eso que en la propuesta se tomó en consideración la mejora y la implementación de alguno de los servicios y equipos que necesita.

Con la ejecución de la propuesta se espera contribuir al incremento y mejora de la planta e infraestructura turística, además de mejorar el desarrollo socio-económico de los locales y en general del cantón, que se espera ayude a convertir a Vinces en un destino más accesible y de elección para el turista nacional.

Recomendaciones

De la investigación realizada se puede recomendar que:

Las entidades y las autoridades competentes del desarrollo de la ciudad y de sus atractivos deban considerar varios puntos importantes los cuales se exponen en la investigación.

Realizar un listado físico de los atractivos turísticos con los que cuenta el cantón, establecer en qué estado se encuentran actualmente, cuál de ellos necesita mantenimiento y en que periodos deberían realizarse para su mejor conservación.

Incentivar el dialogo y la colaboración responsable y equitativa por parte de las personas que participan en las distintas actividades turísticas; tanto entre las empresas turísticas como las comunidades que realizan la actividad.

Recomendar a los establecimientos hoteleros que no están regularizados por el Ministerio de Turismo que formalicen su actividad para incrementar la oferta y crear promociones de paquetes turísticos a los viajeros, ya que de acuerdo con las encuestas realizadas si existe demanda hotelera por parte de los visitantes al cantón; de esta manera se podrán proveer servicios de alojamiento, alimentación, paseos y seguridad.

Con respecto a los recursos culturales y arquitectónicos que posee, se recomienda constante mantenimiento y adecuación para un su mejor conservación y recuperación.

Mejorar la planta turística existente, fomentar la creación de nuevos establecimientos turísticos, optimizar la infraestructura y las facilidades e instalaciones, para que estos elementos no sean un obstáculo para el crecimiento de la actividad turística y para que no afecte en el turista al momento de elegir al cantón como destino.

Se recomienda realizar todos los puntos de la propuesta ya que en ellos se proyecta un amplio cambio beneficioso para las comunidades dando como principal objetivo el incremento del turismo

Referencias

- Agüera, F. O. (2014). El Ecoturismo en los Humedales: Análisis de las Potencialidades de República Dominicana. *Rosa dos Ventos*, 6(I), 4-18.
- Alén González, M. E. Fraiz Brea, J. A. (2006). RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMI... Recuperado 21 de mayo de 2018, a partir de <http://www.redalyc.org/html/2741/274120878011/>
- Alén González, M. E., & Fraiz Brea, J. A. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 12(1).
- Altomonte, H., & Sánchez, R. J. (2016). *Hacia una Nueva Gobernanza de los Recursos Naturales en América Latina y el Caribe*. United Nations. <https://doi.org/10.18356/0edf6614-es>
- ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN SAN LORENZO DE VINCES PARA EL DISEÑO DE UNA HOSTERÍA. (2016). Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18449/1/MONTIEL%20ECHEVERRIA%20RAUL%20AUGUSTO.pdf>
- Ascanio, A. (2014). Turismo como sistema de servicios: Soportes físicos y estrategias. *Papers de Turisme*, (6), 35-50. Recuperado 21 de mayo de 2018, a partir de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/217/184>
- Boullón, R. C. (2006). *PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO* (Cuarta edición, enero 2006). Trillas. Recuperado a partir de

http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf

Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A.,... Ruiz, P.

(2008). OMT Organización Mundial del Turismo, 393.

Baena Paz, G. (2014). Metodología de la investigación 1º edición. Editorial Patria.

Cabanilla Enrique. (2015). Impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del Chamán y los ritos mágico-religiosos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 356-373.

Cabrera Díaz Dunia, Pérez Hernández Iverilys, & Cabrera Díaz Juan. (2017).

Implementación del turismo comunitario en función del desarrollo local. El caso del Consejo Popular de Sumidero / Implementation of Community Tourism Based on Local Development. The Case of the Sumidero Popular Council | Cabrera Díaz | Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina. Recuperado 20 de mayo de 2018, a partir de

<http://www.revflacso.uh.cu/index.php/EDS/article/view/171/231>

Callejo, J. (1995). Elementos para una teoría sociológica del consumo. *Papers*.

Revista de Sociología, 47, 75. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v47n0.1800>

Carolina Cohen y Graciela Benseny. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: recursos.

Creación de dos circuitos turísticos sustentables para el desarrollo, promoción y fortalecimiento de la actividad turística en la provincia de los ríos. (2012).

CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL. Recuperado a partir de

<file:///C:/Users/ALEXANDRA/Downloads/Creaci%C3%B3n%20de%20Dos%20Circuitos%20Tur%C3%ADsticos%20Sustentables%20para%20el%20D>

esarrollo%252c%20Promoci%C3%B3n%20y%20Fortalecimiento%20de%20
la%20Actividad%20Tur%C3%ADstica%252c%20Los%20Rios.pdf

Cristina Nasimba, & Magda Cejas. (2015). Diseño de Productos Turísticos y sus
facilidades. Recuperado a partir de

file:///C:/Users/ALEXANDRA/Downloads/02_Vol%2010_CNASIMBA_PR
ODUCTOS%20TURISMO_VERSION%20FINAL_stamped.pdf

DIAGNOSTICO Y ESTUDIO DESCRIPTIVO DEL CANTÓN VINCES EN EL

SECTOR TURÍSTICO E IMPORTANCIA PARA SU DESARROLLO. (2011,

Diciembre). Recuperado a partir de

[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/3473/1/Tasigchana%20Briones%
20Ruth%20Pamela.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/3473/1/Tasigchana%20Briones%20Ruth%20Pamela.pdf)

Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus
modelos de medición. *Innovar. Revista de ciencias administrativas y sociales*,
15(25).

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2016). Concepto de
Turismo Comunitario de La Feptce. Recuperado 20 de mayo de 2018, a partir
de [https://es.scribd.com/document/118945947/Concepto-de-Turismo-
Comunitario-de-La-Feptce](https://es.scribd.com/document/118945947/Concepto-de-Turismo-Comunitario-de-La-Feptce)

JUÁREZ, L. O., & CEBRIÁN, R. G. (2016). *Estructura del mercado turístico 2.* ^a
edición. Ediciones Paraninfo, S.A.

López, P. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*,
09(08), 69-74.

- Mamani, Wilson. (2016). Demanda Turística – Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas. Recuperado 20 de mayo de 2018, a partir de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Maslow, A. (1908). CONTRIBUCIÓN DE LA TEORÍA DE MASLOW A LA ADMINISTRACIÓN, 3.
- Ministerio del Ambiente. (2015). Humedales del Ecuador - Inicio. Recuperado 30 de mayo de 2018, a partir de http://sui.ambiente.gob.ec/web/humedales/inicio#convencion_ramsar;jsessionid=OzoXRKVF-xAx-i4R97M7VAJI
- Monterrubio, J. (2018). Comunidad receptora: elemento esencial en la gestión turística. *Papers de turismo*, 106. Recuperado 05 de agosto de 2018 a partir de <http://revistas.uach.cl/index.php/gestur/article/view/3498>
- Orgaz Agüera, F. (2014). El ecoturismo en los humedales: Análisis de las potencialidades de República Dominicana. *Rosa dos Ventos*, 6(I).
- Rodríguez Moguel. (2005). E. Metodología de la investigación. La creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesionalista de éxito 1º edición.
- Sión de Josse, V. (2010, Marzo 19). REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS. Recuperado a partir de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>
- Naresh k. Malhotra. (s. f.). *investigación de mercado* (quinta). PEARSON Educación.

- Organización Mundial de Turismo. (2005, 2007). Entender el turismo: Glosario Básico | Organización Mundial del Turismo OMT. Recuperado 20 de mayo de 2018, a partir de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Piñole, I. A. (2015). *Gestión de viajes, servicios y productos turísticos*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces SA.
- Ricaurte, C. (2009). Manual de diagnóstico turístico local, 50.
- Rose, W. (2015, mayo 5). La Sociedad de Consumo y la problemática del consumismo en Durkheim, Marx y Weber. Recuperado 30 de mayo de 2018, a partir de <https://krasnyyebarrikady.wordpress.com/2015/05/05/la-sociedad-de-consumo-y-la-problematika-del-consumismo-en-durkheim-marx-y-weber/>
- Somoza, L. A. (2015). Br. Oseas Moisés Urtecho Hernández, 79.
- Vázquez-Barquero, A. (2009). DESARROLLO LOCAL, UNA ESTRATEGIA PARA TIEMPOS DE CRISIS, 1(2), 11.

Apéndice 1.- Caracterización turística de comunidades

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUA
NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano. (Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

Fuentes _____.

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

	#		#
1. HOTELES	<input type="text"/>	5. MOTELES	<input type="text"/>
2. HOSTERIAS	<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>	8. OTRO _____	<input type="text"/>

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

#			#	
1.	RESTAURANTES	<input type="text"/>	4. BARES	<input type="text"/>
2.	CAFETERIAS	<input type="text"/>	5. CANTINAS	<input type="text"/>
3.	FUENTES DE SODA	<input type="text"/>	6. KIOSKOS DE COMIDA	<input type="text"/>
7.	OTROS _____			<input type="text"/>

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

#	1. DISCOTECAS	<input type="text"/>	3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	<input type="text"/>	#
	2. CINES/TEATROS	<input type="text"/>	4. BINGOS	<input type="text"/>	
	5. OTROS			<input type="text"/>	

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

	#		#
1. AGENCIAS DE VIAJE	<input type="text"/>	4. GUÍAS DE TURISMO	<input type="text"/>
2. OPERADORAS	<input type="text"/>	5. BANCOS	<input type="text"/>
3. INFORMACIÓN AL TURISTA	<input type="text"/>	6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	<input type="text"/>
		7. OTROS	<input type="text"/>

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

1 TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Camilitando
Bus							

Distancia a la cabecera parroquial (Km):

Distancia a la cabecera cantonal (km):

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
2. ADOQUINADA	<input type="checkbox"/>	7. MARÍTIMA	<input type="checkbox"/>
3. EMPEDRADA	<input type="checkbox"/>	8. AÉREA	<input type="checkbox"/>
4. LASTRADA	<input type="checkbox"/>	9. SENDERO	<input type="checkbox"/>
5. DETIERRA (CARROSABLE)	<input type="checkbox"/>	10. OTRO _____	

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

b) TURÍSTICA

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHA	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		OTRO _____	

9.

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. MARÍTIMO	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
3. CAMIONES	<input type="checkbox"/>	7. LACUSTRE	<input type="checkbox"/>
4. TAXIS	<input type="checkbox"/>	8. AÉREO	<input type="checkbox"/>
		OTRO _____	

9.

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.- CANTONAL		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado _____ Km.

1.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

- 1. Sí
- 2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

- 1. Sí
- 2. No

3.11. En la comunidad existen _____cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

- 1. Sí
- 2. No

2.

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

- 1. Sí % de la población con agua entubada _____
- 2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

- 1. Sí
- 2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 6. POZO | <input type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO
2. LETRINA
3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO
4. POZO SÉPTICO
5. POZO CIEGO
6. OTRO _____

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR
2. SE QUEMA
3. SE ENTIERRA
4. OTRO _____

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

Cuantos			Cuantos		
1.	PARTERAS CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	9.	HOSPITAL PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
2.	PARTERAS NO CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	10.	DISPENSARIO PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
3.	PROMOTORES DE SALUD	<input type="checkbox"/>	11.	UNIDAD MÓVIL	<input type="checkbox"/>
4.	CURANDERO TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	12.	CONSULTORIO PRIVADO	<input type="checkbox"/>
5.	SHAMAN	<input type="checkbox"/>	13.	CLÍNICAS	<input type="checkbox"/>
6.	BOTIQUIN COMUNITARIO	<input type="checkbox"/>	14.	HOSPITAL PRIVADO	<input type="checkbox"/>
7.	SUB-CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	15.	FARMACIA	<input type="checkbox"/>
8.	CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	16.	OTRO	<input type="checkbox"/>

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

- a. A cuál establecimiento asisten para atender su salud
- b. Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud
- c. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km).

3.

ENERGÍA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica:

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? _____
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

1. GOBERNANZA

1.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

1.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí

2. No

PLAN	AÑO

1.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
1.	JUNTA PARROQUIAL	
2.	COMITÉ DE BARRIO	
3.	DIRECTIVA COMUNITARIA	
4.	COMITÉ DE DESARROLLO	
5.	COOPERATIVAS	
6.	ORGANIZACIÓN DE MUJERES	
7.	COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	
8.	ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	
9.	CLUBES	
10.	ASOCIACIONES DE TURISMO	
11.	OTRAS _____	

2. COMUNIDAD RECEPTORA

2.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1.	AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA		3.	SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES		
2.	GANADERÍA		7.	TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN		
	2.	EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS		8.	ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	
	3.	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS		9.	COMERCIO	
	4.	ARTESANÍAS		10.	TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	
	5.	ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		11.	ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS _____	
	6.	CONSTRUCCIÓN				

Fuente: _____

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

- 1.
- 2.
- 3.

Fuente: _____

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

	Porcentaje%	
1.	EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	
2.	EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. TRABAJO EN GRUPO | |
| 2. MINGA | |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | |
| 4. OTRAS | |

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | SI | No |
|------------------------|----|----|
| 1. MUNICIPIO | | |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | | |

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

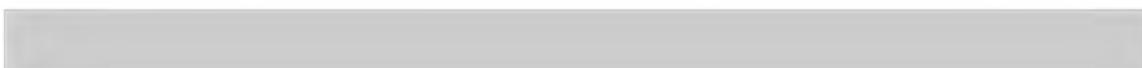
- | | # de personas |
|---------------------------------------|---------------|
| 1. INGLÉS | |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA | |
| 3. COCINA | |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN | |
| 5. OTRA _____ | |

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ - Personas.

- | | % relativo |
|---|------------|
| 1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.) | |
| 2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades) | |
| 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan) | |
| 4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos) | |

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6). Comentarios:



Apéndice 2.- Caracterización de la demanda

Utilice una de estas fichas para la comunidad. La ficha incluye los datos mínimos con respecto a la demanda que deberían caracterizarse en un diagnóstico. Dependiendo del tiempo y los recursos disponibles, se debe decidir el método con que se recogerán los datos en la comunidad: se puede optar por la observación y entrevistas para obtener datos aproximados o cualitativos, se puede usar la ficha como una base para diseñar cuestionarios de encuesta que arrojen datos porcentuales.

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

1. Sí

2. No

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

_____ VISITANTES DE LUNES A VIERNES
_____ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
_____ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
_____ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)

2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)
4. INEXISTENTE

1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

1. INDEPENDIENTE

2. ORGANIZADO (PAQUETES, "TOURS")

Fuente de información:

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

- | | |
|------------------|----------------------|
| 1. INTERNACIONAL | <input type="text"/> |
| 2. NACIONAL | <input type="text"/> |
| 3. REGIONAL | <input type="text"/> |

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1. TURISTAS | <input type="text"/> |
| 2. EXCURSIONISTAS | <input type="text"/> |

Fuente de información:

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

USD

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1. TURISTAS | <input type="text"/> |
| 2. EXCURSIONISTAS | <input type="text"/> |

Fuente de información:

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

- 1.
- 2.
- 3.

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

- | TIPO DE SERVICIO | <input type="text"/> |
|------------------------------|----------------------|
| 1. ALOJAMIENTO | <input type="text"/> |
| 2. RESTAURANTES | <input type="text"/> |
| 3. KIOSCOS DE COMIDA | <input type="text"/> |
| 4. BARES | <input type="text"/> |
| 5. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL | <input type="text"/> |
| 6. OTRO _____ | <input type="text"/> |
| 7. NINGUNO | <input type="text"/> |

Apéndice 3.- Metodológica para el inventario de atractivos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS																	
Código del atractivo:	1	2	0	8	0	2	M	C	0	2	0	7	0	1	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
LA PEPA DE ORO																	
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo					
MANIFESTACIONES_CULTURALES						ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR						GASTRONOMIA					
2. UBICACION DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia					
LOS_RIOS						VINCES						VINCES CENTRAL					
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal		
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales) Click						2.10 Altura (msnm)					
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:									b. Nombre de la Institución:								
c. Nombre del Administrador:									d. Cargo que ocupa:								
e. Teléfono / Celular:									f. Correo Electrónico:								
Observaciones:																	
3. CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):					
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>					
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" 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		Especificar					
Libre	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto							
Restringido	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto							
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto							
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde	0,00			Hasta	0,00	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>					
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones:																	

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>																				
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										texto																									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	0	Long.:	0																						
Observaciones:																																			
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																																			
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado																							
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto																					
				b. Segundo orden		<input checked="" type="checkbox"/>		0		0		0		Asfalto																					
				c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto																					
Observaciones:																																			
b. Acuático (U)		<input type="checkbox"/>		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado																	
				Lacustre		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto																			
				Fluvial		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto																			
Observaciones:																																			
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>		Nacional:				<input type="checkbox"/>				Internacional:				<input type="checkbox"/>																			
Observaciones:																																			
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>																																			
a. Bus		<input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta		<input checked="" 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 checked="" 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) <input checked="" type="checkbox"/>																																			
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal				c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)																							
								Dialia				Semana				Mensual				Eventua															
Vinsena				terminal de Vinces				<input checked="" type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>															
piedasita				terminal de Vinces				<input checked="" type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>															
								<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>															
								<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>															
								<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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>							
Observaciones: no tiene las codiciones para recibir visitas de personas con accesibilidad reducida																																			
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>																																			
a. Señalización de aproximación al atractivo				<input type="checkbox"/>				Estado (U)				Bueno				<input type="checkbox"/>				Regular				<input type="checkbox"/>				Malo				<input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones:																																			

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	S/I
5.1 Planta turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>		
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>		
Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones:					Observaciones:							
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	7	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones:					Observaciones:							
Agencias de Viaje			Establecimientos registrados		Agencias de Viaje			Establecimientos registrados				
Mayoristas			0		Mayoristas			0				
Internacionales			0		Internacionales			0				
Operadoras			0		Operadoras			0				
Observaciones:					Observaciones:							
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	
Observaciones:					Observaciones:							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input type="checkbox"/>		
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	It-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Otros	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:												
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>		
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>			
Especifique: texto					Especifique: texto							
Observaciones:												

5. PLANTA TURISTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	S/I
5.1 Planta turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>		
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones:					Observaciones:							
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	7	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones:					Observaciones:							
Agencias de Viaje					Agencias de Viaje					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Establecimientos registrados					Establecimientos registrados							
Mayoristas					Mayoristas					0	0	
Internacionales					Internacionales					0	0	
Operadoras					Operadoras					0	0	
Observaciones:					Observaciones:							
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	
Observaciones:					Observaciones:							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input type="checkbox"/>		
Categoría (M)	Tipo (M)			Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiana			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Senderos			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio	Refugio de alta montaña			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Baterías sanitarias			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	Estacionamientos			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
				0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:												
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>		
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de merchandising	artesanías	y	<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de merchandising	artesanías	y	<input type="checkbox"/>	
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	
Especifique: texto					Especifique: texto							
Observaciones:												

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURISTICA							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.1 Servicios Básicos							<input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo				<input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano					<input type="checkbox"/>
Agua:				<input checked="" type="checkbox"/>				Agua					<input type="checkbox"/>
Especifique:								Especifique:					
Energía eléctrica:				<input checked="" type="checkbox"/>				Energía eléctrica					<input type="checkbox"/>
Especifique:								Especifique:					
Saneamiento:				<input type="checkbox"/>				Saneamiento:					<input type="checkbox"/>
Especifique:								Especifique:					
Disposición de desechos				<input checked="" type="checkbox"/>				Disposición de desechos					<input type="checkbox"/>
Especifique:								Especifique:					
Observaciones:													
7.2 Señalética en el atractivo							<input type="checkbox"/>						
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado							
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M					
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Otros <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
		texto											
Observaciones:													

7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0	
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		0
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0
Otros <input type="checkbox"/>		0		Otros <input type="checkbox"/>		0
Observaciones:						
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto				
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		texto				
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto				
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto				
Observaciones:						
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones:						
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>						
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones:						
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>						
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		
Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>		
Sequía <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>				
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	texto	Nombre del documento:	texto	Año de elaboración: 0	
Observaciones:						
8. POLITICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:						

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>											
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>											
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>		
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>		
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>		
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:											
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>											
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:											
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>											
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"/>	texto			
Observaciones:											
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>											
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>											
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<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"/>	texto					
Observaciones:											

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/	<input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>				
Medio Promocional			Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción						
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>		URL:										
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>		Nombre:										
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
d. Material POP	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
h. Otro	<input type="checkbox"/>		Nombre:										
Observaciones:													
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: <i>texto</i>			
Observaciones:													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)						SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/	<input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos						<input checked="" type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/>		Papel	<input type="checkbox"/>	Años de registro	0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:						
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	<i>texto</i>						Número de visitantes	0			
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		<i>texto</i>							0			
d. Llegada de turistas													
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional			Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero			Llegadas mensuales		Total Anual	
Ciudades de origen	<i>texto</i>		0		0		Paises de origen	<i>texto</i>		0		0	
	<i>texto</i>		0		0			<i>texto</i>		0		0	
	<i>texto</i>		0		0			<i>texto</i>		0		0	
Observaciones:													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave						<input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave:						Contactos:							
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>						Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>							
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													

12. RECURSO HUMANO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/	<input type="checkbox"/>									
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>					0					d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>					0									
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>					f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>					g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>														
Primaria		0		Secundaria		0		Primeros Auxilios		0		Hospitalidad		0		Inglés		0		Alemán		0		
Tercer Nivel		0		Cuarto Nivel		0		Atención al Cliente		0		Guianza		0		Francés		0		Italiano		0		
Otro					texto					Sensibilización de discapacidades		0		Otro					texto					
Observaciones:																								
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																								
14. ANEXOS																								
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)																								
Fuente:																								
c. Ubicación gráfica del Atractivo																								
Fuente:																								

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

Apéndice 4.- Formato de la encuesta.

Proyecto de tesis:

Propuesta de desarrollo de producto turístico en el cantón Vinces.

Objetivo: Saber si los visitantes y turistas que llegan Vinces estarían dispuestos a pernoctar le menos una noche en este cantón

Edad:

Sexo:

1.¿Con que frecuencia visita el cantón Vinces?

- a) Una vez por semana
- b) Una vez al mes
- c) Solo en feriados
- d) Una vez al año
- e) Otra: _____

2.¿Por qué motivo ha visitado el cantón Vinces?

- a) Turismo
- b) Negocios/comercio
- c) Visita a familiares
- d) Visita a sitios naturales cercanos
- e) otro _____

3.¿Cuánto tiempo ha permanecido en Vinces?

- a) Menos de una noche
- b) Una noches
- c) Dos noches
- d) Tres o más noches

4.¿Cuáles atractivos del cantón Vinces conoce?

- a) Humedal abras de mantequilla
- b) Réplica de la torre
- c) Ríos Vinces
- d) Fiestas de Vinces
- e) Recorrido producción de cacao

11. ¿Qué zonas rurales desearía visitar?

- a) humedal abras de mantequilla
- b) producción agrícola de cacao
- c) apicultura
- d) visita a comunidades costeras
- e) compra de artesanías

12. Gasto realizado por servicios

- a) alimentación _____
- b) alojamiento _____
- c) Otros _____

Fotos de las visitas realizadas al Cantón Vinces.



Figura 24, vista de una parte del Malecón de Vinces



Figura 25, Replica de la torre Eiffel de Vinces



Figura 26, Chocolatería Pepa de Oro



Figura 27, Hostal el señor de los Caballos



Figura 28, Recinto el Recuerdo



Figura 29, Bosque del Humedal Abras de Mantequilla

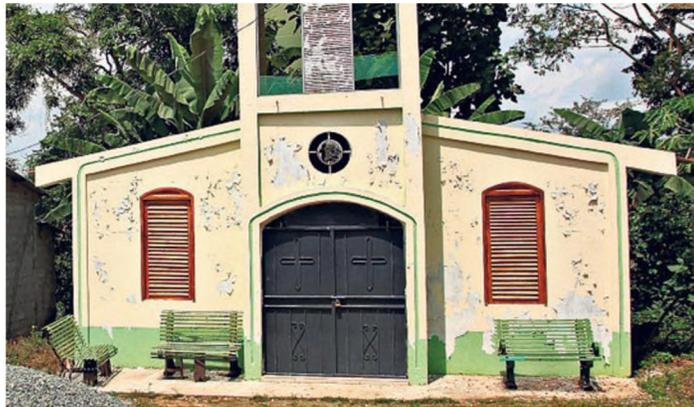


Figura 30, Iglesia del Recinto el Recuerdo



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Avellaneda Pincay Jimmy Alexander**, con C.C: 0925110231 **Avellaneda Pincay Karen Juliana** C.C: 0925110249 autores del trabajo de titulación: **Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, provincia de Los Ríos** previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 13 de septiembre del 2018

Avellaneda Pincay Jimmy Alexander
C.C: 0925110231

Avellaneda Pincay Karen Juliana
C.C: 0925110249



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos		
AUTOR(ES)	Jimmy Alexander Avellaneda Pincay Avellaneda Pincay Karen Juliana		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ramírez Iñiguez, Karla		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en administración de empresas turísticas y hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	13 de septiembre del 2018	No. DE PÁGINAS:	86
ÁREAS TEMÁTICAS:	Abras de mantequilla, Chocolatera Pepa de Oro, Centro de Vinces		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	producto turístico, recursos naturales, atractivos, accesibilidad		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El presente trabajo de titulación tiene como finalidad la propuesta de diseño de producto turístico en el cantón Vinces provincia de los Ríos, para lo cual se realizaron visitas al cantón que permitieron conocer las características, recursos y atractivos de la zona, también se ha realizado un estudio de mercado que permite revelar el gran interés existente en los recursos naturales con los que cuenta la zona, principalmente el Humedal Abras De Mantequilla. El poco aprovechamiento de los recursos turísticos es uno de los principales factores que no permite el correcto desarrollo de la actividad turística en el cantón Vinces, para lo cual se espera contribuir a la solución de esta problemática.</p> <p>La propuesta está enfocada en los atractivos como son el Humedal Abras de mantequilla y la réplica de la torre Eiffel ubicada en el centro histórico de Vinces, a través de proyectos que buscan mejorar los atractivos, su accesibilidad y su conservación.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0958889332	E-mail: julianalexander20@live.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			