



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRACTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO**

TÍTULO

**DISEÑO DE UNA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEL BALNEARIO
“LAS CATARATAS” PARROQUIA MARISCAL SUCRE, MILAGRO.**

Autora: Reyes Vera Joselin Janeth

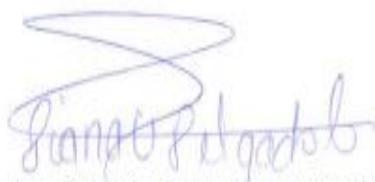
Tutora: Ing. Delgado Campuzano Diana Valeria, MSc.

Milagro, Enero de 2017

ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es "Diseño de una planificación turística del balneario "Las Cataratas", parroquia Mariscal Sucre, Milagro", presentado por la estudiante Reyes Vera Joselin Janeth apellidos, para optar al título de Licenciada en Turismo

Milagro, a los 30 días del mes de enero del 2017.



Ing. Delgado Campuzano Diana Valeria, MSc.

C.I. 091762939-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 30 días del mes de enero del 2017.



Joselin Janeth Reyes Vera

CI: 094088644-3

DEDICATORIA

Dedico mis esfuerzos a Dios y en especial a mis padres: Olimpia Vera, Luis Reyes, mis hermanos Jesús Nancy Tannia Betty Mercedez, a mi esposo Victor Arce y mis hijos: Luis Joshua le expreso mi sincero agradecimiento de gratitud, mediante la cual logré ser una profesional son la base muy importante de mi vida por ende reconozco sus valiosos consejos, la responsabilidad que me inculcaron los valores educativos estoy bendecida por tener una familia que me brindaron amor y el respeto al prójimo.

En lo particular agradezco al Sr. PEDRO ZACARÍAS CASTRO MONTE Presidente del G.A.D parroquial Mariscal Sucre. Es la persona que entrega todo de sí para ayudar a los demás sin recibir nada a cambio, por tener el corazón noble y lleno de generosidad...además a mis amistades que me contribuyeron con su granito de arena hicieron posible realizar este caso práctico.

¡Gracias!

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi institución superior UNEMI, a los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales por haber compartido sus enseñanzas, conocimientos e instruirme en mi etapa profesional en especial a los Msc. Dolores Miles Ceballos y Rigoberto Zambrano Burgos les dedico mi trabajo de titulación.

.

A la Ing. Diana Valeria Delgado Campuzano. MSc. docente tutor, que me apoyo en la realización del presente trabajo de titulación.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "Diseño de una planificación turística al balneario "Las Cataratas" parroquia Mariscal Sucre, Milagro" y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 30 días del mes de enero del 2017.



Joselin Janeth Reyes Vera

CI: 094088644-3

ABREVIATURAS

OMT.- Organización Mundial del Turismo.

PLANDETUR 2020.- Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador.

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DE LA TUTORA	¡Error! Marcador no definido.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ¡Error! Marcador no definido.	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	¡Error! Marcador no definido.
ABREVIATURAS	vi
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.2 Delimitación	4
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.4.2 Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO II	5
MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO	5
2.1 Marco Teórico y Referencial	5
2.2 Marco Metodológico	13

2.3 Población y Muestra	13
2.4 Métodos y Técnicas	14
2.5 Resultados	15
CAPÍTULO III.....	27
PROPUESTA.....	27
3.1 Descripción de la Propuesta	27
3.1.1 Desarrollo de la propuesta	27
3.1.3 Planificación Turística del balneario “Las Cataratas”	28
3.1.4 Presupuesto.....	31
3.2 Conclusiones.....	33
3.3 Recomendaciones.....	34
Bibliografía.....	35
APÉNDICE.....	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Fórmula finita	29
Tabla 2	Género del encuestado	31
Tabla 3	Lugar de residencia de los encuestados	32
Tabla 4	Percepción del ambiente para el disfrute de los turistas	33
Tabla 5	Percepción de la infraestructura turística	34
Tabla 6	Percepción de la seguridad policial que presenta el centro turístico	35
Tabla 7	Percepción de los servicios básicos en el balneario	36
Tabla 8	Percepción del servicio de transporte	37
Tabla 9	Percepción sobre las campañas de socialización de las actividades turísticas	38
Tabla 10	Percepción sobre el nivel de información de las bondades culturales, naturales y gastronómicas	39
Tabla 11	Percepción sobre el nivel de organización del turismo en el balneario	40
Tabla 12	Percepción sobre el nivel de organización del turismo en el balneario	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Planificación turística de las Cataratas	30
Figura 2	Distribución de las diversas zonas en el balneario	48

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Género del encuestado	31
Gráfico 2	Lugar de residencia de los encuestados	32
Gráfico 3	Percepción del ambiente para el disfrute de los turistas	33
Gráfico 4	Percepción de la infraestructura turística	34
Gráfico 5	Percepción de la seguridad policial que presenta el centro turístico	35
Gráfico 6	Percepción de los servicios básicos en el balneario	36
Gráfico 7	Percepción del servicio de transporte	37
Gráfico 8	Percepción sobre las campañas de socialización de las actividades turísticas	38
Gráfico 9	Percepción sobre el nivel de información de las bondades culturales, naturales y gastronómicas	39
Gráfico 10	Percepción sobre el nivel de organización del turismo en el balneario	40
Gráfico 11	Percepción sobre el nivel de organización del turismo en el balneario	41

Resumen

La actividad turística a nivel internacional ha ido evolucionando, lo que implica una transformación constante de la infraestructura turística, así como de las políticas gubernamentales que permita el desarrollo de los diversos tipos de turismos desde una perspectiva general. En el Ecuador, el turismo se ha convertido en una de las primeras opciones no petroleras para dinamizar los ingresos económicos del Estado, así como de los pueblos y comunidades que poseen los recursos naturales, culturales, así como los antecedentes patrimoniales que permita el disfrute y deleite de los visitantes. El presente caso de estudio tiene como objetivo determinar el diseño de una planificación turística en puntos específicos, a través de una metodología de investigación que responde a los paradigmas cuali-cuantitativos, donde la aplicación de la encuesta y entrevista proporcionó información relevante para la determinación de la propuesta que brinde una solución fiable para el fortalecimiento del desarrollo sostenible del turismo en el balneario turístico “Las Cataratas”. Los resultados demuestran que el nivel de satisfacción de los turistas se enfoca en la calidad de los servicios que se provee, por lo que se estima el planteamiento de estrategias que determine la difusión de las actividades inherentes en el sector.

Palabras clave: Turismo, Planificación Turística, Atractivo, Cataratas.

Abstract

The tourism activity at the international level has evolved, which implies a constant transformation of the tourism infrastructure, as well as the governmental policies that allow the development of the various types of passenger cars from a general perspective. In Ecuador, tourism has become one of the first non-oil options to energize the income of the State, as well as of the people and communities who have the natural resources, cultural as well as the background property that allows the enjoyment and the delight of visitors. The present case study has as objective to determine the design of a tourism planning in specific points, through a research methodology that responds to the paradigms quali-quantitative, where the implementation of the survey and interview provided information relevant to the determination of the proposal to provide a reliable solution for strengthening the sustainable development of tourism in the tourist resort "Cataracts". The results show that the level of satisfaction of tourists focuses on the quality of the services that it provides, thus it is estimated that the approach of strategies that determine the dissemination of activities inherent in the sector.

Key words: Tourism, Tourism Planning, attractive, cataracts.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio analiza la importancia de la actividad turística en el Ecuador, donde se proyecta como una de las actividades que se posicionan como alternativa no petrolera para la generación de ingresos económicos, es decir que la aplicación del turismo comunitario como elemento complementario del turismo rural constituye una alternativa viable para los pueblos y comunidades que poseen recursos naturales, culturales, gastronómicas y ancestrales para dinamizar su economía.

A través del turismo se determina el sistema socio-económico que permite la recreación física y emocional de las personas, donde se integran un conjunto de actividades que se van desarrollando en las dimensiones ambientales, culturales y económicas, lo que ha coadyuvado a conseguir reconocimientos internacionales al país gracias a la diversidad en todas sus dimensiones.

Ante aquello, resulta indispensable que los sectores que ofertan los servicios turísticos posean una infraestructura ideal para acoger a miles de turistas, quienes se encuentran motivados a disfrutar de los recursos naturales y artificiales que se ofertan.

El objetivo general del caso práctico, es determinar el diseño de una planificación turística que permita mejorar el desarrollo sostenible de esta actividad en el sector, que a través de los métodos cuali-cuantitativos, así como de los instrumentos de investigación basados en la entrevista y encuesta determinó los factores necesarios para las estrategias de difusión, considerada ésta como un elemento primordial para mejorar la satisfacción de los turistas.

A continuación se presentan un revisión de la problemática, así como la fundamentación debida que avala el contenido informativo que posee el presente caso de estudio, cuyos resultados permitirá la continuidad de estudios que facilite el posicionamiento del balneario “Las Cataratas” como una alternativa de esparcimiento y diversión para toda la comunidad.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Thomas Cook, (1860) es considerado como “el primer agente de viaje y padre del turismo”, organizando en 1841 un viaje en ferrocarril para aproximadamente 500 personas, cimentando de esta manera las bases primordiales para los viajes organizados, dando origen de manera formal a la actividad turística, la misma que se enfoca en el deleite, recreación y esparcimiento de las personas; fomentando de esta manera el desarrollo de los pueblos, comunidades y países que gozan de las bondades naturales, culturas ancestrales y patrimonios que marca la diferencia entre la sociedad.

Según el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación-España (2013), asegura que “el país es uno de los destinos turísticos más relevantes a nivel mundial”, lo que implica un aporte al desarrollo económico de sus habitantes amparados en el crecimiento del turismo sostenible.

Para el Ministerio de Industria y Turismo-España (2016), “hasta el mes de junio se registraron alrededor de 50,8 millones de visitantes equivalente al 6.3% más que el 2015”; cifras que demuestra el desarrollo del turismo en esta parte del mundo, producto de una correcta y eficaz planificación de los entes encargado para dinamizar esta actividad socioeconómica.

Por otro lado, según el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2016) “la actividad turística en el país creció en un 13% durante el año 2015”, dejando un saldo positivo en términos económicos, lo que puede ser contrastado con períodos anteriores donde la planificación era deficiente.

El artículo publicado por Tapia (2015), en la Revista Líderes, evidencia que “Ecuador se presenta como uno de los países con mejor tasa de crecimiento en la actividad turística”, por consiguiente, el trabajo realizado en políticas para incentivar el turismo son positivos, tal es así, que en años atrás Ecuador era desconocido en las esferas turísticas evidenciando una evolución positiva, producto de la correcta planificación y el diseño de estrategias para incentivar ésta actividad tomando en consideración las bondades naturales que posee el país.

En el cantón Milagro, basándose en las bondades naturales surge de manera progresista el balneario turístico “Las Cataratas” el mismo que se encuentra ubicado en el sector “Las Maravillas” del kilómetro 3 de la vía Milagro- Mariscal Sucre, Provincia del Guayas, donde se presentan problemas relacionados a la planificación turística, considerado como el proceso de carácter racional u ordenado para lograr el posicionamiento turístico, basándose exclusivamente en los términos de oferta y demanda. El primer aspecto relacionado al aglutinamiento de las atracciones, transporte, servicios y promoción que dan lugar a la creación y comercialización de productos turísticos, así como la optimización de la infraestructura necesaria para acoger a miles de personas en búsqueda de esparcimiento.

El segundo aspecto se relaciona con los mercados turísticos actuales y aquellos que ya han delimitado su territorio y clientela, por lo que se debe considerar a la planificación como el conjunto de acciones encaminadas a proyectar una imagen turística de gran relevancia. Bajo este contexto, el balneario “Las Cataratas” es objeto de múltiples cuestionamientos, entre los que se encuentran:

CAUSAS

- ✓ Carencia de inventario de los activos primarios turísticos que posee el balneario.
- ✓ Escaso diseño de nuevas atracciones.
- ✓ Deficiente infraestructura y transporte.

EFFECTOS

- ✓ Limitada difusión de las bondades naturales, culturales y patrimoniales.
- ✓ Preferencia de los turistas por visitar otros lugares para su esparcimiento.
- ✓ Dificultad en el acceso al balneario turístico.

1.2 Delimitación

Línea de investigación: Modelos de desarrollo local y empresarial ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad.

Sublínea de investigación: Restaurantes Viajes y turismo, Deportes y actividades recreativas.

Objeto de estudio: Planificación turística.

Campo de acción: Estrategia del turismo.

Unidad de observación: Turismo.

Tiempo: Año 2016.

Espacio: Balneario Turístico “Las Cataratas”, cantón Milagro, provincia del Guayas.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar la Planificación Turística que identificar las áreas específicas que conforma el balneario turístico “Las Cataratas” del cantón Milagro.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar el nivel de satisfacción que poseen los turistas que asisten al balneario “Las Cataratas” en base a la infraestructura turística que oferta el sector.
- Diseñar las estrategias que permitirán dinamizar el turismo en el balneario “Las Cataratas” del cantón Milagro.
- Implementar una Plan Turística para promover las actividades recreativas que se generan en el balneario “Las Cataratas” del cantón Milagro.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

2.1 Marco Teórico y Referencial

Según Crosby (2011), en su libro *Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo*, considera que “el turismo es el conglomerado de actividades que realiza una persona, mientras realiza un viaje, teniendo la oportunidad de dormir en lugares diferentes al sitio de origen o residencia por un determinado tiempo” (p. 23) lo que implica el deleite del individuo a través de las experiencias únicas que demanda su relación con las bondades naturales, riquezas culturales y patrimoniales de una determinada región.

El turismo es una buena fuente de diversión para mejorar el estado de ánimo de las personas, conocer nuevas cultura e historia de diferentes pueblos ancestrales; otorga la oportunidad de admirar la belleza de todo lo que está a disposición del turista. En la actualidad, el turismo es considerado como una de las alternativas económicas de los países, las mismas que se adapta al sistema socio-económico de los pueblos, basándose en la recreación física y emocional del ser humano, donde se realizan actividades inherentes a las dimensiones de carácter ambiental, cultural y económico, donde la sensibilización, capacitación y organización de las comunidades permite la prestación de buenos servicios, aprovechando de manera eficaz los paisajes y el patrimonio cultural existente en una zona, para transformarlo y convertirlos en centros de atracción para visitantes nacionales e internacionales, quienes durante el lapso de su estadía generan ingresos que beneficia a la comunidad encargada de acogerlos (Narvárez & fernández, 2011, p. 3).

Santana Talavera (2013) en su artículo publicado en la Revista *Scielo*, considera que: “dentro del aspecto económico, el turismo es la base del consumo” (p. 23), es decir, que los gastos en el que incurra el visitante permite el movimiento financiero de los habitantes que se encuentran en las zonas de deleite y disfrute turístico, propiciando de esta manera el desarrollo sostenible de los pueblos y comunidades que tienen como actividad socio-económica al turismo. Es evidente como la influencia turística cambia de manera radical la economía de un país o región. Ante aquello, resulta imprescindible mencionar que el turismo tiene sus inicios desde los albores de la humanidad, tal es así, que dentro de la era prehistórica el ser humano se encontraba con la necesidad de trasladarse para buscar alimentos y evadir de manera efectiva los peligros que se presentaban en su entorno; con el pasar del tiempo, las comunidades nómadas se volvieron sedentarias, notándose su inquietud para viajar solo en base a su necesidad infinita de comercializar a través de los trueques y bienes (Pulagarín, 2013).

En la Edad Media, la actividad de los viajes se redujo a consecuencia del deterioro y nivel de peligrosidad de los caminos, teniendo así solo los viajes realizados de carácter religioso a través de la Iglesia Cristiana y la expansión de los monasterios y ritos de fe (Pulagarín, 2013).

A finales del siglo XVI, en Inglaterra se da origen a la licencia de viajero, la misma que tenía duración de tres años, donde se especificaba la duración de la estadía y los sitios que podía visitar; tal es así, que este tipo de viaje se tornó más organizado asumiendo el nombre de “Gran Tour”, muy utilizado por la clase alta para su proceso de educación (Muñoz de Escalono, 2013).

A finales del siglo XIX, las diferencias sociales marcaba la diferencia en lo que se refiere a la accesibilidad para los viajes, donde las personas de bajos recursos solo podían acceder a este tipo de placer una sola vez a la semana, ya que el resto de día permanecía en sus actividades laborales. A través de las reformas laborales, este grupo de personas lograron tener vacaciones anuales y trasladarse a otras ciudades para poder disfrutar de sus playas y balnearios tomando en consideración su presupuesto fijado para dicha acción. (Muñoz de Escalono, 2013)

En el año de 1841 Thomas Cook, Organiza el primer Tour en Inglaterra y en ese mismo año, Henry Wells en Estados Unidos fue desde ese entonces donde se inicia el negocio de los viajes. Además en 1851 Tomas Cook crea la Primera Agencia de Viajes del Mundo conocido como “Thomas Cook & Son” y en 1968 se construyó el primer casino en Monte Carlo y Mónaco (Cook, 2012).

Entre 1950 y 1973 se hizo notorio el *Boom Turístico*, donde el turismo internacional evidencia un incremento significativo nunca antes visto en la historia, originándose de esta manera la estabilidad social y cultural del ocio en el mundo accidental, además el deseo de evasión, y salir de la rutina diaria a las ciudades y despejar las mentes (Cervantes & Sánchez, 2013).

Sin lugar a dudas, el proceso evolutivo del turismo ha dejado huellas que perdura con el pasar del tiempo, donde sus precursores apuntaban a nuevos modelos de negocio que permite el desarrollo sostenible de los pueblos enlazados con el deleite del ser humano. Ante aquello, la actividad turística en América Latina goza de gran acogida a nivel mundial, lo que implica la oportunidad de los países cuyas bondades naturales y culturales permite el disfrute del visitante aprovechar dichos recursos para generar un ingreso sostenible para su economía familiar (Turismo Rural Boliviano, 2013).

Ecuador es considerado un país con gran potencial turístico, especialmente el rural y comunitario, dado que posee una variedad de ofertas muy agradables para brindar un buen servicio al turista en un medio rustico y acogedor, teniendo como alternativa las haciendas, hosterías rurales y balnearios campestres de índole natural, permitiéndole abordar diferentes fragmentos de mercado local e internacional contando con un servicio de calidad.

En la actualidad los habitantes residentes en la parte urbana valoran mucho el mundo rural, donde se reserva la tranquilidad, la naturaleza, el aire puro, las costumbres y las riquezas que valen la pena conservar para el disfrute de los visitantes. Por consiguiente, el turismo en el ámbito rural es catalogado como un conjunto de actividades que se desenvuelven en las zonas donde las bondades naturales se encuentran en relación inmediata con los visitantes, por lo que Ecuador

forma parte del grupo selecto de regiones inherentes al potencial turístico sostenible en este lado del continente (MAPAMIRAMA, 2013).

Es notorio ver como la influencia del turismo cambia de forma radical la economía de un país o región, por ejemplo Guayaquil, Quito, Cuenca, Ambato, entre otros, tienen asegurada su presencia en dicha transformación económica. Caso contrario se evidencia en otras ciudades donde la inversión en materia turística es mínima.

Uno de estos casos es el cantón Milagro, considerado como jardín tropical, con una serie de bondades naturales, tales como el cultivo de plantas ornamentales, la represa que origina el afluente de riego natural llamado "Las Cataratas", los sembríos de caña de azúcar, de piña y arroz, ha quedado rezagada de dicha evolución turística viéndose afectada económicamente en la generación de nuevas divisas que dinamicen el sector productivo local.

Milagro, ubicada a 40 km de la ciudad de Guayaquil ha marcado la diferencia desde su creación, siendo un referente para la actividad turística, pero con escasas posibilidades de desarrollo; tal es así, que en la época industrializada aparece una de las más referentes de las industrias tanto del país como de la región llamada Ingenio azucarero Valdez.

Víctor Vicuña (2013), relata que: En la segunda mitad del siglo XIX llegaron a Milagro, huyendo del terremoto de Ibarra tres personajes que luego estarán íntimamente ligados a nuestra historia local: Rafael Valdez Cervantes, Manuel Antonio Andrade Subía y el Dr. Modesto Jaramillo Egas.

La ideología de estas personas permitieron el desarrollo industrial de la ciudad a partir de 1881, por lo que las visitas de gente de otros lugares creció de manera significativa, tal es así, que el tren en esa época se constituyó uno de los medios donde la gente se movilizaba a solicitar trabajo a la localidad para la temporada conocida como la zafra, época donde se cosecha la caña de azúcar para su procesamiento.

El incremento de los visitantes permitió dar inicio a la actividad turística en la región motivados por la necesidad de conocer la moderna planta industrial o a su vez

solicitar trabajo en la misma. A pesar de aquello, con el pasar del tiempo, la carencia de estrategias turísticas ha impedido que Milagro se posicione como un referente en el sector, notándose un abandono casi generalizado, limitando el desarrollo sostenible de los pueblos y comunidades que poseen las bondades naturales, culturales y ancestrales para acoger a personas que vienen por deleite y placer.

Ruiz Ballesteros & Solis Carrión (2013), expresan que: En este sentido el turismo comunitario se entendería mejor desde la economía social y las economías populares (formas organizativas) que desde el sector turístico tal cual (objeto de vida), ya que su elemento definitorio es una organización comunitaria.

Uno de los referentes turísticos en la ciudad de Milagro es el sector de la Represa María Mercedes conocido como Centro Turístico “Las Cataratas” el mismo que se encuentra ubicado en el sector, Las Maravillas del Km. 3 ½ de la vía Milagro, en la parroquia Mariscal Sucre, Provincia del Guayas.

Este sector se ha convertido en uno de los centros recreacionales por el que optan las clases populares de la ciudad, siendo visitado de manera masiva en temporada festivas, el mismo que por inconvenientes en su infraestructura turística, de servicios básicos, seguridad y publicidad ha venido perdiendo su imagen como una alternativa turística segura y acogedora, lo que influye de manera muy significativa la disminución de estrategias para rescatar dicha actividad en la ciudad (Vicuña, 2013).

Mariscal Sucre tuvo sus inicio como Recinto llamado “LOS HUAQUES”, al pasar los años la población aumentaba y se establecían nuevos proyectos, el 2 de abril de 1933, cuando el recinto de proyectaba a ser parroquia, llegaron por el Rio de Milagro en lanchas, un grupo de personeros Municipales, con la finalidad de reunirse en sesión con los moradores, luego de realizar inspecciones y diferentes estudios, para ver si contaba con la población que establece la ley en aquella entonces, para elevar a categoría de Parroquia, dicta la Ordenanza Municipal el 18 de Julio, nombre escogido por sus propios moradores, en homenaje al Gran Mariscal de Ayacucho (General Antonio José de Sucre de Alcalá).

La población de la Parroquia empezó a formarse en el año de 1.900 en la finca de los señores Juan Villavicencio Pareja, Pedro Reina, Juan Sánchez, José Miguel

Andrade, Francisco Merchán, Fermín Peñafiel, Juan Ortiz, Manuel Valle, José Acosta, Mateo Benítez, Julio y Francisco Franco. Estos serían los primeros habitantes del Recinto "Los Huaques", llamado así por la abundancia de aves de ese nombre que existían en esta zona, los antes mencionados señores fueron arrendatarios de las haciendas María Mercedes y Venecia.

El Río Milagro atraviesa el vasto territorio de la Parroquia Mariscal Sucre, nace en unas vertientes ubicadas en los Recintos Barraganetal y La Unión, Jurisdicción de los Cantones Naranjito y General Elizalde (Bucay) respectivamente a su paso por el Río Milagro, perteneciente a la Parroquia Lorenzo de Garaicoa, se une el Río Agua Clara (nombre que adopta el Río Milagro, por la claridad de sus aguas) y el Estero Anapoyo aumentando su cauce.

Por las aguas de este río, en los inicios de la Parroquia, venían comerciantes en canoas desde Salitre, Vernaza, Samborondón y otros lugares a vender sus productos o cambiar pescado salado, huevo de gallaretas, queso envuelto en hojas de vijao por plátano, así como aguas abajo se llevaban amarradas entre sí, el palo de balsa, más conocido como boya, travesía que duraba 3 días hasta llegar a su punto denominado la barranca y de allí eran remolcados con botes a las compañías procesadores, tales como Chilena, Internacional Balsa entre otras; de igual manera también se llevaba la caña guadua, y esta se demoraba 4 días.

Este río se ha convertido en una verdadera fuente de vida y de trabajo, a más de la pesca, sus aguas son utilizadas para la agricultura. Cabe mencionar que el Río Milagro, por el sector de Mariscal Sucre, no ha habido desbordes, así se hayan producido fuertes estaciones invernales, esto es debido a su gradiente y a la profundidad de su cauce, en el primer caso sus aguas avanzan con velocidad también porque sus aguas permanecen dentro de su cauce y no permite el desbordamiento.

Este fenómeno es favorable para cualquier clase de vida existente en lugares como el nuestro, ya q los agricultores necesitan para el riego de sus cultivos, tales como banano, tabaco, caña de azúcar, ciclo corto etc. Dada la situación el Estado Ecuatoriano a través del Instituto de Recursos Hidráulicos (INERHI), con la intención de manejar equitativamente el potencial Hidráulico del sector, creando un proyecto

de riego, para dotar de agua a los cultivos en época d verano, acción que despertó un enorme interés a los campesinos afincados en este sector.

Por lo cual fue creado el proyecto del Sistema de riego Milagro en el año de 1949, el diseño y construcción fue iniciado por la Caja Nacional de Riego para regar el primer lote de 1200 ha. Con el pasar de los años paso a ser del Instituto Ecuatoriano de Recursos Hidráulicos (INERHI) por la Asociación Internacional de Fomento (AIF) se inicia la construcción del sistema de desarrollo agrícola relativamente a un área total de 7.000 ha (que incluye también la zona ya bajo riego) construcción q termino a fines de noviembre de 1977. (Vicuña, 2013)

Bases Teóricas

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo-OMT (2013), “el turismo es el conglomerado de actividades orientadas al disfrute y deleite que realiza una persona fuera de su lugar de origen o residencia”, la misma que ha evidenciado durante años una serie de evoluciones y transformaciones, logrando adaptarse a la diversidad de los pueblos, a la vez que satisface las necesidades de los ofertantes y demandantes turísticos.

Importancia del turismo en el Ecuador

Desde una perspectiva general, el turismo son todas las acciones que ejecuta un individuo cuando viaja y logra establecerse en un lugar específico durante un determinado tiempo; estableciendo de esta manera su objetivo principal que consiste en conocer dicho territorio, las costumbres, gastronomía, orientándose siempre al tipo de turismo que éste prefiera, ya sea en las dimensiones culturales, arqueológicas, entre otros.

El Ministerio de Turismo del Ecuador (2013), manifiesta a través de una rueda de prensa que: “El Ecuador tiene todo para ser una potencia turística”, lo que representa la importancia de desarrollar las actividades de turismo a nivel nacional, como parte del cumplimiento a los Objetivos del Buen Vivir.

Vinicio Alvarado (2013), expresa que: “es necesario que las personas asuman un rol protagónico en el posicionamiento del turismo a nivel nacional”, donde las

autoridades competentes brinden las facilidades necesarias para dinamizar las actividades turísticas, enfocados a proteger el medio ambiente e implementar un negocio dentro de esta actividad socio-económica de índole internacional.

Para el Ministerio de Turismo del Ecuador (2013), “por cada 12 turistas que ingresa al país, se generan nuevas plazas de empleo”, teniendo las perspectivas de duplicar dichas cifras, por lo que se lograría un incremento de USD 2.000 a 3.000 millones por año, convirtiéndose en un factor económicamente productivo para los ecuatorianos.

Según Naranjo (2014), “la meta del Ecuador, es hacer del turismo la primera fuente de ingresos no petroleros”, lo que representa actualmente el 5% de los empleos en el país, logrando un movimiento de 1.200 millones de dólares anuales. De tal manera, existe la necesidad de afianzar dicha actividad en todos los sectores enfocándose a los tipos de turismos existentes.

Ruiz Ballesteros & Solis Carrión (2011), en su libro *Turismo Comunitario*, expresan que: “este tipo de actividad se encuentra posicionada en el Ecuador, a través de la organización y gestión de los pueblos y nacionalidades” (p. 55), logrando el reconocimiento dentro del Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR 2020), herramienta de planificación diseñada por el Ministerio de Turismo del país.

Bajo estos preceptos, el Turismo Comunitario en el Ecuador es una modalidad inherente al turismo rural, ya que todas las locaciones se encuentran ubicadas en la zona rural de las regiones que cuentan con las bondades turísticas a ofertar a sus visitantes. Por consiguiente, este tipo de turismo se convierte en una de las alternativas para el desarrollo al nivel micro y macro de la economía familiar y comunitaria, por lo que sus habitantes se encuentran sujetos a una serie de normativas para su puesta en marcha, así como la responsabilidad de los organismos competentes para determinar la infraestructura turística que permita acoger a los visitantes e incidir positivamente en su nivel de satisfacción.

Planificación Turística

Según Álvarez Said (2012), la Planificación Turística es “la integración de la economía, cultura y medio ambiente del destino”, elementos necesarios para determinar la oferta y demanda turística en un sector basándose en la perspectiva de los visitantes y sus aspiraciones del servicio que pretende recibir.

Para Osorio Gracia (2012), hablar de planificación turística es “referirse al proceso racional u ordenado que permite alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico”, por ende, es necesario abordar el análisis turístico desde un enfoque general y particular que permita identificar los elementos constitutivos que direccionen la funcionalidad de dicha actividad en una determinada zona o región.

2.2 Marco Metodológico

El desarrollo del caso de estudio responde a los paradigmas investigativo de carácter cuali-cuantitativo, ya que se enfoca en la percepción del turismo en el balneario “Las Cataratas” para lo cual se establece la recolección de datos con y sin medición numérica en base a los instrumentos aplicados. En lo que se refiere a los tipos de investigación; la investigación descriptiva permitió identificar las causas y efectos que se derivan en la problemática planteada; mientras que la investigación correlacional establece el nivel de relación de las mismas para determinar las interrogantes a ser disipadas a lo largo de la investigación. Por otro lado, la investigación de campo permitió el levantamiento de la información en el balneario turístico “Las Cataratas” donde se obtuvo el criterio de los habitantes del sector y de un grupo de turistas que frecuentan el mismo como parte de los sujetos tipos de investigación.

2.3 Población y Muestra

Para la recolección de datos, se fija como población objeto de estudio a los habitantes del cantón Milagro, que según (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012) ésta asciende a 166.634 habitantes, obteniendo una muestra de la misma de la siguiente forma.

Tabla 1.- Fórmula finita

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
N	Tamaño de la muestra.
E	0.05 Error de la muestra
P	0,5 probabilidad a favor (número de casos que ocurra)
Q	0,5 probabilidad en contra (casos restantes)
Z	nivel de confianza 1,96

Elaborado por: Reyes Joselin

Fuente: Reglamento de Proyectos de Grado UNEMI

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384 \text{ habitantes}$$

2.4 Métodos y Técnicas

Método inductivo-deductivo, permitió el análisis de la problemática desde el punto de vista general hasta llegar a la particularidad del caso práctico, enfocado en la planificación turística del balneario “Las cataratas” de la parroquia Mariscal Sucre perteneciente al cantón Milagro, cuyo objetivo general se enfocó en mejorar la actividad turística del sector en beneficio de las familias asentadas a sus alrededores y el deleite de los visitantes.

Método hipotético-deductivo facilitará el planteamiento de premisas basadas en la problemática planteada, la misma que determina la viabilidad de una propuesta significativa que brinde solución inmediata al caso práctico de estudio.

2.5 Resultados

A través del análisis realizado se evidenció que el nivel de percepción que posee los habitantes sobre la Planificación Turística inherente en el sector del balneario “Las Cataratas” se encuentra por debajo de los índices normales, lo que implica la necesidad de mejorar el trabajo de los diversos entes encargados de proveer un turismo sostenible y la oportunidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes en el sector.

A. Información demográfica

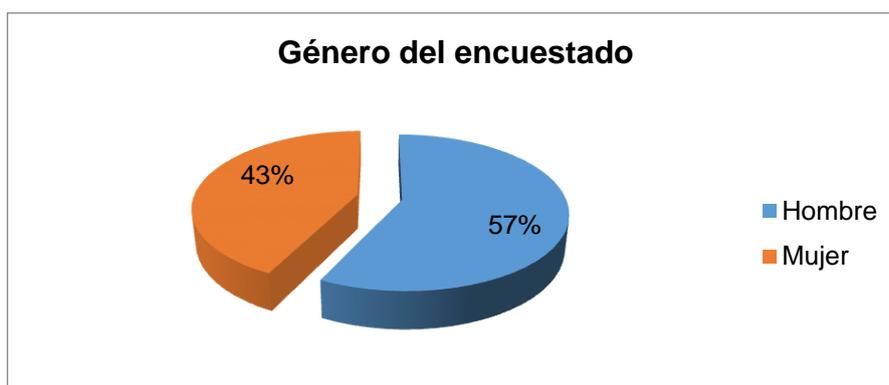
1.- Género

Tabla 2. Género del encuestado

Opciones	Resultados	Porcentajes
Hombre	220	57%
Mujer	164	43%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 1. Género del encuestado

Análisis.- Los resultados demuestran que el 57% de los encuestados son hombres, mientras que el 43% son mujeres, considerados como los sujetos tipos de investigación, encargados de aprovisionar la información referente a la actividad turística en el balneario “Las Cataratas”.

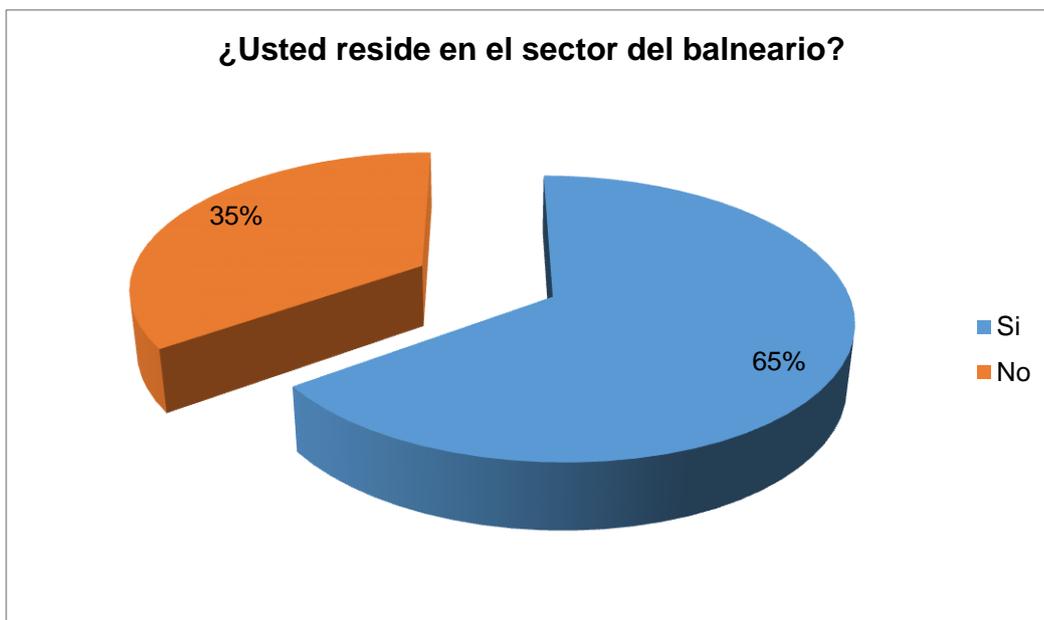
2.- ¿Usted reside en el sector del balneario?

Tabla 3. Lugar de residencia de los encuestados

Opciones	Resultados	Porcentajes
Si	250	65%
No	134	35%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 2. Lugar de residencia de los encuestados

Análisis.- Los resultados demuestran que el 65% de los encuestados son residentes del sector turístico, mientras que el 35% pertenecen a otros sectores aledaños al balneario, de tal manera que el análisis abarca los diversos puntos de vistas.

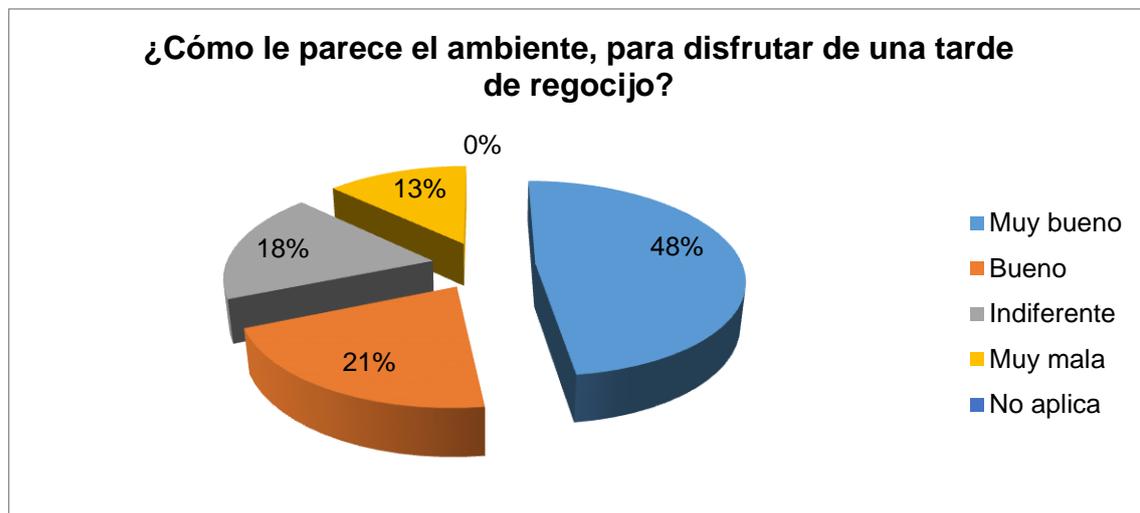
3.- ¿Cómo le parece el ambiente, para disfrutar de una tarde de regocijo?

Tabla 4. Percepción del ambiente para el disfrute de los turistas

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	184	48%
Bueno	80	21%
Indiferente	70	18%
Muy mala	50	13%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 3. Percepción del ambiente para el disfrute de los turistas

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 48% de los encuestados el ambiente es muy bueno para disfrutar una tarde de regocijo, mientras que el 21% solo lo considera como bueno, el 18% es indiferente y el 13% lo define como muy

malo. Es decir que a pesar de existir cifras positivas la percepción de un grupo de personas no es favorable, lo que amerita acciones inmediatas para mejorar la actividad turística.

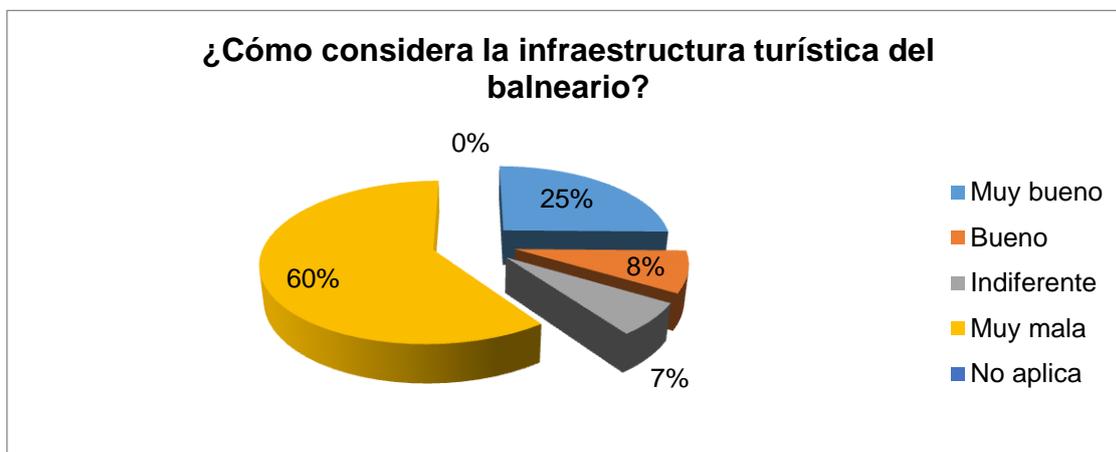
4.- ¿Cómo considera la infraestructura turística del balneario?

Tabla 5. Percepción de la infraestructura turística

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	97	25%
Bueno	32	8%
Indiferente	25	7%
Muy mala	230	60%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 4. Percepción de la infraestructura turística

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 25% de los encuestados la infraestructura turística es muy buena, mientras que el 8% solo lo considera como buena, el 7% es indiferente y el 60% lo define como muy mala, notándose la necesidad de mejorar los servicios básicos para elevar la satisfacción y deleite de los turistas, trabajo que debe ser coordinado por la gestión mancomunada de las entidades locales.

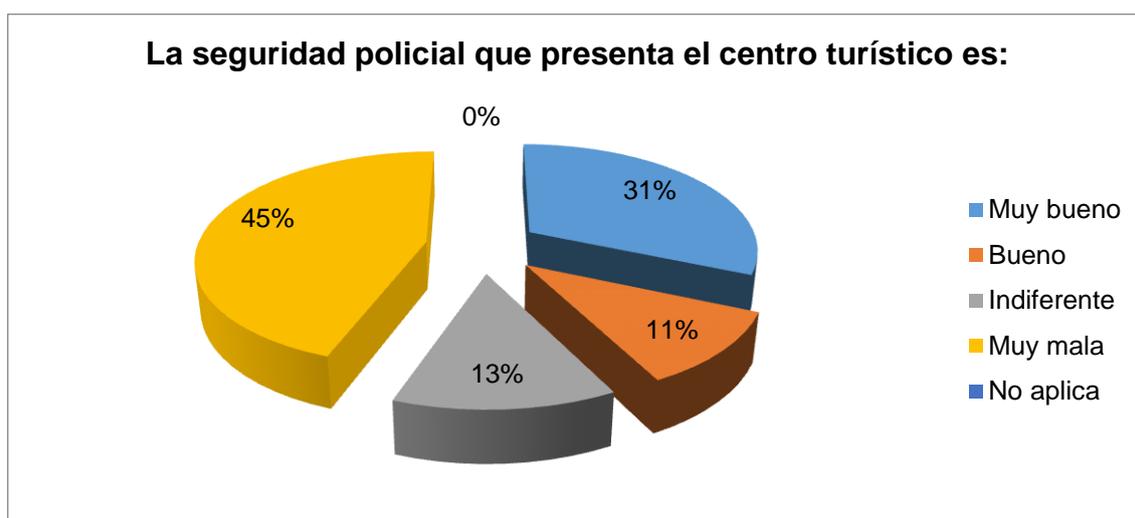
5.- La seguridad policial que presenta el centro turístico es:

Tabla 6. Percepción de la seguridad policial que presenta el centro turístico

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	121	31%
Bueno	42	11%
Indiferente	50	13%
Muy mala	171	45%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 5. Percepción de la seguridad policial que presenta el centro turístico

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 31% de los encuestados la seguridad policial es muy buena, mientras que el 11% solo lo considera como buena, el 13% es indiferente y el 45% lo define como muy mala, factor elemental que incide en la satisfacción de los turistas, ya que el cuidado de su integridad física determina la motivación para visitar el sector, es decir que la deficiente labor policial repercute en la decisión de las personas.

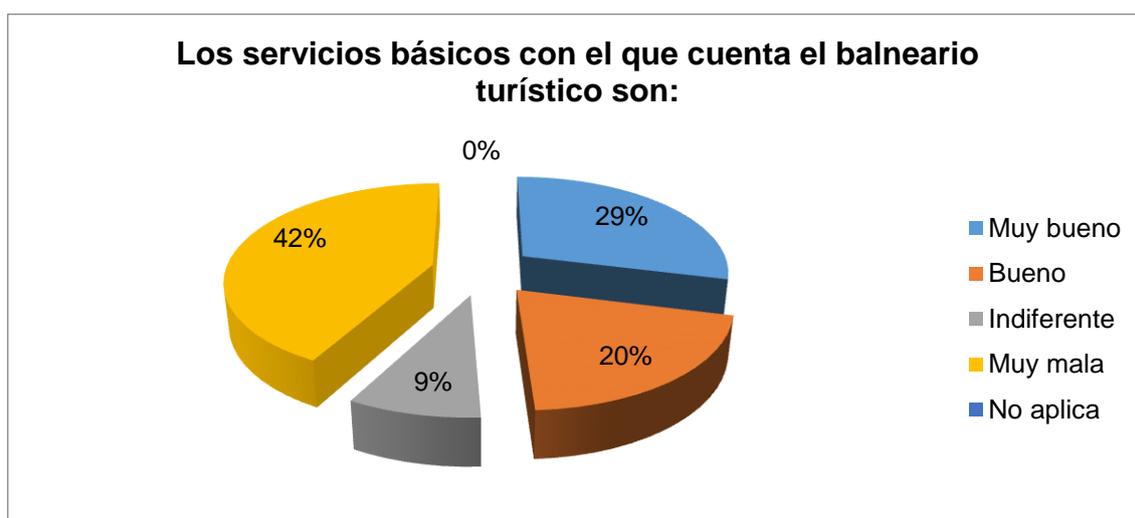
6.- Los servicios básicos con el que cuenta el balneario turístico son:

Tabla 7. Percepción de los servicios básicos en el balneario

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	111	29%
Bueno	78	20%
Indiferente	33	9%
Muy mala	162	42%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 6. Percepción de los servicios básicos en el balneario

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 29% de los encuestados los servicios básicos son muy buenos, mientras que el 20% solo lo considera como bueno, el 9% es indiferente y el 42% lo define como muy malo, es decir que la percepción de las personas que frecuentan el balneario turístico en relación a los servicios básicos son negativos, lo que implica la acción inmediata del GAD Municipal para fortalecer el desarrollo turístico de manera sostenible.

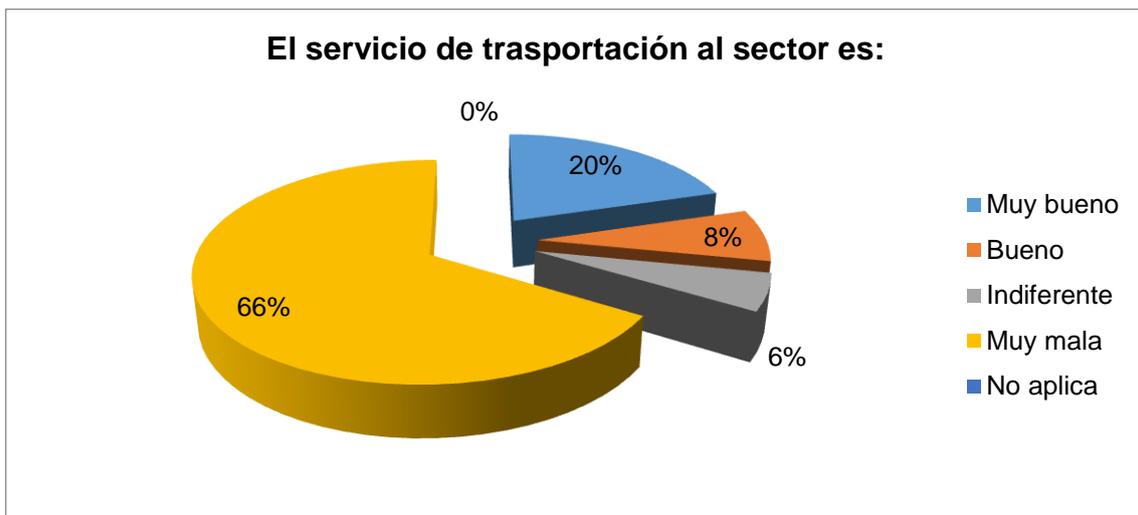
7.- El servicio de trasportación al sector es:

Tabla 8. Percepción del servicio de transporte

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	78	20%
Bueno	30	8%
Indiferente	21	6%
Muy mala	255	66%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 7. Percepción del servicio de transporte

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 20% de los encuestados los servicios de transporte al balneario son muy buenos, mientras que el 8% solo lo considera como bueno, el 6% es indiferente y el 66% lo define como muy malo. Es decir que la única transportación existente suele colapsar, más aún en temporada festiva induciendo a que los turistas se deriven a otros sitios de diversión.

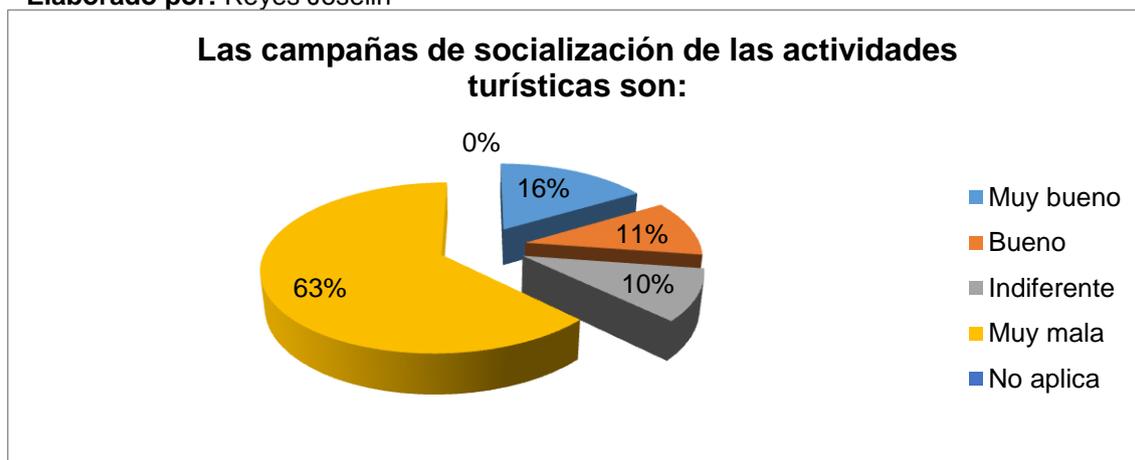
8.- Las campañas de socialización de las actividades turísticas son:

Tabla 9. Percepción sobre las campañas de socialización de las actividades turísticas

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	63	16%
Bueno	42	11%
Indiferente	38	10%
Muy mala	241	63%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 8. Percepción sobre las campañas de socialización de las actividades turísticas

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 16% de los encuestados las campañas de socialización de las actividades turísticas del balneario son muy buenas, mientras que el 11% lo considera como bueno, el 10% es indiferente y el 63% lo define como muy mala, lo que implica que se debe establecer las estrategias necesarias para difundir a los turistas las actividades que se van a realizar.

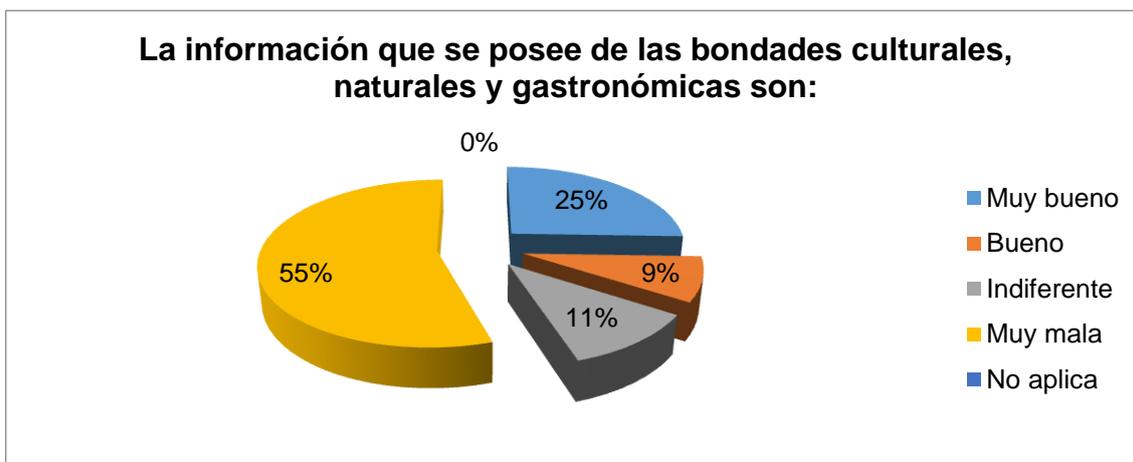
9.- La información que se posee de las bondades culturales, naturales y gastronómicas son:

Tabla 10. Percepción sobre el nivel de información de las bondades culturales, naturales y gastronómicas

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	98	25%
Bueno	33	9%
Indiferente	42	11%
Muy mala	211	55%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 9. Percepción sobre el nivel de información de las bondades culturales, naturales y gastronómicas

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 25% de los encuestados la información de las bondades culturales, naturales y gastronómicas son muy buenas, mientras que el 9% lo considera como bueno, el 11% es indiferente y el 55% lo define como muy mala, notándose la necesidad de fortalecer los inventarios turísticos como un elemento de diagnóstico precedente para afianzar la planificación del turismo en el sector.

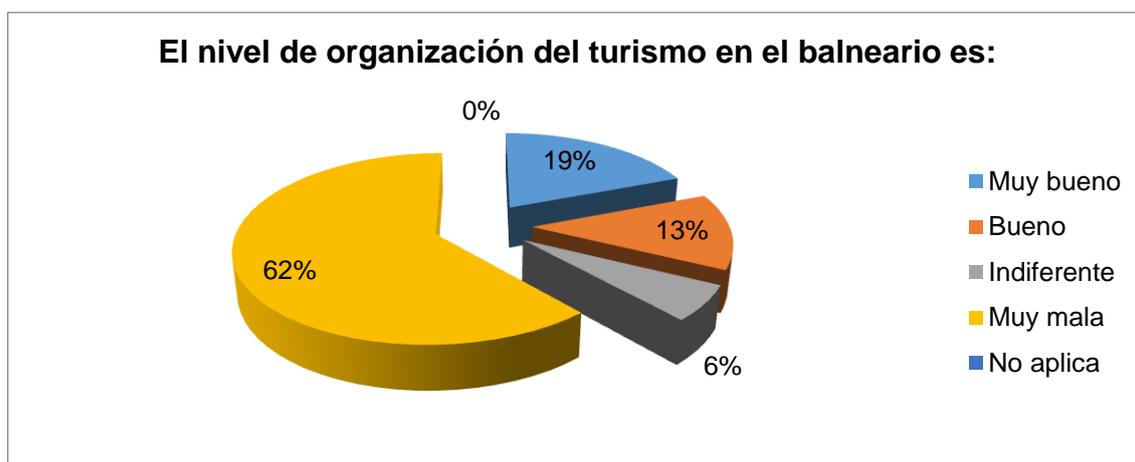
10.- El nivel de organización del turismo en el balneario es:

Tabla 11. Percepción sobre el nivel de organización del turismo en el balneario

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	73	19%
Bueno	50	13%
Indiferente	23	6%
Muy mala	235	62%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 10. Percepción sobre el nivel de organización del turismo en el balneario

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 19% de los encuestados el nivel de organización del turismo en el balneario es muy bueno, mientras que el 13% lo considera como bueno, el 6% es indiferente y el 62% lo define como muy mala, lo que amerita determinar una planificación efectiva en puntos relevantes para fortalecer el desarrollo sostenible del turismo en favor de los habitantes agolpados en el sector.

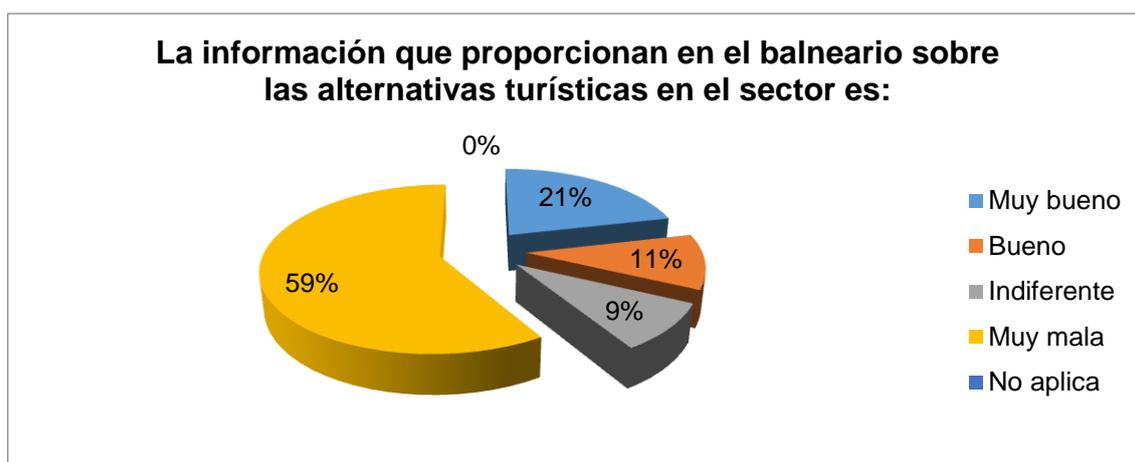
11.- La información que proporcionan en el balneario sobre las alternativas turísticas en el sector es:

Tabla 12. Percepción sobre el nivel de organización del turismo en el balneario

Opciones	Resultados	Porcentajes
Muy bueno	82	21%
Bueno	41	11%
Indiferente	35	9%
Muy mala	226	59%
No aplica	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin



Fuente: Encuesta a los habitantes del cantón Milagro.

Elaborado por: Reyes Joselin

Gráfico 11. Percepción sobre el nivel de organización del turismo en el balneario

Análisis.- Los resultados demuestran que para el 21% de los encuestados la información que proporciona el balneario sobre las alternativas turísticas en el sector son muy buenas, mientras que el 11% lo considera como bueno, el 9% es indiferente y el 59% lo define como muy mala, notándose la necesidad de establecer las estrategias de socialización para mantener informado a la comunidad sobre las actividades, así como las bondades naturales y culturales que posee el recurso turístico.

Análisis de la entrevista realizada al Presidente del G.A.D parroquial Mariscal Sucre

El criterio del presidente de la Junta Parroquial, estima que su relación con el GAD Municipal es buena, pero que la inversión es limitada, lo que repercute en el acondicionamiento efectivo de la infraestructura turística, teniendo que los habitantes acondicionar sus espacios para brindar un mejor servicio a los turistas.

De la misma forma, la actividad turística en “Las Cataratas” siempre ha estado supeditada a las costumbres de los milagreños, así como de personas que habitan en los sectores aledaños, constituyéndose en un referente para las actividades de recreación y esparcimiento de propios y extraños; pero existen diversos factores que limita su posicionamiento eficaz. Por otro lado, las acciones que ha realizado el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Milagro han servido en cierta medida para acondicionar la infraestructura turística, pero aún falta por hacer, ya que dichos arreglos se los realiza de manera esporádica notándose el deterioro paulatino de las vías de acceso así como de los servicios básicos que no pueden ser suplidos por la comunidad.

En lo que se refiere al trabajo mancomunado de la sociedad, los organismos competentes son esenciales para determinar el desarrollo de la actividad turística, lo que implica que si se debe mejorar en los aspectos de seguridad, difusión turística, atención prioritaria de los estados de salubridad y servicio constante de atención ciudadana por parte de la Defensa Civil, Policía, Cuerpo de Bomberos, GAD y Comisión de Tránsito del Ecuador.

Cabe mencionar, que dentro de las expectativas de los moradores, quienes ejercemos el turismo comunitario se encuentra la aplicación de estrategias difusivas, así como de atención al cliente, lo que permitiría afianzar la actividad en el cantón, mejorando los ingresos económicos de las familias asentadas en alrededor del balneario.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Descripción de la Propuesta

El diseño de un Plan Turístico para el balneario “Las Cataratas” permite proyectar la distribución de las diversas áreas recreativas que posee el espacio natural; de tal manera que la ubicación y movilidad por parte de los visitantes sea más efectiva.

Para la diversión de propios y extraños, el sector cuenta con una piscina de agua represada que forma parte del complejo turístico conformado por 10 hectáreas, el servicio de estaciones para botes que conforma el área de recreación de manera conjunta con la tarabita y la presencia de múltiples cabañas donde los turistas pueden disfrutar de la comida típica tradicional de la zona.

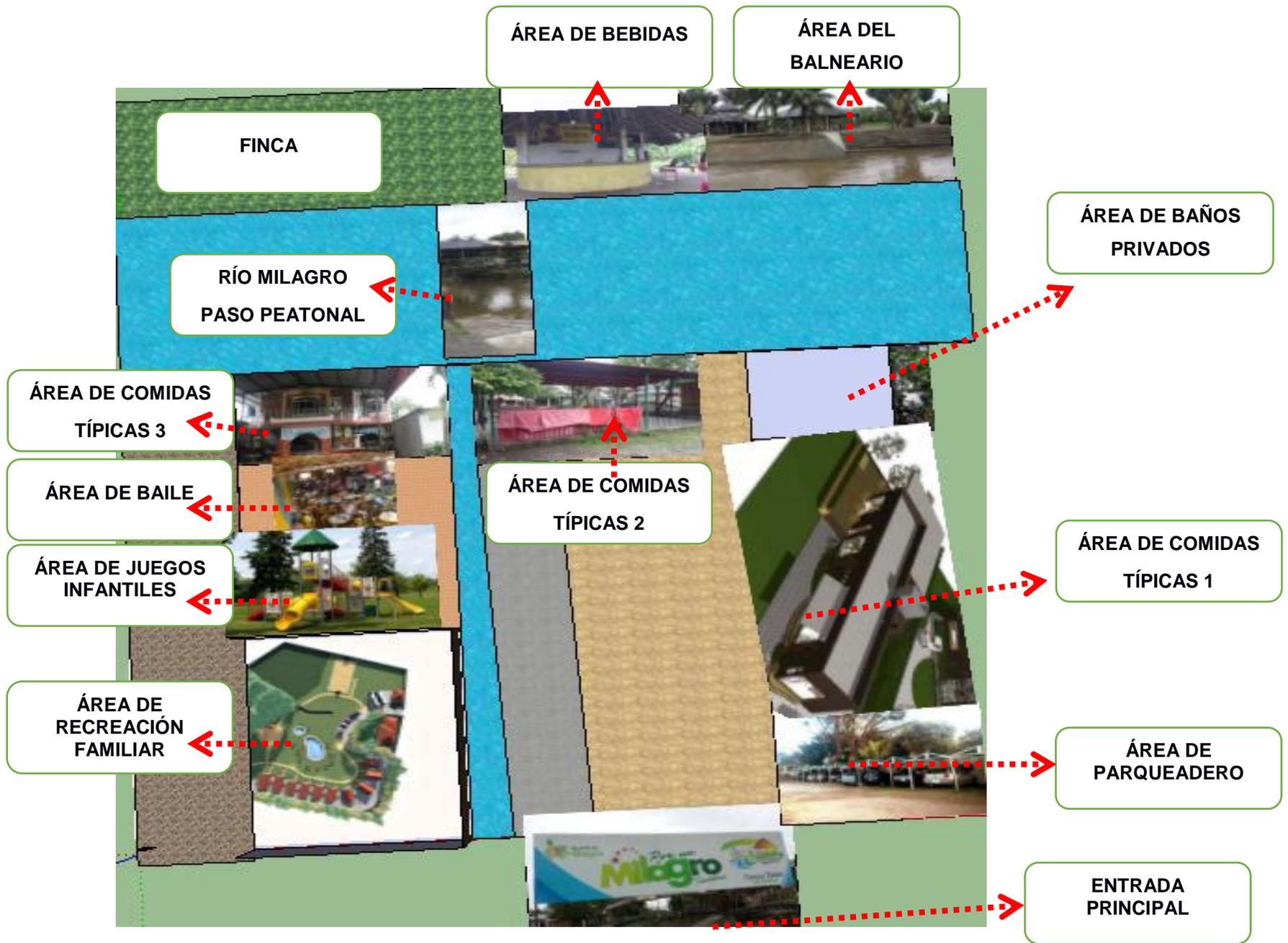
3.1.1 Desarrollo de la propuesta

Promover a las Cataratas ubicado en el sector Las Maravillas del km. 3 1/2 de la vía Milagro - Mariscal Sucre como una de las alternativas viables para la visita de propios y extraños, donde se prestan múltiples servicios que complementan el lugar, entre ellas cabañas, pistas de bailes, comedores gastronómicos y la relación estrecha con la naturaleza basándose en los principios del ecoturismo como elemento básico del Buen Vivir.

3.1.3 Planificación Turística del balneario “Las Cataratas”

ÁREAS	DESCRIPCIÓN
<p>AREA DE COMIDA TÍPICAS 1</p>	<p>Comprende dos cabañas de comidas típicas agolpadas al lado derecho del complejo, su terreno es privado, por lo que el acceso es restringido. Cada cabaña tiene una capacidad para 54 personas. En esta zona se prepara una diversidad gastronómica que comprende bollos de pescados, pescado frito, tortillas de verde, tortillas de camarón, pescado asado, patacones.</p>
<p>AREA DE COMIDA TÍPICAS 2</p>	<p>Esta área también se encuentra ubicada al lado derecho del balneario, por ende su propiedad es privada, lo que constituye un bar de pequeñas dimensiones donde se prepara una diversidad de comidas típicas, en especial los bollos de pescados, tortillas de verde y camarones.</p>
<p>AREA DE COMIDA TÍPICAS 3</p>	<p>De carácter público, elaborado por gestión del GAD Municipal, y puesto a disposición de los visitantes a través de concesiones, donde el arrendatario procede a la atención de los visitantes, proveyendo de comida típica similares a los dos comedores antes mencionados, dando de esta forma una gran magnitud a la oferta gastronómica en el sector, donde los precios tienden a variar entre \$ 1,50 y \$ 2,00.</p>
<p>ÁREAS DE BAÑOS</p>	<p>Ubicados en la parte privada del complejo, cuyo servicio es específico para los turistas y visitantes que realizan sus consumos en las áreas de comidas típicas 1 y 2.</p>
<p>ÁREA DE BAILE</p>	<p>Espacio recreativos acondicionados de manera privada, donde los comuneros brindan un esparcimiento lleno de música y algarabía, sean éstos los fines de semana o días festivos, de tal manera que las estimaciones para la acogida de visitantes fluctúa entre 150 y 200 personas solamente en esta área.</p>
<p>ÁREA DE JUEGOS INFANTILES</p>	<p>Espacio conformado por una superficie de 20mx30m dedicado al esparcimiento infantil, donde se ubican columpios, y toboganes que permite la recreación de los infantes, de tal manera que el complejo turístico</p>

	atiende a todos los elementos integrantes del vínculo familiar con su respectiva organización.
ÁREA DE RECREACIÓN FAMILIAR	Conformada por un conjunto de cabañas agolpadas en el lado izquierdo del acceso principal al balneario, donde los espacios corresponden a la inversión privada por parte de los comuneros, quienes ofertan sus servicios a los visitantes, a través de hamacas, salas de billares, perezosas, música ambiental, preparación de comidas a la carta, así como juegos infantiles de carácter exclusivo para los visitantes que ingresan a esta área.
ÁREA DE PARQUEO	Área específica en el balneario donde los visitantes pueden dejar sus vehículos al cuidado de un personal privado encargado de la seguridad de los mismos. Su capacidad fluctúa entre 30 a 40 automóviles y de 30 a 50 motocicletas; los valores cobrados por este servicio se encuentran establecidos por una tarifa de \$ 1,00 la jornada.
ÁREA DE BEBIDAS	Ubicada al pasar el puente peatonal que atraviesa el río Milagro, zona dedicada específicamente para el consumo de bebidas de moderación, donde el resguardo policial se encarga de regular los horarios y controlar el orden, en esta zona se ubican dos cabañas administradas por los comuneros del sector. los precios de las bebidas de moderación se ubican en \$ 1,50, mientras que las gaseosas varían según su tamaño. El espacio está acondicionado para recibir aproximadamente a 100 personas distribuidas en pequeñas mesas con sus respectivos asientos y espacios acondicionados en el resto de la finca que colinda al balneario.
ÁREA DE BEBIDAS	Espacio acondicionado con un pequeño muelle y graderíos realizados por el GAD Municipal, donde los visitantes tienen el acceso al caudal del río de manera segura. Este espacio tiene una capacidad de 300 personas dentro de una dimensión que bordea la orilla del afluente natural considerada en 70 metros.



3.1.4 Presupuesto

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Elaboración de un material informativo del turismo en el balneario.	Prospecto de información turística sobre el Balneario “Las Cataratas”	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Diseño de logo turístico	Marca turística que permite identificar al sector	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Publicidad radial	Promoción turística por temporada. Frecuencia FM (Radio Vega Mega, Cadena Dial)	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Elaboración de camisetas	Difusión turística a la comunidad	100	\$ 5,00	\$ 500,00
Publicidad en prensa escrita	Difusión en medios masivos sobre las posibles actividades turísticas en el sector	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Elaboración de la página web	Acceso a información y creación de chats para criterios turísticos	1	\$ 800,00	\$ 800,00

Elaboración de señalética turística	Proporcionar la señalética en el sector para la identificación de las dependencias por parte de los turistas	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total				\$ 2070,00

3.2 Conclusiones

- El diseño de la Planificación Turística permitió la identificación de las áreas específicas que conforman el balneario “Las Cataratas”, el mismo que permite la movilidad y desplazamiento de los turistas en las diversas zonas donde se proveen de múltiples servicios que proporcionan los comuneros a los visitantes para su deleite y esparcimiento, convirtiéndose en una de las alternativas más relevantes del sector.
- En lo que se refiere al nivel de satisfacción que poseen los turistas sobre los servicios prestados en el balneario, los resultados obtenidos evidencian que para los visitantes la infraestructura con la que cuenta el balneario no logra cubrir la demanda, por lo que tiende a colapsar específicamente en temporada festiva.
- La recolección de datos realizada a través de la encuesta a los turistas demuestra la necesidad de plantear estrategias que permita dinamizar el turismo en el balneario, ya que gran parte de las actividades realizadas son generadas por los comuneros de manera empírica con el mínimo de aporte técnico por parte de los entes encargados del turismo en el cantón.
- A través de la Planificación Turística el balneario logrará promover las actividades a realizarse de una manera organizada, donde la difusión es necesaria para la captación de turistas considerado como una medida complementaria para fortalecer el turismo en el sector.

3.3 Recomendaciones

- Como parte de las recomendaciones se sugiere la participación activa de los organismos responsables de la actividad turística en el cantón, quienes deben fijar sus acciones de manera constante para lograr consolidar la actividad turística en el balneario “Las Cataratas” convirtiéndose en un referente para la economía de la región.
- Es imprescindible difundir de manera efectiva la Planificación Turística propuesta en este estudio, ya que a través de la identificación de las diversas áreas con la que cuenta el balneario los turistas logran mejorar su movilidad y desplazamiento en el previo, teniendo presente la ubicación de cada una de las zonas para su respectivo relax y esparcimiento familiar, evitando el colapso de las instalaciones.
- Se debe considerar por parte del GAD Municipal y entes encargado del balneario el trabajo mancomunado para dinamizar el turismo en el sector, donde la autogestión y el aprovisionamiento de recursos estatales fortalezca la actividad turística de “Las Cataratas” beneficiando a cientos de hogares asentados a su alrededor.
- Es necesario mejorar las estrategias de difusión turísticas a través de portales web exclusivos, donde la promoción del balneario vaya de la mano con las estrategias de publicidad para dar a conocer las bondades naturales, gastronómicas y culturales de la zona como parte complementaria del turismo en todas su dimensiones.

Bibliografía

- Abatedaga, N. (2013). Las estrategias comunicacionales. En N. ABATEDAGA, *Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos* (pág. 187). Buenos Aires: Editorial Brujas.
- Acosta, C. (2013). *Publicidad Turística*. Recuperado el 02 de abril de 2014, de Compañía de Turismo en Puerto Rico: <http://iamcesaracosta.weebly.com/>
- Adital . (2013). Obtenido de http://www.adital.com.br/site/noticia_imp.asp?lang=ES&img=S&cod=77534
- Aguilar, J. A. (2013). Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/340/1/T-UTMACH-FCE-034.pdf>
- Álvarez Said, J. (2013). *Planificación Turística*. Obtenido de Gestión de destinos Turísticos: <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041369/3-1%20Introduccion%20%20La%20planificaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica>
- Andes. (2013). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADaturismo/5243.html>
- Arleco Producciones. (14 de Febrero de 2013). *Influencia de la Publicidad en el Turismo*. Recuperado el 28 de Marzo de 2014, de Blogitravel: <http://www.blogitravel.com/2010/02/influencia-de-la-publicidad-en-el-turismo/>
- arrera, E., & Muratore, N. (12 de Febrero de 2012). *Turismo Rural en Latinoamérica*. Obtenido de Curso de Gestión Empresarial y Proyectos de Turismo Rural: http://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/turismo_rural_en_america_latina_2013.pdf
- Barrera, E., & Muratore, N. (2013). *Universidad de Buenos Aites*. Obtenido de http://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/turismo_rural_en_america_latina_2003.pdf
- C, M. I. (2013). Obtenido de <http://hdl.handle.net/10644/2995>

- Cabrera, A., & Pelayo, N. (2012). La comunicación es determinante en la configuración de la realidad. En A. CABRERA, & N. PELAYO, *Lenguaje y comunicación* (pág. 44). Caracas: Lo libros de el Nacional.
- Cárdenas, L. (2012). La publicidad y el turismo. En L. Cárdenas, *La publicidad y el turismo* (pág. 105). México: Universidad Autónoma de México.
- Castellanos, L. (10 de Julio de 2012). *El Turismo en el Ecuador Megadiverso*. Obtenido de Turismo en Ecuador: http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf
- Cavarrubias, R. (2015). *Evaluación del potencial en Municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Obtenido de Emedud-Libros: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>
- CEIBAL. (2013). *¿Qué es el Turismo?* Obtenido de Ecoturismo, una forma distinta de disfrutar: http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas_conocimiento/cs_sociales/090105_ecoturismo/qu_es_el_turismo.html
- Centty Villafuerte, D. (2012). *eumed*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/METODO%20LOGICO%20HISTORICO.htm>
- Comunidad Digital de Conocimiento. (19 de Febrero de 2013). *Tipos de Turismo*. Obtenido de Comunidad Digital de Conocimiento: <http://www.academica.mx/blogs/tipos-turismo>
- Cook, T. (2012). *El padre del turismo*. Obtenido de Origenes del Turismo: <http://fabytur1213.blogspot.com/2012/05/thomas-cook-el-padre-del-turismo.html>
- Crosby, a. (2012). Importancia del Turismo rural. En a. Crosby, *Re inventando el Turismo Rural* (pág. 12). Madrid: Editorial LAERTES.
- Crosby, A. (2012). *Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo*. Ediciones Laertes.
- El Telegrafo. (13 de Enero de 2014). *Ecuador se proyecta como destino turístico internacional para 2014*. Obtenido de

<http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/ecuador-se-proyecta-como-destino-turistico-internacional-para-2014.html>

Galán Aguado, A. (2012). Plan estratégico del turismo. En A. Galán Aguado, *El Turismo rural en el Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León* (pág. 131). Castilla y León: Ediciones Universidad de Salamanca.

García, M. (2012). Publicidad turística. En M. García, *Las claves de la publicidad* (pág. 76). Madrid: Esic Editorial.

Guayas.gob. (12 de Agosto de 2013). Recuperado el 5 de Diciembre de 2012, de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-azucar>

Guayas.gob.ec. (9 de Agosto de 2013). *Guayas Turístico*. Recuperado el 9 de Enero de 2012, de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-azucar>

HostITur. (15 de Mayo de 2013). *La ilegalidad, el gran problema del turismo rural para la mitad de los propietarios*. Obtenido de Observatorio de Turismo Rural: http://www.hosteltur.com/151540_ilegalidad-gran-problema-turismo-rural-mitad-propietarios.html

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Obtenido de INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Jaime Rivera Camino, M. d. (2012). Dirección de Marketing. Fundamentos y Aplicaciones. En M. d. Jaime Rivera Camino, *Dirección de Marketing. Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid: Esic Editorial. Obtenido de <http://books.google.com.ec/books?id=xL1OrX6R-oIC&pg=PA224&dq=importancia+del+plan+de+marketing&hl=es-419&sa=X&ei=d9kNVJrsDorxgwT0-ILoBw&ved=0CBoQ6AEwAA#v=onepage&q=importancia%20del%20plan%20de%20marketing&f=false>

MAPAMIRAMA. (10 de DICIEMBRE de 2013). *Un interesante recorrido a las campiñas manabitas*. Obtenido de Turismo Rural: http://issuu.com/raulomar/docs/turismo_rural_1

- Marmol, P., & Cármen, O. (2012). Relacion con el sector de la hostelería y el Turismo. En P. Marmol, & O. Cármen, *Marketing Turístico* (pág. 9). Madrid: Editorial ParaInfo.
- Martín, P. J. (2013). *Deporte y Turismo*. Madrid: Síntesis S.A.
- Medina Ruiz, M. I. (2012). *eumed*. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación-España. (01 de Enero de 2013). *Turismo en España* . Obtenido de Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación:
<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/ServiciosAlCiudadano/InformacionParaExtranjeros/Paginas/Turismo.aspx>
- Ministerio de Industria y Turismo-España. (20 de agosto de 2016). *El turismo en España bate todos los récords este verano*. Obtenido de El mundo:
<http://www.elmundo.es/economia/2016/08/20/57b761dbca4741ea2c8b4574.html>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (25 de Agosto de 2013). *Ecuador lo tiene todo para ser una Potencia Turística*. Obtenido de Ministerio de Turismo:
<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-lo-tiene-todo-para-ser-una-potencia-turistica/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (Enero de 2016). *Turismo crece un 13% en Ecuador durante el 2015*. Obtenido de Turismo web:
<http://blog.espol.edu.ec/turismoweb/2016/01/06/turismo-crece-13-ecuador-2015/>
- Ministerio de Turismo. (12 de Octubre de 2013). Recuperado el 2011 de Diciembre de 20, de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Montaño, A. P. (2012). Migracion del Campo a la Ciudad. *La Patria*. Obtenido de <http://www.lapatriaenlinea.com/?t=migracion-del-campo-a-la-ciudad¬a=93454>

- Muñoz de Escalono, F. (2013). *En torno al "Grand Tour". Análisis de un caso paradigmático*. Obtenido de Repositorio Digital de UCo España: <https://www.uco.es/~gt1tomam/asignaturas/iti/felipeii.pdf>
- Muñoz, M. D. (2013). Obtenido de <http://cederul.unizar.es/revista/num07/01.htm>
- Naranjo, S. (07 de Agosto de 2014). *La meta de Ecuador es hacer del turismo la primera fuente de ingresos no petroleros, dice Ministra*. Obtenido de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/meta-ecuador-es-hacer-turismo-primera-fuente-ingresos-no-petroleros-dice-ministra.html>
- Narváez, M., & fernández, G. (2011). El turismo desde la perspectiva de la demanda. lugar de estudio: península de Paraguaná – Venezuela. *Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica*, 3.
- Nikolova, I. (07 de Marzo de 2013). Obtenido de <http://www.solomarketing.es/objetivos-que-no-puedes-perder-de-vista-a-la-hora-de-desarrollar-el-plan-de-marketing/>
- OPTUR. (10 de Mayo de 2014). *Ingresos de Extranjeros al Ecuador*. Obtenido de OPTUR: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- Organización Mundial de Turismo-OMT. (2013). *Inventarios Turísticos*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo-OMT: <https://es.scribd.com/doc/46927500/Recursos-Turisticos-inventario-clasificacion-jerarquizacion-evaluacion>
- Organización Mundial del Turismo. (12 de Julio de 2013). *¿Por qué el Turismo?* Obtenido de El Turismo un fenómeno económico y social: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Organización Mundial del Turismo. (12 de Agosto de 2013). *El Turismo un fenómeno económico y social*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Organización Mundial del Turismo. (11 de Juni de 2013). *Entender el turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

- Osorio Gracia, M. (2012). *La Planificación Turística. Enfoques y modelos*. Obtenido de Univesidad Autónoma de la Universidad de México: <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/OSORIO-PT-Enfoq-yModelos.pdf>
- Pérez, S. (2013). *Scielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>
- PIETRO, M. (2011). La compilación. En M. PIETRO, *Espacios en disputa: El turismo en el Ecuador* (pág. 20). Quito: Ediciones CrearImagen.
- Pulagarín, E. A. (2013). Rincones Perdidos de Antioquia (Colombia). Ebéjico una Aventura por Vivir. *Revista Vinculando*. Obtenido de <http://vinculando.org/author/andrew/>
- Rodríguez, E. (10 de Agosto de 2011). *Turismo sostenible y desarrollo Hotelero*. Obtenido de Revista Vinculando: <http://vinculando.org/author/andrew/>
- Rojas, D. P. (2013). Obtenido de <http://www.tesis.uchile.cl/handle/2250/113793>
- Ruiz Ballesteros, E., & Solis Carrión, D. (2013). El proceso legal para el reconocimiento del turismo. En E. Ruiz Ballesteros, & D. Solis Carrión, *Turismo Comunitario en el Ecuador* (pág. 64). Quito- Ecuador: Ediciones ABYA-YALA.
- Rural Promo. (2014). Obtenido de http://www.ruralpromo.com/articulo_4.htm
- Salazar, A. (2013). *Turismo comunitario*. Obtenido de Turismo: <http://es.slideshare.net/anitacamila/turismo-comunitario>
- Santana Talavera, A. (2013). Turismo cultural, culturas turísticas. *Revista Scielo*, 10.
- Senplades. (2013). Plan Nacional Buen Vivir 2013-2017. En Senplades, *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Tapia, E. (2015). Ecuador tiene la mayor tasa de incremento de turistas extranjeros en la región. *Revista Líderes*.
- Tourism & Leisure. (2013). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible para el Ecuador*. Quito: Septiembre. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

APÉNDICE#1



Urkund Analysis Result

Analysed Document: CASO PRACTICO WORD.docx (D24216628)
Submitted: 2016-12-09 17:51:00
Submitted By: joselinreyes30@hotmail.com
Significance: 0 %

Sources included in the report:

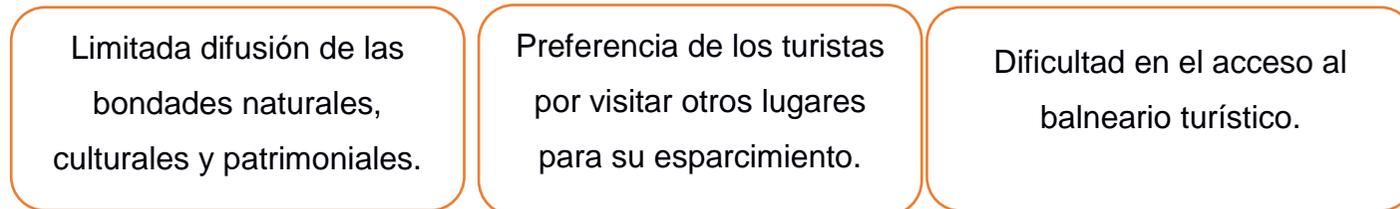
Instances where selected sources appear:

0

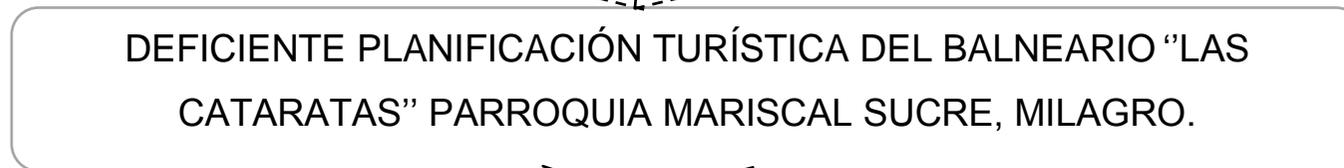
Apéndice #2

DISEÑO DE UNA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEL BALNEARIO "LAS CATARATAS" PARROQUIA MARISCAL SUCRE, MILAGRO.

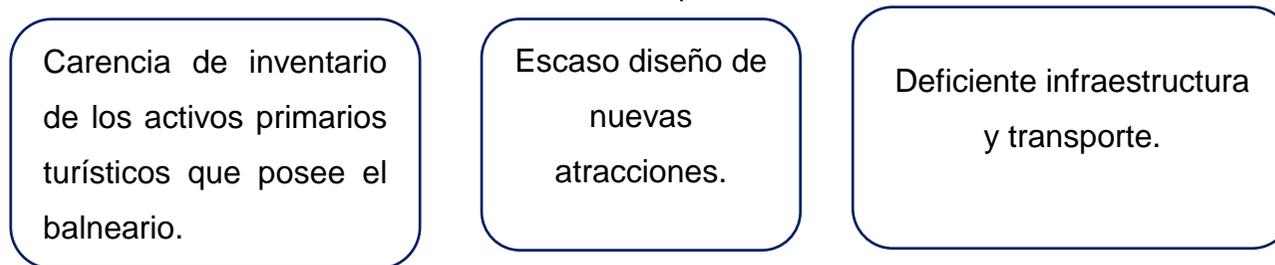
EFECTO



PROBLEMA



CAUSAS



Apéndice #3



ENTREVISTA AL PRESIDENTE DEL SECTOR DONDE SE UBICA EL BALNEARIO “LAS CATARATAS”

Objetivo: *Determinar la importancia de diseñar una planificación turística en el balneario “Las Cataratas” para mejorar el ambiente recreativo del sector.*

1.- ¿Cómo considera usted la actividad turística en el sector durante los últimos tres años?

En realidad, la actividad turística en “Las Cataratas” siempre ha estado supeditada a las costumbres de los milagreños, así como de personas que habitan en los sectores aledaños, constituyéndose en un referente para las actividades de recreación y esparcimiento de propios y extraños; pero existen diversos factores que limita su posicionamiento eficaz.

2.- ¿Cuál es el nivel de relación que existe con el GAD Municipal para reactivar el turismo en el balneario?

Las acciones que ha realizado el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Milagro han servido en cierta medida para acondicionar la infraestructura turística, pero aún falta por hacer, ya que dichos arreglos se los realiza de manera esporádica notándose el deterioro paulatino de las vías de acceso así como de los servicios básicos que no pueden ser suplidos por la comunidad.

3.- ¿Considera que el trabajo de los organismos competentes en el sector debe mejorar? ¿Por qué?

En realidad, el trabajo mancomunado de la sociedad, así de los organismos competentes son esenciales para determinar el desarrollo de la actividad turística, lo que implica que si se debe mejorar en los aspectos de seguridad, difusión turística, atención prioritaria de los estados de salubridad y servicio constante de atención

ciudadana por parte de la Defensa Civil, Policía, Cuerpo de Bomberos, GAD y Comisión de Tránsito del Ecuador.

4.- ¿Cuáles son las bondades turísticas que ofrece el balneario a la comunidad visitante?

El sector cuenta con un afluente natural represado del Río Milagro, así como la ruta de plantaciones agrícolas; el deleite de sus gastronomía típica donde destaca la cocción de los apetitosos “bollos de pescado”, caldo de salchicha, seco de gallina, entre otros, que compensa el paladar de los visitantes.

5.- ¿Cómo se difunde las actividades turísticas del sector al resto de la comunidad?

En realidad, la difusión turística del balneario es realizado de boca en boca, ya que se promociona en el mismo sector las diversas actividades a realizarse, la misma que se difunde a través de conversaciones de los visitantes, evidenciando una deficiente estrategia difusiva.

6.- ¿Cuáles serían las expectativas para tener una aceptación favorable con el turismo comunitario?

Dentro de las expectativas de los moradores, quienes ejercemos el turismo comunitario se encuentra la aplicación de estrategias difusivas, así como de atención al cliente, lo que permitiría afianzar la actividad en el cantón, mejorando los ingresos económicos de las familias asentadas en alrededor del balneario.

7.- Para usted. ¿Qué tan importante es realizar una planificación turística a las Cataratas?

En realidad, todo lo que beneficie a la comunidad y fomente el desarrollo sostenible del turismo es visto en buena lid, por ende sería favorable determinar una planificación turística que dinamice la visita al sector.

8.- ¿Qué podría decirme sobre los servicios que ofrecen los trabajadores de dicho sitio?

La atención del servicio al turista se lo realiza de manera empírica, ya que cada uno de los aspectos son validados a través de la buena voluntad y predisposición de los dueños de cada local apostado en el balneario, por lo que se hace preciso una capacitación constante para mejorar la satisfacción de los turistas.

9.- ¿Cómo evalúa el crecimiento de este lugar de atracción turística desde su punto de vista?

Durante los años que vivo en el sector he notado que la actividad turística en el balneario ha ido evolucionando de manera lenta, a base del esfuerzo y sacrificio de sus habitantes, sin desmerecer la gestión de las autoridades, que en cierto punto es mínima, ya que el balneario en temporadas festivas como carnaval acoge a miles de visitantes, por ende la infraestructura colapsa y tiende a deteriorarse, lo que implica afianzar de manera efectiva esta situación.

10.- ¿Cuál es el mayor reto que ha logrado como presidente del G.A.D parroquial en beneficio al balneario Las Cataratas?

Uno de los logros más relevantes alcanzado es priorizar el mantenimiento de la infraestructura turística del balneario, dotando en primera instancia de los servicios básicos, pero la misma sigue siendo deficiente ameritando una intervención a gran escala.

Apéndice #4

Fotografía 1. Jornada de encuestas con los comuneros y turistas.

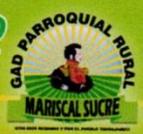


Fotografía 2. Aplicación de la entrevista con el Presidente del G.A.D parroquial Mariscal Sucre sr. Pedro Castro Monte



Apéndice #5

CARTA DE AUTORIZACIÓN

 **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE MARISCAL SUCRE**
MILAGRO - ECUADOR
ADMINISTRACIÓN 2014 - 2019 

Milagro, 28 de noviembre del 2016

Por medio de la presente Yo, **PEDRO ZACARÍAS CASTRO MONTE**, con **C.I.0904695152** en calidad de **Presidente del G.A.D Parroquial Rural Mariscal Sucre**, **AUTORIZO** a la egresada **JOSELIN JANETH REYES VERA** con **C.I.094088644-3** a realizar el Caso Práctico con el tema de "Diseño de una planificación turística del balneario "Las Cataratas", parroquia Mariscal Sucre, Milagro" Ubicada en el km 1,3 Vía Milagro, en la provincia del Guayas, que será desarrollado como requisito previo a la obtención del Título de Licenciatura en Turismo en la Universidad Estatal de Milagro.

Por lo antes mencionado y dado fe de lo escrito concedo esta Autorización a la egresada **JOSELIN JANETH REYES VERA** quien puede hacer uso necesario de este documento para fines que ella considere pertinentes realizar

Atentamente,



Sr. **PEDRO ZACARÍAS CASTRO MONTE**
**PRESIDENTE DEL G.A.D PARROQUIAL RURAL
DE MARISCAL SUCRE**
TELF: 0980782222



¡CON DIOS RESANDO Y POR EL PUEBLO TRABAJANDO!

Dirección: Mariscal Sucre - Av.Tarqui S/N
R.U.C.: 0968564230001 / Celular: 098-0782222

Página Web: www.gadmariscalsucre.gob.ec
E-mail: juntamariscalsucre@hotmail.com

Apéndice # 6

DISTRIBUCIÓN DE LAS DIVERSAS ZONAS EN EL BALNEARIO



APÉNDICE #7

ENCUESTA A LOS TURISTAS Y/O MORADORES DEL BALNEARIOS “LAS CATARATAS”

Objetivo: *Determinar la importancia de diseñar una planificación turística en el balneario “Las Cataratas” para mejorar el ambiente recreativo del sector.*

A. INFORMACIÓN SOCIO-DEMOGRÁFICA

SEXO DEL ENCUESTADO	HOMBRE		¿Usted reside en el sector del balneario?	Si		No	
	MUJER		¿Qué tiempo tiene que vive en el sector?	1 a 3 años	3 a 5 años	5 a 10 años	>10 años
			MARCAR DENTRO DEL RANGO SI SU RESPUESTA FUE SÍ AL ÍTEMS ANTERIOR				

Estimado (a), su opinión es muy importante para determinar la necesidad de diseñar una planificación turística que permita mejorar el ambiente recreativo en el sector. A continuación se presentan una serie de aspectos relevantes en este sentido, para que usted valore su respuesta, con la mayor objetividad posible, marcando con una equis (x) frente a cada aspecto que considere tenga mayor incidencia a su criterio.

B. PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD

Escala valorativa de Likert donde MB= Muy Buena, B= Buena, IND= Indiferente, MML= Muy Mala, NA= No aplica.

	MB	B	IND	MML	NA
1.- ¿Cómo le parece el ambiente, para disfrutar de una tarde de regocijo?					
2.- ¿Cómo considera la infraestructura turística del balneario?					
3.- La seguridad policial que presenta el centro turístico es:					
4.- Los servicios básicos con el que cuenta el balneario turístico son:					
5.- El servicio de transportación al sector es:					
6.- Las campañas de socialización de las actividades turísticas son:					
7.- La información que se posee de las					

bondades culturales, naturales y gastronómicas son:

8.- La señalética turística en el sector es:

9.- El nivel de organización del turismo en el balneario es:

10.- La información que proporcionan en el balneario sobre las alternativas turísticas en el sector es:
