



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

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN TURISMO**

**TÍTULO DEL PROYECTO**

**“ESTUDIO DE LOS INVENTARIOS Y PLANIFICACIONES TURÍSTICAS  
TANGIBLES E INTANGIBLES EN LA CIUDAD DE MILAGRO, PERÍODO 2015-  
2016, Y SU REPERCUCIÓN EN EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO  
DEL SECTOR”**

**AUTOR:**

Ángel Mauricio Murillo Vicuña

**Milagro, Julio 2017**

**ECUADOR**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ing. Fabricio Guevara Viejó, PhD

---

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "ESTUDIO DE LOS INVENTARIOS Y PLANIFICACIONES TURÍSTICAS TANGIBLES E INTANGIBLES EN LA CIUDAD DE MILAGRO, PERÍODO 2015-2016, Y SU REPERCUSSION EN EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR" y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 19 de junio de 2017

ÁNGEL MAURICIO MURILLO VICUÑA

C.I. 0925853780



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

EL TRIBUNAL EXAMINADOR OTORGA

LA CALIFICACIÓN DE: 90 puntos

EQUIVALENTE A: Muy Bueno

FECHA: 22/06/2017

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



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

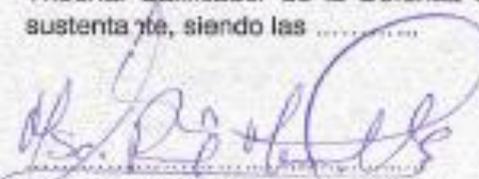


**ACTA DE PRESENTACIÓN A DEFENSA DEL PROYECTO, PREVIO A LA  
 OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO**

En la ciudad de Milagro, a los 22 días del mes de junio del año 2017, siendo las 09h00 en los predios de la Universidad Estatal de Milagro, compareció el egresado **ÁNGEL MAURICIO MURILLO VICUÑA** a defender el Trabajo de Investigación cuyo tema es: **ESTUDIO DE LOS INVENTARIOS Y PLANIFICACIONES TURÍSTICO TANGIBLES E INTANGIBLES EN LA CIUDAD DE MILAGRO; PERIODO 2015 – 2016 Y SU REPERCUSSION EN EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONOMICO DEL SECTOR.**

Requisito previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo, ante el Tribunal presidido por **MSc. Raúl Minchala Santander**, Tutor(a) del Proyecto de Investigación e integrado por **Ing. Dolores Mieleles Cevallos**, Profesor(a) que actúa como Miembro del Tribunal, y **Ing. Jazmín Peñafiel León**, Profesor(a) que actúa como Secretario(a). Examinando al egresado compareciente, de acuerdo a las disposiciones legales, durante el tiempo reglamentario, obtuvo la calificación de: **80...puntos**, equivalente **Muy Bueno.....**, el tribunal calificador le confirió la aprobación de la sustentación de su Trabajo de Investigación.

Para constancia de lo actuado, firman en unidad de acto los integrantes del Tribunal Calificador de la Defensa del Trabajo de Investigación, y el egresado sustentante, siendo las .....

  
 .....  
 PRESIDENTE(A) DEL TRIBUNAL

  
 .....  
 MIEMBRO DEL TRIBUNAL

  
 .....  
 MIEMBRO DEL TRIBUNAL  
 SECRETARIO(A)

  
 .....  
 EGRESADO

## CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativa y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

### CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Título "ESTUDIO DE LOS INVENTARIOS Y PLANIFICACIONES TURÍSTICAS TANGIBLES E INTANGIBLES EN LA CIUDAD DE MILAGRO, PERIODO 2015-2016, Y SU REPERCUCIÓN EN EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR"

Presentando como requisito previo a la probación y desarrollo de la investigación para optar por el título de licenciado/a en turismo.

El mismo que debe ser aceptado por reunir los requisito legales y por la importancia del tema

En la ciudad de Milagro a los 22 días del mes de junio del 2017



FIRMA DEL TUTOR

MINCHALA SANTANDER RAÚL TANCREDO

C.C. 0908703762

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El egresado ANGEL MAURICIO MURILLO VICUÑA, mediante la presente manifiesta ser autor del proyecto “Estudio de los Inventarios y Planificaciones turísticas tangibles e intangibles en la ciudad de Milagro, periodo 2015-2016, y su repercusión en el desarrollo social y económico del sector”.

El mismo que ha sido realizado bajo la tutela de MSc. RAUL MINCHALA en calidad de tutor y que pongo a disposición de las autoridades.

Ángel Mauricio Murillo Vicuña.

C.I. 0925853780

## **DEDICATORIA**

A Dios, mis queridos padres e hija porque gracias a su confianza me alentaron con fortaleza para seguir adelante y muy especialmente a mis queridos profesores, que su ardua tarea de educarme ha contribuido en este maravilloso trabajo y han hecho de mi un futuro profesional capaz de enfrentar los obstáculos que se me presentaran en mi vida profesional y personal.

Ángel Mauricio Murillo Vicuña.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Estatal de Milagro, que conjuntamente con todos los educadores y personal administrativo me permitieron despejar todas las inquietudes y que hoy se plasman en la creación de este maravilloso proyecto.

Especial muestra de gratitud, reciba mi admirable tutor: MSc. Raúl Minchala, por la oportuna y dinámica observación, sugerencias y sobre todo paciencia que me brindo para alcanzar con éxito la realización de este trabajo.

Ángel Mauricio Murillo Vicuña.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	1
CERTIFICADO DE ACEPTACION DEL TUTOR.....	2
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
EL TRIBUNAL EXAMINADOR .....	4
DEDICATORIA .....	5
AGRADECIMIENTO .....	6
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	7
ÍNDICE GENERAL.....	8
ÍNDICE DE CUADROS .....	10
ÍNDICE DE FIGURAS .....	11
RESUMEN .....	12
ABSTRACT .....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
CAPÍTULO I.....	15
EL PROBLEMA.....	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	15
1.1.1 Problematización.....	15
1.1.2 Delimitación del problema .....	16
1.1.3 Formulación del problema .....	17
1.1.4 Sistematización del problema .....	17
1.1.5 Determinación del Problema .....	17
1.2 OBJETIVOS .....	17
1.2.1 Objetivo General .....	17
1.2.2 Objetivos Específicos.....	17
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	18
1.3.1 Justificación de la Investigación .....	18
CAPÍTULO II.....	19
MARCO REFERENCIAL.....	19
2.1 MARCO TEÓRICO.....	19
2.1.1 Antecedentes históricos.....	19
2.1.2 Antecedentes referenciales .....	22
2.1.3 Fundamentación .....	26
2.2 MARCO LEGAL .....	30
2.3 MARCO CONCEPTUAL .....	31
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	34
2.4.1 Hipótesis General .....	34

2.4.2 Hipótesis Particulares.....	35
2.4.3 Declaración de Variables.....	36
2.4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	37
CAPÍTULO III.....	38
MARCO METODOLÓGICO.....	38
3.1.TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL .....	38
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA .....	40
3.2.1 Característica de la población .....	40
3.2.1 Delimitación de la población .....	40
3.2.2 Tipo de muestra .....	40
3.2.3 Tamaño de la muestra.....	40
3.2.4 Proceso de selección .....	41
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	41
3.3.1 Métodos teóricos .....	41
3.3.2 Métodos empíricos .....	42
3.3.3 Técnicas de investigación .....	42
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	42
CAPÍTULO IV .....	43
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	43
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	43
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS .....	58
4.3 RESULTADOS .....	58
INSTRUMENTO # 1.....	58
La Encuesta.....	58
CAPÍTULO V .....	64
PROPUESTA .....	64
5.1 TEMA .....	64
5.2 FUNDAMENTACIÓN.....	64
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	65
5.4 OBJETIVOS .....	66
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta .....	66
5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta.....	66
5.5 UBICACIÓN .....	66
5.6 METODOLOGÍA EN CONSTRUCCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE INVENTARIOS.....	69
5.6.1. Clasificación de los recursos territoriales turísticos .....	70
5.7. Inventario de los recursos territoriales turísticos .....	74
5.7.1. Inventario de los recursos reales y potenciales .....	74
5.7.3. Métodos y técnicas de valoración de los recursos territoriales turísticos .....	76

5.8. Descripción de la Propuesta .....	79
5.8.1 Objetivo General de la Propuesta .....	79
5.8.2. Definición de los recursos turísticos.....	79
5.8.3. Clasificación e inventario de los recursos turísticos.....	79
CONCLUSIONES .....	86
RECOMENDACIONES .....	87
7. ANEXOS .....	88
Anexo 1: Encuestas formato .....	89
ENCUESTA .....	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	101
REFERENCIAS EN LA WEB: .....	102

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Declaración de Variables.....	36
Cuadro 2. Operacionalización de las Variables .....	37
Cuadro 3. Datos informativos – Género.....	43
Cuadro 4. Datos informativos – Edades .....	43
Cuadro 5. Desarrollo socio-económico .....	44
Cuadro 6. Inversión turística. ....	45
Cuadro 7. Potencial turístico .....	46
Cuadro 8. Lugar turístico .....	47
Cuadro 9. Lugares turísticos .....	48
Cuadro 10. Motivo de turismo .....	49
Cuadro 11. Tipos de servicios. ....	50
Cuadro 12. Promotor del turismo .....	51
Cuadro 13. Plan de Desarrollo Turístico .....	52
Cuadro 14. Interés de la empresa privada .....	53
Cuadro 15. Calificación de los lugares turísticos. ....	54
Cuadro 16. Implementación de mejoras.....	55
Cuadro 17. Inversión de los Empresarios & propietarios.....	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Datos informativos – Género.....	43
Gráfico 2. Datos informativos – Edades. ....	43
Gráfico 3. Desarrollo socio-económico .....	44
Gráfico 4. Inversión turística. ....	45
Gráfico 5. Potencial turístico. ....	46
Gráfico 6. Lugar turístico .....	47
Gráfico 7. Lugares turísticos. ....	48
Gráfico 8. Motivo de turismo .....	49
Gráfico 9. Tipos de servicios. ....	50
Gráfico 10. Promotor del turismo .....	51
Gráfico 11. Plan de Desarrollo Turístico .....	52
Gráfico 12. Interés de la empresa privada. ....	53
Gráfico 13. Calificación de los lugares turísticos .....	54
Gráfico 14. Implementación de mejoras. ....	55
Gráfico 15. Inversión de los Empresarios & propietarios.....	56
Gráfico 16. Inexistencia de inventarios y planificaciones.....	57
Gráfico 17. Mapa del GAD de Milagro.....	67
Gráfico 18. Clasificación de gastos turísticos .....	71
Gráfico 19. Recursos turísticos en GAD Milagro y alrededores .....	72

## RESUMEN

El análisis de este inventario turístico buscó informar a la población sobre los atractivos y recursos turísticos que existen actualmente en el cantón Milagro, así mismo el autor planteó la utilización de esta información en los diferentes instituciones públicas y privadas de esta ciudad. Aquí se describió los atractivos y recursos turísticos que cuenta el cantón Milagro, así como también las alternativas que existen a su alrededor en cantones aledaños. También fué ilustrativo y de fácil comprensión para así poder llegar a todos los niveles socio-culturales, económicos. El presente proyecto consistió en una investigación de campo aplicado, no experimental que buscó resolver un problema que existe en el desconocimiento sobre los atractivos y recursos turísticos de la ciudad de Milagro, para que así los establecimientos que se dediquen al servicio y ramas del sector turístico pueda ofrecer más variedad en la oferta turística en la ciudad y contribuir al desarrollo económico, cultural y social. Además, la Investigación es bibliografía porque es necesario tomar datos ya establecidos, que permitió enriquecer la fundamentación científica del proyecto, a más de la mencionada información al presentarse como una solución ante una necesidad existente.

**Palabras Clave:** Recursos turísticos, Desarrollo Socio-económico, Ecoturismo, Producto.

## **ABSTRACT**

The analysis of this tourist inventory sought to inform the population about the attractions and tourist resources that currently exist in the canton Milagro, and the author proposed the use of this information in the different public and private institutions of this city. Here we described the attractions and tourist resources that counts the canton Milagro, as well as the alternatives that exist around it in neighboring cantons. It was also illustrative and easy to understand in order to reach all socio-cultural, economic levels. The present project consisted of an applied, non-experimental field research that sought to solve a problem that exists in the lack of knowledge about the attractions and tourist resources of the city of Milagro, so that establishments that dedicate themselves to the service and branches of the tourist sector Can offer more variety in the tourist offer in the city and contribute to economic, cultural and social development. In addition, the research is bibliography because it is necessary to take data already established, which allowed to enrich the scientific basis of the project, more of the aforementioned information when presented as a solution to an existing need.

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio se inicia con el propósito de conocer cuántos recursos y atractivos turísticos cuenta el cantón Milagro para poder levantar la correspondiente información y contar con un inventario general para futuros desarrollos turísticos en el cantón.

El turista por lo general siempre desea explorar y conocer nuevos atractivos turísticos, pero al no haber información respectiva sobre el desarrollo de nuevos recursos y atractivos turísticos, las personas por lo general siempre son asiduos a visitar los mismos lugares ya conocidos por ellas.

El turismo moderno, se ha convertido en primordial importancia para la economía mundial y principalmente para el Ecuador. Esto se está derivando en una forma de competencia de países productores de servicios, productos y atractivos turísticos, aparte de un llamado a los gobiernos para implementar mejoras a su desarrollo y fundamentalmente la capacitación de los trabajadores al servicio del turista.

La principal causa del crecimiento y desarrollo del turismo como una actividad racional y organizada, es por el interés que ha crecido en la gente, por la curiosidad de conocer los distintos aspectos, culturales y costumbres de los diferentes lugares del Ecuador.

Otro factor determinante, es el hecho de que estamos en una era de modernidad y de avances tecnológicos que hace poco no se contaban con ellos, esto proporciona más facilidades al turista cuando se desplaza de su lugar de origen a cualquier parte.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1.1 Problemática

El estudio investigativo está direccionado al sector turístico del cantón Milagro, en lo concerniente al estudio de los inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles, con el fin de contribuir al desarrollo del ecoturismo en esta localidad.

El turismo en muchos países se ha vuelto una de las mayores fuentes económicas, debido a los atractivos turísticos que poseen y a la gran labor de quienes están encargados de difundirlo en las diferentes partes del mundo, quienes han hecho que sean visitados por turistas de todas partes del mundo. De acuerdo la Organización Mundial del Turismo (OMT) “el turismo comprende a las actividades que realizan los turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Tanto el turismo nacional como el internacional en la fase de rápida expansión de los países en desarrollo a medida que van nuevos sectores turísticos y va ganando en prosperidad, puesto que incluye incremento de los viajeros de negocios como los que salen por otras razones. En el cantón Milagro, el sector turístico es una actividad no desarrollada, razón por la que los habitantes de esta localidad buscan un sano esparcimiento o entretenimiento en otras ciudades, esto se da debido a que las instituciones públicas y privadas no contribuyen eficazmente en la realización de proyectos de esta índole para beneficio del cantón, situación que ha disminuido esta actividad en Milagro.

Entre los factores que inciden en esta problemática tenemos la insuficiencia de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles en Milagro, periodo 2015-2016, lo cual incide negativamente en el desarrollo social y económico del sector, ya que por esta situación no se promueve correctamente a la ciudad como destino turístico del país.

Además, el poco interés por invertir de la empresa privada, disminuye los servicios turísticos que se puedan ofrecer por parte de muchos sectores relacionados con actividades del Turismo en Milagro. Por otro lado, desconocimiento técnico por parte de los personeros que laboran en el Departamento de Turismo del Municipio de Milagro, produce insuficientes planes de desarrollo en el área Eco turística de la zona de este cantón y sus alrededores, dando paso al conformismo de los propietarios de fincas, haciendas o alguna otra área potencialmente apta para el Ecoturismo, generando subdesarrollo en el sector turístico de Milagro.

Finalmente, el poco interés en la temática turística, por parte de profesionales afines al Turismo, atrasa el desarrollo socioeconómico de la ciudad y sus sectores aledaños.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

**Población:** 166.634 habitantes

**Espacio:** Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro.

**País:** Ecuador

**Región:** 5

**Cantón:** Milagro

**Sector:** Comercial

**Área:** Gobierno Autónomo y Descentralizado del Municipio de Milagro.

**Tipo de Institución:** Pública.

**Campo de estudio:** Desarrollo del Eco turismo en el cantón Milagro.

**Objeto de estudio:** PYMES del cantón Milagro

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿De qué manera la inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles de la ciudad de Milagro, período 2015-2016, afecta al desarrollo social y económico del sector?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

- ¿En qué medida afecta el poco interés del sector privado en inversión turística?
- ¿Cómo afecta la falta de conocimiento técnico en los personeros que laboran en el Departamento de Turismo del Municipio de Milagro?
- ¿En qué medida afecta el conformismo de los propietarios de fincas, haciendas o alguna otra área potencialmente apta para el Eco turismo?
- ¿Cómo afecta el poco interés al área turística por parte de los profesionales afines al Turismo en el cantón Milagro?

### **1.1.5 Determinación del Problema**

Estudio de los inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles en la ciudad de Milagro, periodo 2015-2016, y su repercusión en el desarrollo social y económico del sector.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Determinar las causas que inciden en la disminución de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles en Milagro, período 2015-2016, y cómo afectan al desarrollo social y económico del sector.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar las causas que motivan al sector privado en inversión turística.

- Identificar los motivos de la falta de conocimiento técnico de personeros que laboran en el departamento de Turismo del Municipio de Milagro.
- Determinar las causas del conformismo de los propietarios de fincas, haciendas o alguna otra área potencialmente apta para el turismo.
- Determinar las causas del poco interés del área turística por parte de los profesionales afines al turismo en el cantón Milagro.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN.**

#### **1.3.1 Justificación de la Investigación.**

La importancia de esta investigación radica en que es un tema innovador no antes planteado sobre la inexistencia de inventarios y planificación turística tangible e intangible y como esto afecta al desarrollo social y económico del cantón Milagro.

El propósito de este análisis es fomentar la creación de planes de desarrollo conjuntos entre la empresa privada y pública para potenciar, desarrollar y promocionar a Milagro como un atractivo turístico muy importante y que esto genere ingresos económicos importantes para el desarrollo del sector.

Esta investigación favorecerá a dueños de propiedades (haciendas, hosterías, etc.) con potencial de destino turístico, profesionales afines al turismo, al Departamento de Turismo del Municipio de Milagro, estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Milagro, ciudadanos en general, ya que con esto se asentarán bases para que tengan conocimiento técnico de cómo impulsar el desarrollo de nuestra Ciudad y que ella conste como destino turístico del Ecuador y del mundo.

La metodología a utilizar en el desarrollo de esta investigación son encuestas dirigidas a áreas específicas en donde se recaudó información que demostró la carencia de ideas de desarrollo turístico en la ciudad de Milagro.

El impacto que genere este proyecto será positivo, porque son muchos los agentes que intervienen en esta investigación que generará otra visión de lo que es el desarrollo sostenible del turismo como sujeto principal para hacer de este cantón un verdadero atractivo del País.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos**

El turismo sostenible se define como aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural, social y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad son repartidos de forma equitativa, y los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. Por tanto, el sector turístico incluye a todas aquellas organizaciones dedicadas al turismo sostenible como actividad económica que cumplen los siguientes criterios (según OMT):

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuo en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

El turismo sostenible incluye turismo comunitario, ecoturismo, etnoturismo entre otras formas.

Cabe mencionar que el Ecuador cuenta con muchos espacios turísticos que lo han dado a conocer a nivel internacional, motivo por el cual este país acoge a una gran cantidad de turistas que generan buenos ingresos a esta nación en artesanías, gastronomía, deportes extremos, etc.

Sin embargo, existen sectores que poseen grandes bellezas naturales que pueden ser desarrolladas y obtener buenos resultados que potencien la actividad turística de esos lugares, pero por diferentes causas no lo hacen, siendo el caso del cantón Milagro que mantiene un perfil bajo en la actividad turística contando con pocas alternativas de esparcimiento que impulsen el desarrollo de esta ciudad.

Para el desarrollo de este proyecto surge la necesidad de realizar una investigación de mercado, ya que sus resultados permitirán definir la demanda insatisfecha con respecto a la actividad turística.

La sostenibilidad ha ganado popularidad en un mundo donde cada vez aumenta la presión del ser humano sobre los ecosistemas. Sus principios fundamentales buscan reducir los impactos sociales negativos y la huella ecológica que generan las actividades económicas para asegurar un futuro mejor. Según el informe Brundtland de las Naciones Unidas, el desarrollo sostenible significa “satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades.” En un país extractivista como el Ecuador, los impactos socio – económicos y ambientales han inspirado proyectos de cambio que aseguren un futuro sostenible para las siguientes generaciones. Según el Plan Nacional del Buen Vivir, una de las metas es hacer del Ecuador una “biópolis eco – turística” con miras a un Ecuador post –petrolero. Las recientes estrategias de promoción como las campañas “Ecuador Potencia Turística” y “All You Need is Ecuador”, buscan incrementar la fama de la biodiversidad del país para atraer a más turistas cada año.

“Tenemos un aumento de visitantes al Ecuador que está por sobre la media de crecimiento mundial de la Organización Mundial de Turismo (OMT), entonces

vemos ahí que hay un margen en el cual la gente se interesa más por venir al Ecuador”, según Rodrigo Salas, Director de Promoción del Ministerio de Turismo.

De acuerdo a la página web del Ministerio de Turismo, en el 2013 el país recibió a 1 millón 366 mil turistas internacionales y los ingresos generados ubican al sector en la cuarta posición de económica después de otros productos principales del país como el petróleo, banano y camarón. “El potencial de esta actividad radica en su cadena de valor, en la cual se benefician desde los pequeños productores a grandes empresarios”, aseguró Renato Dillon, Director Ejecutivo de la Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).

El Estado ecuatoriano ha creado modelos como el Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR 2020), el cual tiene la meta de llegar a la cifra de dos millones de visitantes anuales hasta el año 2020. “Cuando aumenta su ingreso, la gente viaja. De hecho, vamos a tener más turismo en el futuro y esa es una razón por las cuales el turismo es un elemento para el Ecuador post-petrolero”, indicó el Eco. Pablo Lucio Paredes.

### **Naturaleza De Los Servicios**

En un producto tangible, es decir, en un bien material se pueden distinguir dos momentos de tiempo perfectamente, diferenciados: el tiempo de fabricación y el tiempo de consumo. Esta separación de los tiempos permite que los productos tangibles puedan ser almacenados, probados antes de su consumo y, en su caso, devueltos si no se considera satisfactoria la prueba.

Por el contrario, en los productos intangibles la producción y el uso coinciden en el tiempo. Es decir, para el usuario el servicio no existe, no se fabrica, hasta que se produce la prestación del mismo. Esta coincidencia entre los tiempos de Fabricación y consumo condiciona todos los aspectos del intercambio entre la organización que presta servicios y los usuarios potenciales de los mismos.

Desde la óptica del consumidor de los servicios la imposibilidad de probar el producto, la utilización de los sentidos o por medio de la prueba real del

funcionamiento del producto, genera un riesgo percibido que, en general, es siempre mayor que el relativo a la compra de un bien material. Para la organización productora de servicios debe considerar que el tiempo corre en su contra, ya que, al no poder almacenar los productos, lo que no se venda hoy no podrá ser recuperado mañana.

En consecuencia, el marketing de los servicios va a estar condicionado por la naturaleza intangible y demandará un tratamiento específico tanto en la investigación del comportamiento del consumidor como en el correspondiente a las variables del Marketing Mil.

### **2.1.2 Antecedentes referenciales**

#### **1. UNIVERSIDAD: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**TEMA:** “DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA CONSERVACIÓN Y USO DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SAN VIRGILIO, CANTÓN ARAJUNO, PROVINCIA DE PASTAZA”

**AUTOR:** Vela, Diego

**AÑO:** 2012

#### **RESUMEN:**

La provincia de Pastaza posee la mayor diversidad cultural del país, en su territorio de asientan nacionalidades indígenas, mismas que guardan con mucho sigilo su riqueza cultural y conocimientos ancestrales. En el cantón Arajuno, y con una extensión de 4000 hectáreas, se asienta la comunidad Kichwa de San Virgilio, la comunidad posee una gran diversidad biológica ya que se encuentra rodeada de bosque primario y bosque virgen, formando extraordinarios escenarios para la práctica de la actividad turística, a más la calidez de su gente y su gran riqueza cultural hacen de San Virgilio un destino con un alto potencial turístico, en tal virtud los habitantes de la comunidad han

emprendido un proyecto de turismo comunitario en miras a un desarrollo sustentable de San Virgilio.

San Virgilio se encuentra dentro del BLOQUE 10, en este bloque opera la compañía petrolera AGIP, misma que ha aportado en gran medida para que las comunidades, que se encuentran dentro del bloque, puedan ejecutar proyectos productivos en bien de su desarrollo económico, es así que la comunidad se ha beneficiado de esta ayuda y gracias al apoyo de instituciones como el ECORAE, Municipio de Arajuno y el Proyecto de Desarrollo del Corredor Central han hecho realidad la construcción del Centro de Turismo Comunitario San Virgilio, apostándole al turismo como eje fundamental de su economía. (Vela, Diego, 2012)

## **2. UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**TEMA:** PROMOCION TURISTICA DEL BALNEARIO DE BANCHAL PARROQUIA CASCOL CANTON PAJÁN PROVINCIA DE MANABÍ.

**AUTOR:** Gisella Analuisa Robalino

**AÑO:** 2012

### **RESUMEN:**

El presente trabajo de investigación se inicia con el propósito de conocer nuevos atractivos turísticos. Disfrutar de un ambiente agradable y tranquilo rodeado de la naturaleza y su clima tropical y fresco hace de Banchal su carta de presentación, debido a sus altas montañas que existe en el lugar este es un sitio ideal para las personas que les encanta realizar turismo de aventura, turismo ecológico y sobre todo para las personas que desean tomarse un descanso fuera de la ciudad.

El turista por lo general siempre desea explorar y conocer algo nuevo. Como dato curioso cabe indicar que para llegar al lugar se pasa siete veces el mismo río ya que se encuentra rodeado de rocas inmensas que hacen de un lugar, único alrededor de este atractivo este atractivo encontramos arboles como

ceibo, gramalote, guayacán, álamo, beldado y dentro de la fauna encontramos animales como garzas gallaretas, marías, Martín pescador, ardillas y si tienes suerte puedes observar guatusas, cuchuchos , guanta y armadillos ya que existen pocos ejemplares las hace que las personas se sienta como en el paraíso este se encuentra a 20 minutos de la cabecera cantonal Pajan aquí se puede degustar la comida típica de Manabí entre ellas las famosas empanadas de verde , el seco de gallina criolla, las ricas humitas y el buen seco de chivo entre otras. (Robalino, Gisella, 2012)

### **3. UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD TECNICA EQUINOCCIAL.**

**TEMA:** EL TURISMO SUSTENTABLE Y SU INFLUENCIA EN EL ECOTURISMO DEL ECUADOR

**AUTOR:** Alfonsina Peñafiel

**AÑO:** 2008

Desde los inicios de la actividad turística, se han visto inmersos varios factores que intervienen de manera directa en el comportamiento de los pueblos cercanos a lugares en donde se la práctica. Hay que tomar en cuenta los beneficios y por ende los contras que conllevan el desarrollo y crecimiento de la actividad turística. Es por ello que hay que diferenciar entre el turismo y el turismo sustentable, la diferencia es que a pesar de que el turismo promueve un desarrollo económico para los entes involucrados, de igual manera afecta el entorno de manera permanente, teniendo efectos irremediables en casos aislados. El turismo sustentable por el contrario permite un desarrollo constante pero controlado a la vez, permitiendo un sustento tanto para las personas, como para el medio en el que se desenvuelve, optimizando su utilidad de manera planificada y racional.

Las grandes transformaciones ocasionadas por el hombre en el ambiente, han conducido al planeta a una situación de crisis, por lo cual es necesario restablecer el equilibrio con la naturaleza. Esto nos lleva al concepto de desarrollo sostenible. Este tipo de desarrollo se encuentra en auge y expansión

en los países tercermundistas, principalmente latino América, ya que son los que poseen los recursos naturales, pero no la tecnología para preservarlos.

En primer lugar, habría que hablar de dos tendencias, una que afecta a la oferta y otra a la demanda, pero que podría titularse como crecimiento sostenido de la actividad turística en el futuro. Nos encontramos ante un sector en expansión, relativamente reciente, cuyos orígenes son prácticamente de los años sesenta y en el que nada parece vaya a variar esa tendencia en el mediano o largo plazo. Esto requiere algunas aclaraciones que afectarán a su comportamiento en las distintas zonas. De un lado, el hecho de que las cifras de demanda turística que se facilitan por países anualmente, suelen referirse al turismo internacional, excluyendo el turismo interno o nacional, cuyo papel en los países desarrollados es muy importante. El crecimiento de la demanda no va a ser en todos lados igual, variará entre las distintas zonas turísticas, dependiendo este de diferentes circunstancias.

Entre las tendencias culturales se denota ya un aumento en la calidad exigida por el turista, una maduración como consumidor. Este reclama, mayor y mejor información, calidad del producto (servicios e instalaciones), calidad del entorno, y en los servicios públicos que necesita. La expansión comercial también es fundamental porque posiciona al comercio del turismo en todo rango dentro de la economía y por supuesto a nivel competitivo. Esto va de la mano con la evolución de los tipos de cambios y la incertidumbre que eso provoca aún hoy.

En el Capítulo I se analizan nociones y definiciones de lo que es el Ecoturismo y el Turismo Sustentable, a fin de aclarar los conceptos de ciertos términos y evitar posteriores confusiones.

Dentro del Capítulo II se explican las premisas básicas que debe cumplir el ecoturismo a fin de ser considerado como tal.

El Capítulo III es el más práctico, ya que incluye los aspectos que se deben tomar en cuenta a la hora de aplicar el turismo sostenible, haciendo un enfoque desde el punto de vista de algunos sectores turísticos.

Dentro del Capítulo IV se explica la importancia y la relación existente entre el Ecoturismo y el Desarrollo Sustentable; su aporte al desarrollo socioeconómico y a la protección ambiental.

La idea principal del Capítulo V es la de analizar los posibles problemas ambientales a los que se enfrenta el planeta causados por el turismo y sus respectivas medidas de mitigación, y observar cómo el turismo está implicado en cada uno de ellos.

En el Capítulo VI se enfoca específicamente a la influencia del Desarrollo Sostenible en el Ecuador, haciendo un análisis del surgimiento de esta tendencia en nuestro país.

### **2.1.3 Fundamentación Fundamentación teórica Científica**

**Inventario turístico** Es un proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven de base para elaborar productos turísticos para una región.

**Recursos turísticos:** Son aquellas posesiones que tiene una población para utilizarlo de la mejor manera y poder ofrecer un producto turístico, poseen características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación histórico-cultural.

Es necesario establecer una diferencia entre:

**Recurso:** Factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.

**Atractivo:** Factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos.

**Producto turístico:** El producto turístico está constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen

los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte se trata de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que el individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

## **Glosario**

**Turista:** El turista es toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entra en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual, y que permanezca en él más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración. Existen 4 clases de turistas:

- **Clase Privilegiada:** Son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.
- **Clase Burguesa:** Son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.
- **Clase Juvenil:** Son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias entre otras ventajas.
- **Clase Popular:** Constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, al turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas. Cabe desatacar que para este tipo de turistas se han creado una infinidad de ventajas que obedecen al desarrollo del turismo social en los países.

**Turismo:** Se considera como un conjunto de relaciones originadas mediante la participación de la población, basándose económicamente en el conjunto de medidas para las cuales se hace posible y se facilita dicha participación. Es una de las estrategias que desarrollo en la mayor parte de las ciudades, es la tematización de su espacio para la presentación de productos de turismo como cultural, ecológico, o dependiendo del turismo que se pueda explotar en cada región según los atractivos que posean, que van orientadas al turismo doméstico e internacional El patrimonio cultural suele ser la base sobre la que se estructuran la mayor parte de las propuestas. Si se habla de turismo se refiere a él dentro de un ámbito general, pero hay que aclarar que éste, se divide en cuatro tipos, los cuales cada uno posee características resaltantes hacía, con y para el visitante.

Estos cuatro tipos de turismo son:

- **Turismo social:** Se considera como un conjunto de relaciones que se originan mediante la participación de la población, basándose económicamente en el conjunto de medidas para las cuales se hace posible y se facilita dicha participación.
- **Turismo cultural y científico:** Es constituido por personas que se desplazan con el objeto de auto educarse o ensanchar su horizonte personal a través de la participación en acontecimientos o visitas de alto valor cultural.
- **Turismo de negocios:** Se viaja con el fin de intercambiar ideas entre profesionales de industrias o empresas para llegar a acuerdos o adquirir experiencia propia de sus oficios.
- **Turismo de descanso y esparcimiento:** Proporciona a los turistas un breve momento de relajación liberando el estrés y disfrutar de los maravillosos paisajes que ofrecen los diversos atractivos del lugar visitado
- **Cultura:** La cultura de una población es la prioridad dentro de una empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen

las regiones para el turismo comprendiendo su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

**Infraestructura:** Las obras de infraestructura se deciden y se ejecutan en función de su beneficio para varias actividades económicas. En el caso del turismo se considera una obra infraestructural exclusiva para los turistas. Su clasificación corresponde al ámbito territorial en el que están ubicados. El sistema de transporte, sanidad, energía y comunicaciones que aseguran el funcionamiento de la planta o estructura turística y por lo tanto del proceso productivo turístico, Los elementos básicos son: vías, aeropuertos, agua potable, alcantarillado, salud, terminales de transportes, señalización, estaciones de servicio, etc.

**Superestructura:** Se denomina así a las organizaciones que permiten armonizar tanto la producción y venta de bienes y servicios a producir por las obras de infraestructura. La conforman tanto entidades públicas como privadas.

**Sitios naturales:** Es toda la riqueza natural que posee una población por la cual se puede identificar y por consiguiente promocionar, está constituida por accidentes geográficos, cursos y fuentes de agua, costas litorales, playas, terrenos insulares y áreas incluidas en el sistema de parques nacionales naturales considerados en razón de su interés como paisaje y posibilidad de uso recreativo y turístico. Se componen así:

- Montañas: Nudo o macizo, cordilleras, sierra, serranía, monte, loma o colina, nevado o volcán.
- Altiplanicies: Meseta, valle, depresión, cañón.
- Llanuras: Sabana o llano, pradera, llanura, selvática, desierto, depresión.
- Lagunas, ríos, cascadas.
- Costas o litorales: Playas, acantilado, golfo, bahía, ensenada, península, estrecho.
- Islas
- Lugares de caza y pesca
- Lugares de observación de fauna y flora
- Parques nacionales naturales.

**Bienes culturales tangibles:** Son aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales como construcciones arquitectónicas civiles, religiosas, militares, funerarias, techos, ventanas, fachadas y las zonas arqueológicas.

**Bienes culturales intangibles:** Manifestaciones vivas por las tradiciones, no tienen sustentación material; entre estos se encuentra el folklore, la comida, la bebida, la música, los trajes, las artesanías, la tradición oral y las ceremonias.

**Etnografía:** Son costumbres ancestrales que continúan después de gran cantidad de años y que identifican a un lugar determinado o población y esto conlleva a fortalecerse culturalmente.

**Acontecimientos programados:** Se refiere a las festividades y eventos que se realizan en diferentes poblaciones, las cuales tienen un valor significativo para los habitantes de regiones y se celebran en diferentes fechas del año.

**Actividad turística:** La tecnología y práctica del turismo es la materia que permite involucrarse en el campo de la actividad turística. La actividad turística permite conocer sus orígenes y trascendencias, las características y causas de su aparición y evolución, sus modalidades teniendo en cuenta los aspectos sociales, culturales, económicos y políticos, en otras palabras, identificar al turismo como una industria generadora de divisas, empleos, balanzas de pagos favorables y un efecto multiplicador que debe ser canalizado por el camino que más convenga para el país. Es muy importante poseer conocimientos de caracteres generales, en cuanto a la tecnología del turismo y una formación técnico práctico del mismo, así sería más fácil incorporarnos al campo de trabajo y al igual se está dotado de actitudes, habilidades y destrezas en cuanto a la condición profesional hacia el turismo y actividades superiores.

## **2.2 MARCO LEGAL**

Se considera dentro del mismo los siguientes certificados y documentos que rigen dentro de la república del Ecuador para la guía de planificación estratégica.

### **1. RUC (persona natural)**

Copia de cédula

Copia de patente municipal

Copia de papeleta de votación

### **3. IEPI**

Copia de cédula

Certificado de imprenta (de cuántos libros se va a imprimir por edición)

Copia de ejemplar a publicarse

Pago de tasa de \$ 12,00

Formulario de registro

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**Área:** Son las partes en que se puede dividir una zona, por lo tanto, su superficie es menor que las del todo que las contiene, sin embargo, como las zonas pueden llegar a tener tamaños distintos, es posible que un área de la zona más grande resulte ser mayor que otra zona más pequeña.

**Carretera:** Se define carretera como el camino público, ancho y espacioso, destinado al tránsito de vehículos.

**Centro:** Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio, o dentro de su radio de influencia, con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico.

**Comodidad:** Cada medio de transporte presenta características y comodidad diferentes.

**Complejo:** Son conformaciones poco frecuentes porque dependen de la existencia de uno o más atractivos de la más alta jerarquía, cuya visita, junto a la de otros que lo complementan requieren de 3 o más días de estadía. Un complejo turístico requiere como mínimo un centro de distribución para funcionar adecuadamente.

**Destino:** El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Ver también motivo principal de un viaje turístico.

**Ecoturismo:** Debe ser entendido por los operadores receptivos como un proceso turístico planificado integralmente en su desarrollo e interrelación con el ambiente.

**El espacio turístico:** es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más la planta turística, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país.

**Gastos Turísticos:** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

**Grupo de Viaje:** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

**Marketing:** es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización.

**Mercado:** es el conjunto de

- 1) compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y
  
- 2) vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.

**Publicidad:** es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

**Producto:** es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para

- 1) propósitos de intercambio,
  
- 2) la satisfacción de necesidades o deseos y
  
- 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa).

**Seguridad:** Estudios recientes de psicología viajera revelan que los usuarios buscan la seguridad por encima de cualquier otro factor.

**Servicios:** son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

**Transporte Turísticos:** Es un elemento Socioeconómico que en su conjunto no fue creado en función del desplazamiento turístico.

**Turismo:** 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.

**Zona:** Es la unidad mayor de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país, su superficie es variable, ya que depende de la extensión total de cada territorio nacional y de la forma de distribución de los atractivos turísticos, que son los elementos básicos de tener en cuenta para su delimitación.

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1 Hipótesis General**

La inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles en Milagro, período 2015-2016, inciden negativamente en el desarrollo social y económico del sector.

#### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

- El poco interés por invertir de la empresa privada, disminuye el servicio turístico en la ciudad de Milagro.
- La falta de conocimiento técnico de los personeros que laboran en el Departamento de Turismo del Municipio de Milagro, produce inexistencia de planes de desarrollo en el área Ecoturística de la zona de Milagro y sus alrededores.
- El conformismo de los propietarios de fincas, haciendas o alguna otra área potencialmente apta para el Ecoturismo, genera subdesarrollo en el Área turística.
- El poco interés en el área turística por parte de los profesionales, produce estancamiento en el desarrollo socioeconómico y turístico de Milagro y sus alrededores.

## 2.4.3 Declaración de Variables

**Cuadro 1. Declaración de Variables**

HIPÓTESIS GENERAL Y PARTICULARES	VARIABLES INDEPENDIENTES Y DEPENDIENTES	
	INDEPENDIENTES	DEPENDIENTES
Hipótesis General		
La inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles en Milagro, periodo 2015-2016, inciden negativamente en el desarrollo social y económico del sector.	<p>Inexistencia de inventarios tangibles e intangibles</p> <p>Inexistencia de planificaciones turísticas tangibles e intangibles</p>	Incidencia en el desarrollo social y económico del sector.
Hipótesis Particular 1		
<ul style="list-style-type: none"> <li>El poco interés por invertir de la empresa privada, disminuye el servicio turístico en la ciudad de Milagro.</li> </ul>	Poco interés por invertir de la empresa privada.	Disminuye el servicio turístico en la ciudad de Milagro.
Hipótesis Particular 2		
<ul style="list-style-type: none"> <li>La falta de conocimiento técnico de los personeros que laboran en el Departamento de Turismo del Municipio de Milagro, produce inexistencia de planes de desarrollo en el área Ecoturística de la zona de Milagro y sus alrededores.</li> </ul>	Falta de conocimiento técnico de personal encargado	Inexistencia de planes de desarrollo en área Ecoturística.
Hipótesis Particular 3		
<ul style="list-style-type: none"> <li>El conformismo de los propietarios de fincas, haciendas o alguna otra área potencialmente apta para el Ecoturismo, genera subdesarrollo en el Área turística.</li> </ul>	Conformismo de los propietarios de áreas potencialmente apta para el Ecoturismo.	Subdesarrollo en el área turística.
Hipótesis Particular 4		
<ul style="list-style-type: none"> <li>El poco interés al área turística por parte de los profesionales, produce estancamiento en el desarrollo socioeconómico y turístico de Milagro y sus alrededores.</li> </ul>	Poco interés profesional	Estancamiento en el desarrollo socioeconómico y turístico

Fuente: Ángel Mauricio Murillo Vicuña

## 2.4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Cuadro 2. Operacionalización de las Variables.**

<b>HIPOTESIS GENERAL</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES O CATEGORIAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>
La inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles en Milagro, periodo 2015-2016, inciden negativamente en el desarrollo social y económico del sector.	<b>Variable Independiente:</b> Inexistencia de inventarios tangibles e intangibles Inexistencia de planificaciones turísticas tangibles e intangibles	Área socio empresarial	Estadística de índices de productividad  Existencia de empresas turísticas en el ramo	Fuente bibliográfica  Encuesta
	<b>Variable Dependiente:</b> Incidencia en el desarrollo social y económico del sector.	Área socio empresarial	Escasa productividad del turismo en la región	
<b>HIPOTESIS ESPECÍFICAS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES O CATEGORIAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>
El poco interés por invertir de la empresa privada, disminuye el servicio turístico en la ciudad de Milagro	<b>Variable Independiente:</b> Poco interés por invertir de la empresa privada	Área económica	Estadística de índices de productividad	Fuente bibliográfica  Encuesta
	<b>Variable Dependiente:</b> Disminuye el servicio turístico en la ciudad de Milagro.	Área socio turística	Desarrollo turístico presente	
La falta de conocimiento técnico por parte de los personeros que laboran en el Departamento de Turismo del Municipio de Milagro, produce inexistencia de planes de desarrollo en el área Ecoturística de la zona de Milagro y sus alrededores.	<b>Variable Independiente:</b> Falta de conocimiento técnico de personal encargado	Área profesional	Capacitaciones actualizadas	Fuente bibliográfica  Encuesta
	<b>Variable Dependiente:</b> Inexistencia de planes de desarrollo en área Ecoturística.	Área administrativa	Existencia de planes de desarrollo en ecoturismo según planes nacionales	
El conformismo de los	<b>Variable</b>			

propietarios de fincas, haciendas o alguna otra área potencialmente apta para el Ecoturismo, genera subdesarrollo en el Área turística	<b>Independiente:</b> Conformismo de los propietarios de áreas potencialmente apta para el Ecoturismo.	Área empresarial	Inversión en áreas ecoturísticas	Fuente bibliográfica  Encuesta
	<b>Variable Dependiente:</b> Subdesarrollo en el área turística	Área empresarial	Inversión en áreas ecoturísticas	
El poco interés al área turística por parte de los profesionales, produce estancamiento en el desarrollo socioeconómico y turístico de Milagro y sus alrededores.	<b>Variable Independiente:</b>  Poco interés profesional	Área profesional	Profesionales de turismo que no desarrollan empresa en el sector	Fuente bibliográfica  Encuesta
	<b>Variable Dependiente:</b> Estancamiento en el desarrollo socioeconómico y turístico	Área empresarial	Profesionales de turismo que no desarrollan empresa en el sector	

Fuente: Angel Mauricio Murillo Vicuña

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La investigación que se presenta requiere de un estudio exploratorio y descriptivo ya que se presente determinar variables en el contexto de la realidad, lo que ha acontecido y como se ha mantenido el escaso campo ecoturístico en la región; no experimental, explicativo, dando relevancia significativa a los resultados, por tanto y cual - cuantitativo. A continuación, se exponen definiciones sobre estos tipos de investigación y se explica la forma en que se emplearon en el documento actual.

**Investigación Descriptiva.** - Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre como una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente. La

investigación descriptiva trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.

**Investigación Explicativa.** - Los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Pretenden responder a preguntas como: ¿Por qué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre? Son más estructurados y en la mayoría de los casos requieren del control y manipulación de las variables en un mayor o menor grado.

Entonces se determinará la incidencia y se proyectarán soluciones tendientes a mejorar el ecoturismo, de esta manera ser pauta precisa para no depender turísticamente de sectores aledañas, sino más bien dar realce e importancia a nuestro patrimonio cantonal. Ya que la investigación se orienta a referenciar eficientemente nuevos campos ecoturísticos, es investigación de carácter puro. Además, que por su finalidad y su enfoque a la obtención de datos directamente, es de campo.

En referencia directa y por su finalidad de campo, en relación con la operacionalización de las variables y su manejo, el diseño de ésta investigación no corresponde a lo experimental, ya que no se modificará la realidad en el momento de esta investigación, solo se recogerán los datos para la verificación de las hipótesis presentadas.

La investigación es de corte transversal, ya que los datos de la muestra serán obtenidos en un solo periodo de tiempo, existiendo sólo una medición.

Como ya se refirió esta investigación responde al paradigma cual-cuantitativo, pretendiendo la integralidad de los datos y el manejo de las variables, su debida cuantificación y análisis.

## 3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

### 3.2.1 Característica de la población

La población objeto de estudio son los habitantes del cantón San Francisco de Milagro, los cuales ascienden a 166.636 personas, de acuerdo a datos del Instituto de Estadísticas y Censos, 2010.

### 3.2.1 Delimitación de la población

La muestra se aplicará a los 166.636 habitantes del cantón Milagro.

### 3.2.2 Tipo de muestra

**Muestra no probabilística.** - Son aquellas en las que el investigador selecciona a los individuos u objetos no por probabilidad sino por causas relacionadas con las características del investigador, esta toma la decisión en cuanto al tipo de muestra que va a seleccionar.

Para realizar nuestra investigación hemos determinado a utilizar el tipo de muestra no probabilística, basada en el Censo Nacional 2010 de los habitantes de este cantón.

### 3.2.3 Tamaño de la muestra

\_\_\_\_\_

( ) \_\_\_\_\_

**n:** tamaño de la muestra

**N:** tamaño de la población

**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, que para el 95%,  $Z = 1,96$

$$n = \frac{166636 (0,5) (0,5)}{\frac{(166636-1) (0,05)^2 (0,5) (0,5)}{(1,96)^2}}$$

$$n = \frac{166636 \cdot 0,25}{\frac{166635 \cdot 0,0025}{3,84}} \cdot 0,25$$

$$n = \frac{41659,00}{\frac{416,59}{3,84}} \cdot 0,25$$

$$n = \frac{41659,00}{108,49} \cdot 0,25$$

$$n = \frac{41659,00}{108,74}$$

$$n = 383$$

### 3.2.4 Proceso de selección

En nuestra investigación hemos utilizado la muestra no probabilística, en la cual se ha escogido como procedimiento el muestreo estratificado orientan a tomar la decisión de dividir la población total en estratos o clases, y elegir en cada uno una muestra aleatoria. Los elementos en cada estrato deben ser más semejantes entre sí que respecto a la población. Ello conduce a un tamaño más pequeño de la muestra total, o ante igual tamaño, a una mayor precisión que si se selecciona a partir del total de la población.

## 3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

### 3.3.1 Métodos teóricos

**Método hipotético-deductivo.** - Este método consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos. En nuestra investigación nos ayudó a determinar los hechos más importantes por analizar, y con las deducciones se formularán hipótesis.

**Método analítico-sintético.** - Este método estudia los hechos, partiendo de las descomposiciones del objeto de estudio en cada una de sus partes para

estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis). Se utilizó el método analítico-sintético ya que antes de emprender la resolución de nuestro proyecto, fue preciso darse cuenta de la naturaleza de la misma. Podemos examinar y tratar de descubrir sus propiedades o bien la relación de los microempresarios con los demás.

### **3.3.2 Métodos empíricos**

Se empleará como métodos empíricos la técnica de encuesta, esta permitirá un análisis más preciso de las variables, llegando justamente a quienes son nuestros informantes calificados, evitando sesgar la información con interpretaciones erróneas.

### **3.3.3 Técnicas de investigación**

**La encuesta.** - La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

Para la investigación, se utilizó el método de la encuesta para conocer lo que opina la gente sobre un problema que lo involucra. Ya que por medio de las preguntas se tiene una observación más clara de la carencia en conocimientos contables que tienen los microempresarios. Mediante la encuesta obtuvimos amplia información de los microempresarios acerca de sus necesidades, inquietudes, expectativas entre otros, y obtendremos mejores resultados ya que se reflejará de modo más fidedigno posible, lo cual supone en reducir lo máximo en discrepancia entre los resultados.

## **3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

Para el procesamiento estadístico de la información se llevará a cabo el uso de la Herramienta informática SPSS v19, la cual ayuda a cotejar eficientemente los datos a obtenerse. Además de la representación gráfica en la se utilizarán las herramientas Excel y Word.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

##### Datos Informativos:

Cuadro 3. Datos informativos – Género.

GÉNERO	TOTAL	PORCENTAJE
MASCULINO	133	34.73%
FEMENINO	250	65.27%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

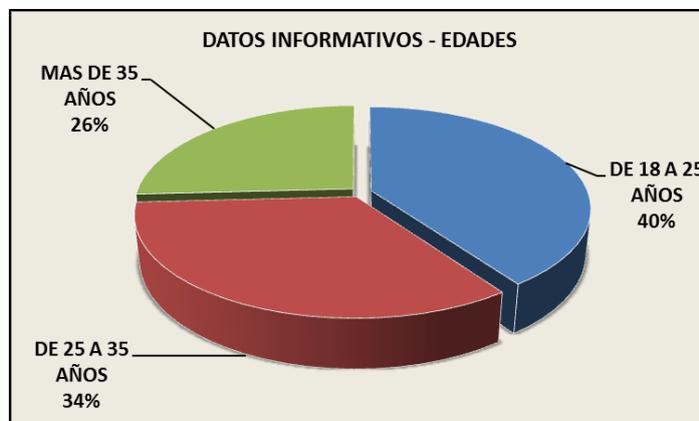
Gráfico 1. Datos informativos – Género.



Cuadro 4. Datos informativos – Edades.

EDAD	TOTAL	PORCENTAJE
DE 18 A 25 AÑOS	154	40.21%
DE 25 A 35 AÑOS	130	33.94%
MAS DE 35 AÑOS	99	25.85%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Gráfico 2. Datos informativos – Edades.



## **INSTRUMENTO # 1**

### **LA ENCUESTA**

**1.- ¿Considera usted que el Turismo ayuda al desarrollo socio-económico del Cantón Milagro y sus alrededores?**

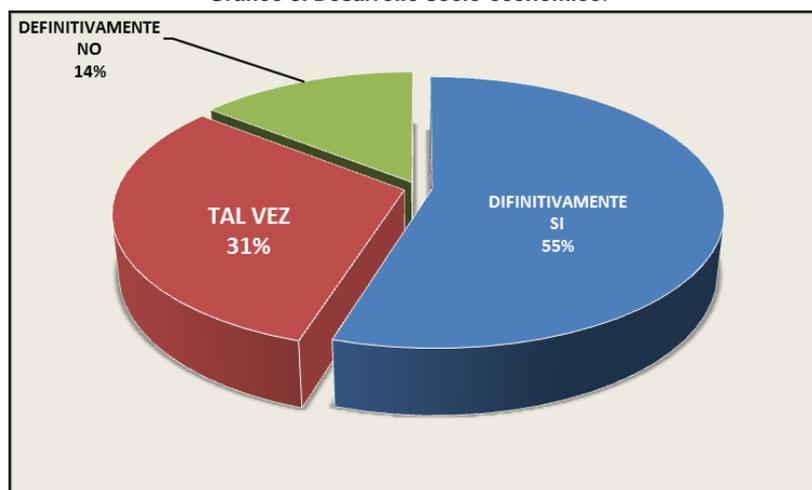
**Cuadro 5. Desarrollo socio-económico.**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
DIFINITIVAMENTE SI	210	54.83%
TAL VEZ	118	30.81%
DEFINITIVAMENTE NO	55	14.36%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

**Elaborado por:** Ángel Murillo Vicuña.

**Fuente:** Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Gráfico 3. Desarrollo socio-económico.**



**Elaborado por:** Ángel Murillo Vicuña.

**Fuente:** Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

### **Análisis e Interpretación**

Analizando los datos, se pudo observar que el 55% de los Milagreños opinaron DIFINITIVAMENTE SI en cuanto a que si el turismo ayuda en el desarrollo socio-económico del Cantón, esto por cuanto a los diversos puestos de trabajo e ingresos que mueve el turismo en cualquier ciudad. Un 31% dijo que TAL VEZ, y un mínimo 14% opinó que DIFINITIVAMENTE NO ayuda en nada, debido a que para Milagro y sus alrededores, el turismo no es la fuente principal de ingresos para los ciudadanos.

2.- ¿Considera usted que los propietarios de los atractivos turísticos del Cantón y sus alrededores deberían invertir para mejorar sus negocios y poder potenciar el desarrollo socio-económico y turístico del mismo?

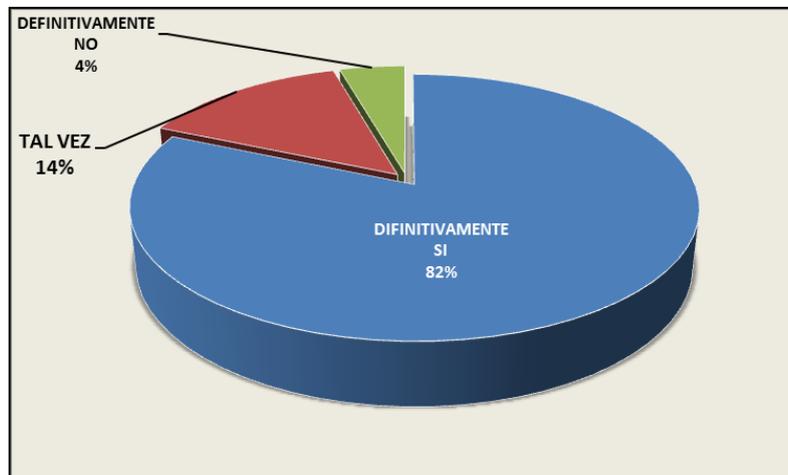
Cuadro 6. Inversión turística.

ALTERNATIVA	TOTAL	PORCENTAJE
DIFINITIVAMENTE SI	312	81.46%
TAL VEZ	54	14.10%
DEFINITIVAMENTE NO	17	4.44%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

Gráfico 4. Inversión turística.



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

## Análisis e Interpretación

Al consultarles a los ciudadanos, sobre si los propietarios de los atractivos turísticos del Cantón y sus alrededores deberían invertir para mejorar sus negocios y poder potenciar el desarrollo socio-económico y turístico del mismo, un 82% opinó que DIFINITIVAMENTE SI debe hacerlo, esto fomentaría más ingresos económicos para todos. Un 14% dijo que TAL VEZ, mientras que un reducido 4% opinó que DEFINITIVAMENTE NO, debido a que para ellos este no depende de la inversión e infraestructura, sino, más bien de la cultura turística de los habitantes, que terminan siempre prefiriendo lo de afuera y no lo local.

3.- ¿Considera usted que el Cantón Milagro tiene el potencial turístico necesario para lograr el desarrollo socio-económico de sus habitantes?

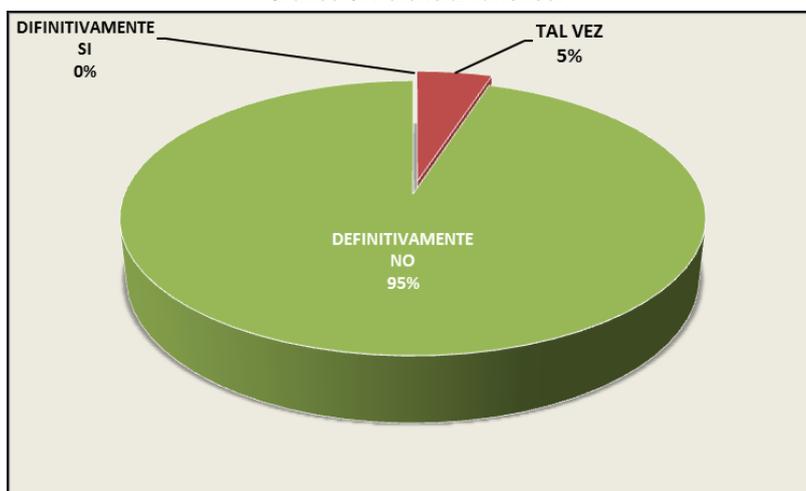
Cuadro 7. Potencial turístico.

ALTERNATIVA	TOTAL	PORCENTAJE
DIFINITIVAMENTE SI	0	0.00%
TAL VEZ	19	4.96%
DEFINITIVAMENTE NO	364	95.04%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

Gráfico 5. Potencial turístico.



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

### Análisis e Interpretación

Una vez tabulados los datos, el 95% de los ciudadanos encuestados opinó que DEFINITIVAMENTE Milagro NO tiene un potencial turístico necesario para lograr el desarrollo socio-económico de sus habitantes, debido al mal aspecto visual que se maneja en los lugares turísticos más emblemáticos, causando desinterés en los Milagreños de volver aquel lugar. Y un escaso 5% dijo que TAL VEZ lo tenía, solo en un par de lugares, el resto necesita no solo inversión, sino más bien, una buena administración.

**4.- ¿Cuál es el tipo de lugar turístico del Cantón Milagro o sus alrededores que visita con más frecuencia?**

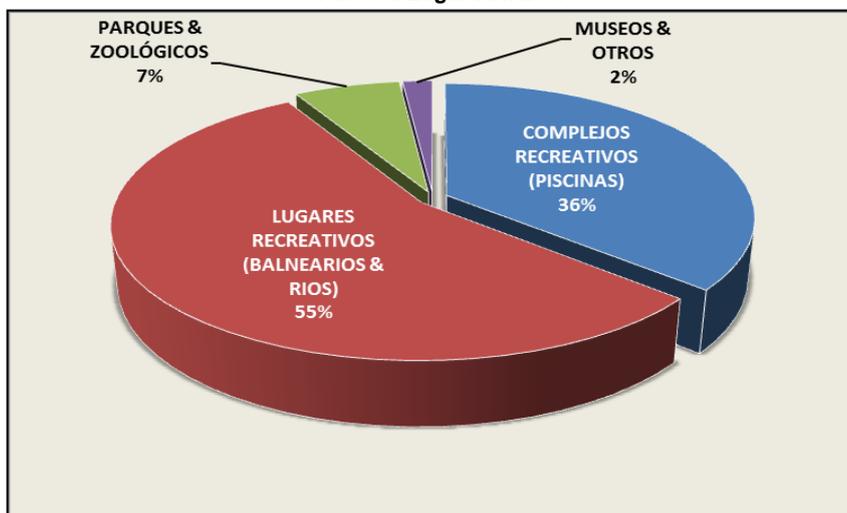
**Cuadro 8. Lugar turístico.**

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
COMPLEJOS RECREATIVOS (PISCINAS)	139	36.29%
LUGARES RECREATIVOS (BALNEARIOS & RIOS)	212	55.35%
PARQUES & ZOOLOGICOS	25	6.53%
MUSEOS & OTROS	7	1.83%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Gráfico 6. Lugar turístico.**



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Análisis e Interpretación**

El 55% de los encuestados opinó que los lugares que más frecuenta para el turismo local son los LUGARES RECREATIVOS (balnearios & ríos), esto por su variedad en diversión y esparcimiento, junto con un contacto muy cercano con la naturaleza. Un 36% prefieren los COMPLEJOS RECREATIVOS (piscinas), por cuanto a que se sienten con mucha más seguridad para sus familias en un lugar cerrado y privado. Otro 7% prefieren los PARQUES & ZOOLOGICOS, debido a que no les gusta la aventura y se sienten más relajados y sin preocupación alguna. Mientras que un mínimo 2% prefieren las visitas a los MUSEOS & OTROS lugares.

**5.- ¿Cuántos lugares turísticos ha visitado o conoce que existen y funcionan actualmente en el Cantón Milagro?**

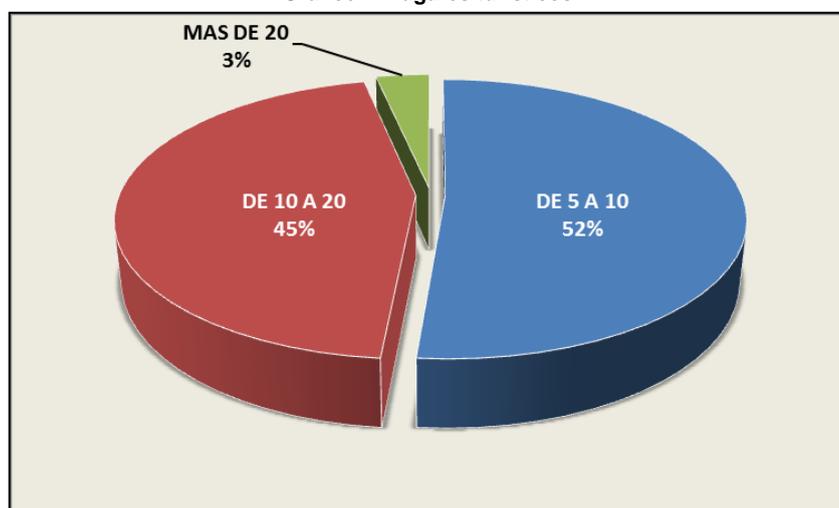
**Cuadro 9. Lugares turísticos.**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
DE 5 A 10	197	51.44%
DE 10 A 20	173	45.17%
MAS DE 20	13	3.39%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

**Elaborado por:** Ángel Murillo Vicuña.

**Fuente:** Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Gráfico 7. Lugares turísticos.**



**Elaborado por:** Ángel Murillo Vicuña.

**Fuente:** Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Análisis e Interpretación**

Al consultarles a los ciudadanos encuestados, ¿Cuántos lugares turísticos ha visitado o conoce que existen y funcionan actualmente en el Cantón Milagro? El 52% de ellos respondió que conocen DE 5 A 10 lugares turísticos. El 45% conoce de 10 A 20 lugares. Mientras que el 3% conoce más de 20 lugares de recreación turística en el Cantón y sus alrededores.

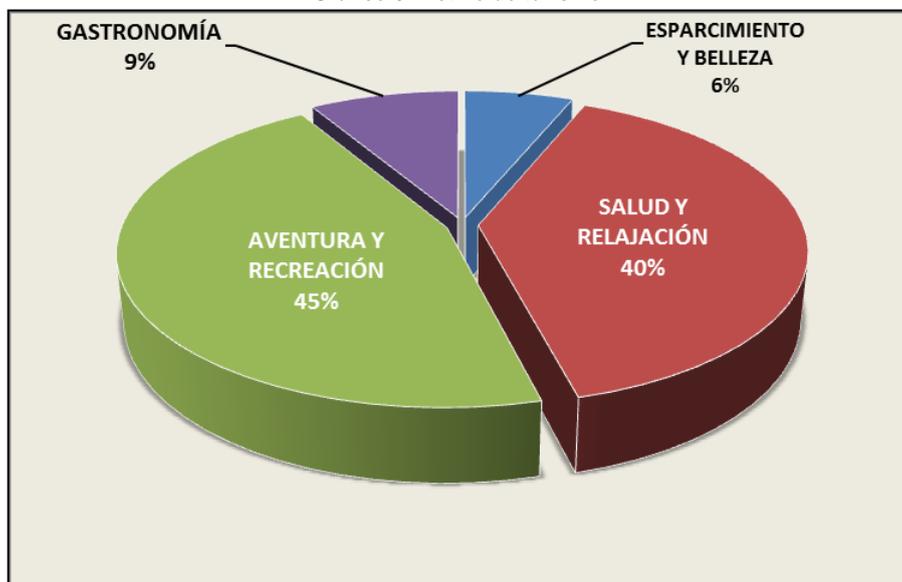
**6.- ¿Cuándo visita algún lugar turístico, propio del Cantón, usted comúnmente lo hace por?**

**Cuadro 10. Motivo de turismo.**

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
ESPARCIMIENTO Y BELLEZA	24	6.27%
SALUD Y RELAJACIÓN	152	39.69%
AVENTURA Y RECREACIÓN	174	45.43%
GASTRONOMÍA	33	8.62%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

**Elaborado por:** Ángel Murillo Vicuña.  
**Fuente:** Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Gráfico 8. Motivo de turismo.**



**Elaborado por:** Ángel Murillo Vicuña.  
**Fuente:** Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Análisis e Interpretación**

El 45% de los encuestados prefieren disfrutar del turismo de AVENTURA Y RECREACIÓN. El 40% lo hace por SALUD Y RELAJACIÓN. Un 9% los prefiere hacer por GASTRONOMÍA. Mientras que un reducido 6% os hace por ESPARCIMIENTO.

**7.- ¿Qué tipos de servicios considera usted que debe brindar un lugar turístico adecuado en la Ciudad?**

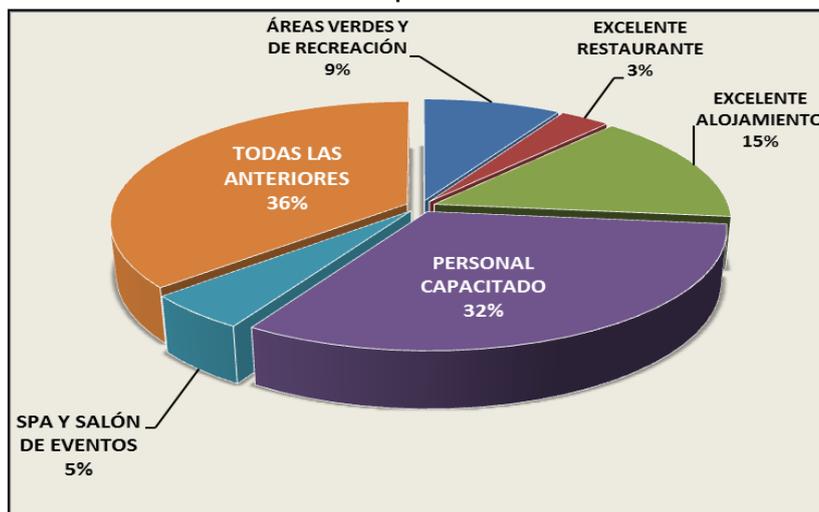
Cuadro 11. Tipos de servicios.

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
ÁREAS VERDES Y DE RECREACIÓN	33	8.62%
EXCELENTE RESTAURANTE	12	3.13%
EXCELENTE ALOJAMIENTO	57	14.88%
PERSONAL CAPACITADO	123	32.11%
SPA Y SALÓN DE EVENTOS	19	4.96%
TODAS LAS ANTERIORES	139	36.29%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

Gráfico 9. Tipos de servicios.



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Análisis e Interpretación**

El 32% de los ciudadanos encuestados opinaron que una de las cualidades que debe tener un lugar adecuado para el turismo local es contar con un PERSONAL CAPACITADO. Otro 15% respondieron que debe tener un EXCELENTE ALOJAMIENTO. Un 9% que este debe tener ÁREAS VERDES Y DE RECREACIÓN. Un 5% opinó que debe tener SPA Y SALÓN DE EVENTOS. Un pequeño 3% dijo que este debe tener un EXCELENTE RESTAURANTE. Y un 36% opinó que todo buen lugar turístico debe contar con TODAS LAS ANTERIORES.

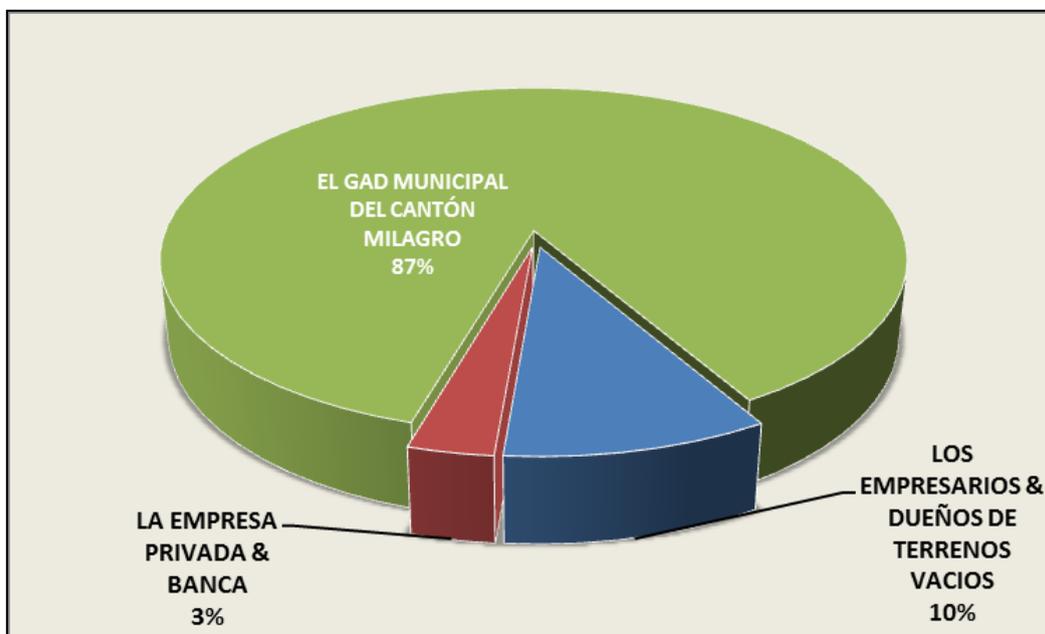
**8.- ¿Cuál cree usted que debe ser el principal promotor del desarrollo turístico del Cantón Milagro?**

Cuadro 12. Promotor del turismo.

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
LOS EMPRESARIOS & DUEÑOS DE TERRENOS VACIOS	37	9.66%
LA EMPRESA PRIVADA & BANCA	12	3.13%
EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN MILAGRO	334	87.21%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.  
Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

Gráfico 10. Promotor del turismo.



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.  
Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Análisis e Interpretación**

Para el 87% de los ciudadanos encuestados, EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN MILAGRO debe ser el principal promotor que fomente el desarrollo turístico en la Ciudad. Un 10% opinó que deben ser LOS EMPRESARIOS & DUEÑOS DE TERRENOS VACIOS. Y un mínimo 3% dijo que debe ser LA EMPRESA PRIVADA & BANCA. Con una clara mayoría de que debe ser el GAD Municipal quien se encargue de fomentar el desarrollo turístico del Cantón.

**9.- ¿Cree usted que exista un Plan de Desarrollo Turístico por parte de las Autoridades Municipales del Cantón?**

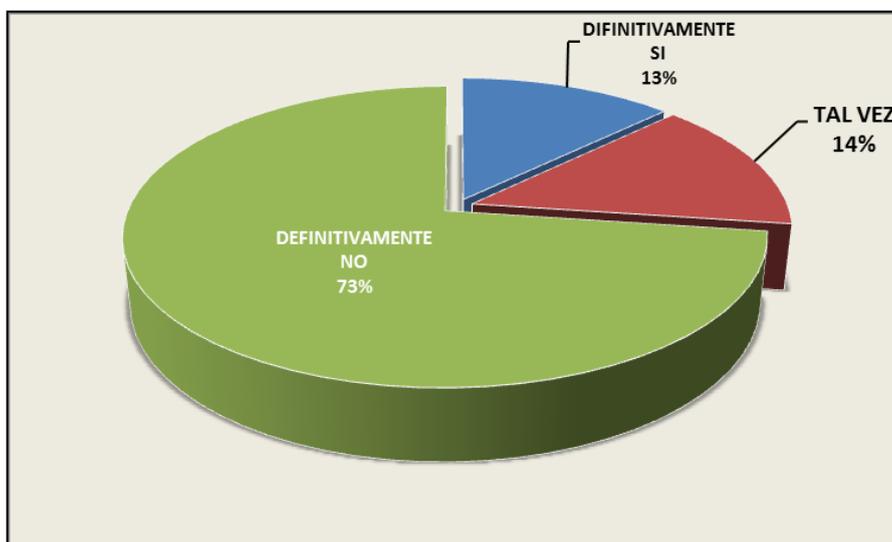
**Cuadro 13. Plan de Desarrollo Turístico.**

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
DIFINITIVAMENTE SI	49	12.79%
TAL VEZ	55	14.36%
DEFINITIVAMENTE NO	279	72.85%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

**Elaborado por:** Ángel Murillo Vicuña.

**Fuente:** Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Gráfico 11. Plan de Desarrollo Turístico.**



**Elaborado por:** Ángel Murillo Vicuña.

**Fuente:** Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Análisis e Interpretación**

El 73% de los ciudadanos encuestados opinó que DEFINITIVAMENTE NO existe ningún plan de desarrollo turístico por parte de las Autoridades Municipales del Cantón. Un 14% dijo que TAL VEZ cuente con algún plan, sin embargo, nunca se evidencia que lo llevan a cabo. Y un 13% opinó que DEFINITIVAMENTE SI cuentan con una planificación realizada y manejada por la comisión turística del Cabildo, pero no se evidencia dicha planificación.

10.- ¿Cuánto considera usted el interés que se transmite por parte de la Empresa Privada en invertir en el turismo local para fortalecer el desarrollo socio-económico del Cantón?

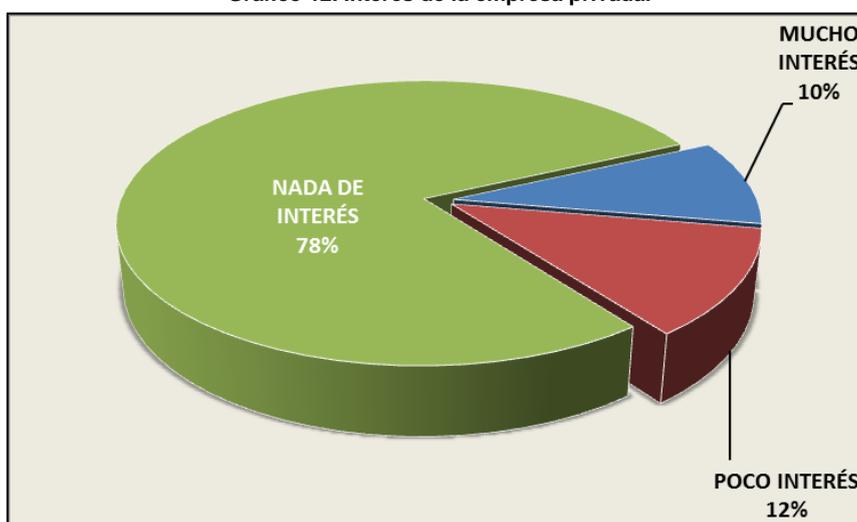
Cuadro 14. Interés de la empresa privada.

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
MUCHO INTERÉS	37	9.66%
POCO INTERÉS	46	12.01%
NADA DE INTERÉS	300	78.33%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

Gráfico 12. Interés de la empresa privada.



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

### Análisis e Interpretación

Al consultarles a los ciudadanos encuestados, ¿Cuánto considera el interés que se transmite por parte de la Empresa Privada en invertir en el turismo local para fortalecer el desarrollo socio-económico del Cantón?, el 78% afirmó que no existe NADA DE INTERÉS. El 12% opinó que es de POCO INTERÉS, mientras que para el 10% que es de MUCHO INTERÉS.

**11.- ¿Cómo califica a los lugares turísticos (servicio, instalaciones, accesos, precios, etc.) y al turismo en general en el Cantón?**

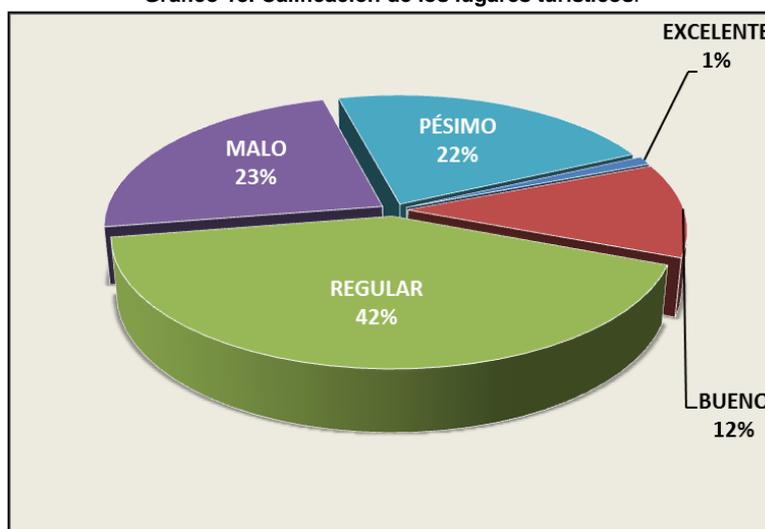
**Cuadro 15. Calificación de los lugares turísticos.**

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
EXCELENTE	4	1.04%
BUENO	45	11.72%
REGULAR	160	41.67%
MALO	90	23.44%
PÉSIMO	85	22.14%
	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Gráfico 13. Calificación de los lugares turísticos.**



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Análisis e Interpretación**

El 42% de los ciudadanos encuestados califican como REGULAR a los lugares turísticos que existen en el Cantón. Un 23% afirma que este es MALO, seguido del 22% que opina que estos son PÉSIMOS. El 12% dijo que son BUENOS lugares, y solo un 1% que son EXCELENTES.

12.- ¿Cree usted que la falta de conocimiento técnico y metodológico (a parte del capital) influye en la implementación de mejoras que fomenten el desarrollo turístico del Cantón Milagro y sus alrededores?

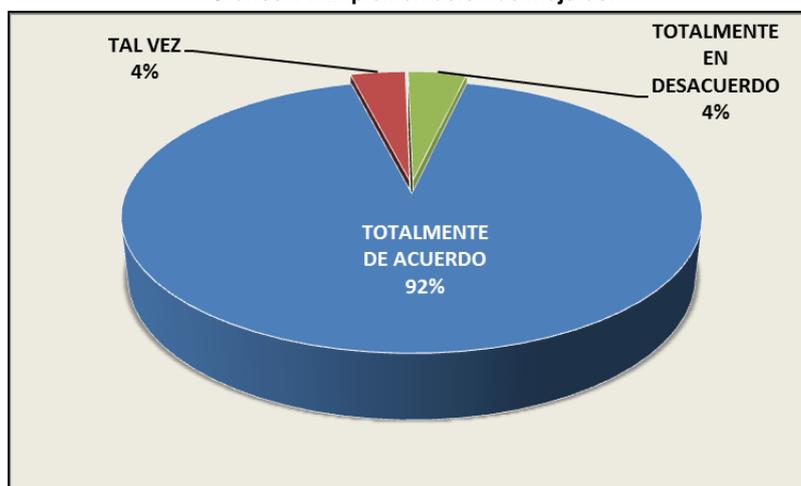
Cuadro 16. Implementación de mejoras.

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	354	92.43%
TAL VEZ	14	3.66%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	15	3.92%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

Gráfico 14. Implementación de mejoras.



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

### Análisis e Interpretación

El 92% de los encuestados, afirmó estar TOTALMENTE DE ACUERDO en que la falta de conocimiento técnico y metodológico (a parte del capital) influye en la implementación de mejoras que fomenten el desarrollo turístico del Cantón. Mientras que un igualado 4% afirmaron estar TOTALMENTE EN DESACUERDO, o que TAL VEZ puede ser por ese motivo específico.

13.- ¿Cree usted que los empresarios & propietarios de fincas, terrenos y haciendas, deberían invertir en sus terrenos para fomentar el ecoturismo y el desarrollo socio-económico de todos los habitantes del Cantón?

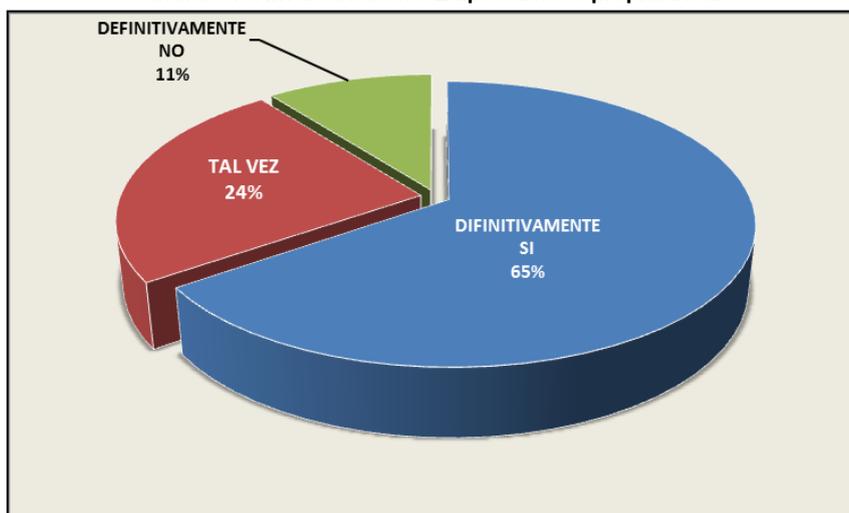
Cuadro 17. Inversión de los Empresarios & propietarios.

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
DIFINITIVAMENTE SI	250	65.27%
TAL VEZ	93	24.28%
DEFINITIVAMENTE NO	40	10.44%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

Gráfico 15. Inversión de los Empresarios & propietarios.



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

### Análisis e Interpretación

El 65% de los encuestados opinó que los empresarios & propietarios de fincas, terrenos y haciendas, deberían invertir en sus terrenos para fomentar el ecoturismo y el desarrollo socio-económico de todos los habitantes del Cantón. El 24% dijo que TAL VEZ deberían hacerlo pero que no es su obligación. Mientras que un 11% afirmó que DEFINITIVAMENTE NO les corresponde a ellos.

**14.- ¿Considera usted que la inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas, inciden negativamente en el desarrollo socio-económico del Cantón y sus alrededores?**

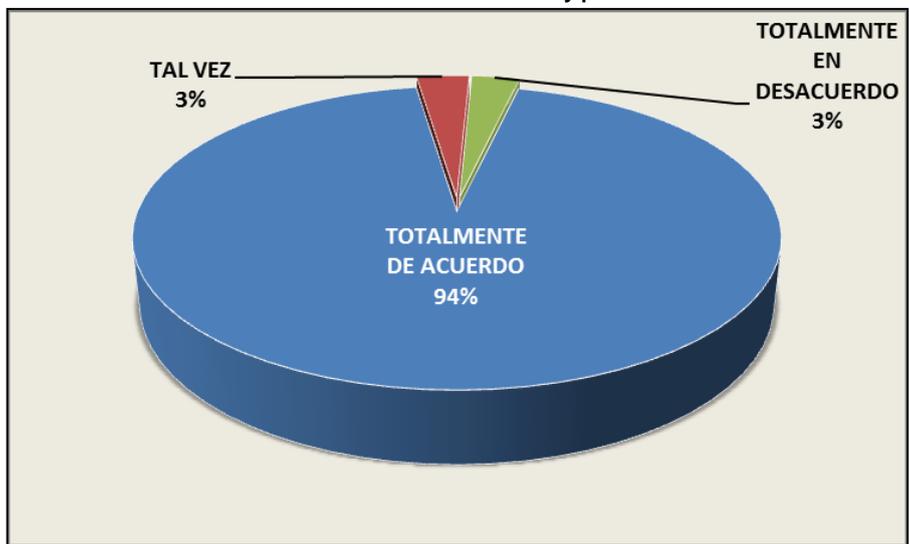
**Cuadro 18. Inexistencia de inventarios y planificaciones.**

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	360	93.99%
TAL VEZ	12	3.13%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	11	2.87%
	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Gráfico 16. Inexistencia de inventarios y planificaciones.**



Elaborado por: Ángel Murillo Vicuña.

Fuente: Encuesta realizada por el autor a los habitantes del Cantón.

**Análisis e Interpretación**

El 94% de los ciudadanos encuestados afirman estar TOTALMENTE DE ACUERDO en que la inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas, inciden negativamente en el desarrollo socio-económico del Cantón y sus alrededores. Mientras que una igualada 3% afirman que TAL VEZ influye y que están TOTALMENTE EN DESACUERDO, respectivamente.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.**

Luego del respectivo análisis de los datos obtenidos en los instrumentos técnicos que se realizaron a los habitantes del Cantón Milagro, se evidenció que existe inconformidad con el panorama existente de poca difusión turística, de escasa promoción de lugares turísticos versus la necesidad de acudir a estos centros si los conociera la ciudadanía. Con el instrumento # 1, se pudo obtener cómo se encuentra la situación actual de la problemática planteada y sus posibles factores que intervienen en la misma, mediante la opinión de los habitantes en general. Con el instrumento # 2 realizado a expertos en la planificación turística del Cantón, se obtuvo información valiosa sobre la problemática. Verificando cada una de las hipótesis planteadas para poder establecer la mejor propuesta de solución.

## **4.3 RESULTADOS**

### **INSTRUMENTO # 1**

#### **La Encuesta**

#### **1.- ¿Considera usted que el Turismo ayuda al desarrollo socio-económico del Cantón Milagro y sus alrededores?**

Analizando los datos, se pudo observar que el 55% de los Milagreños opinaron DEFINITIVAMENTE SI en cuanto a que si el turismo ayuda en el desarrollo socio-económico del Cantón, esto por cuanto a los diversos puestos de trabajo e ingresos que mueve el turismo en cualquier ciudad. Un 31% dijo que TAL VEZ, y un mínimo 14% opinó que DEFINITIVAMENTE NO ayuda en nada, debido a que para Milagro y sus alrededores, el turismo no es la fuente principal de ingresos para los ciudadanos.

#### **2.- ¿Considera usted que los propietarios de los atractivos turísticos del Cantón y sus alrededores deberían invertir para mejorar sus negocios y poder potenciar el desarrollo socio-económico y turístico del mismo?**

Al consultarles a los ciudadanos, sobre si los propietarios de los atractivos turísticos del Cantón y sus alrededores deberían invertir para mejorar sus

negocios y poder potenciar el desarrollo socio-económico y turístico del mismo, un 82% opinó que DEFINITIVAMENTE SI debe hacerlo, esto fomentaría más ingresos económicos para todos. Un 14% dijo que TAL VEZ, mientras que un reducido 4% opinó que DEFINITIVAMENTE NO, debido a que para ellos este no depende de la inversión e infraestructura, sino, más bien de la cultura turística de los habitantes, que terminan siempre prefiriendo lo de afuera y no lo local.

**3.- ¿Considera usted que el Cantón Milagro tiene el potencial turístico necesario para lograr el desarrollo socio-económico de sus habitantes?**

Una vez tabulados los datos, el 95% de los ciudadanos encuestados opinó que DEFINITIVAMENTE Milagro NO tiene un potencial turístico necesario para lograr el desarrollo socio-económico de sus habitantes, debido al mal aspecto visual que se maneja en los lugares turísticos más emblemáticos, causando desinterés en los Milagreños de volver aquel lugar. Y un escaso 5% dijo que TAL VEZ lo tenía, solo en un par de lugares, el resto necesita no solo inversión, sino más bien, una buena administración.

**4.- ¿Cuál es el tipo de lugar turístico del Cantón Milagro o sus alrededores que visita con más frecuencia?**

El 55% de los encuestados opinó que los lugares que más frecuenta para el turismo local son los LUGARES RECREATIVOS (balnearios & ríos), esto por su variedad en diversión y esparcimiento, junto con un contacto muy cercano con la naturaleza. Un 36% prefieren los COMPLEJOS RECREATIVOS (piscinas), por cuanto a que se sienten con mucha más seguridad para sus familias en un lugar cerrado y privado. Otro 7% prefieren los PARQUES & ZOOLOGICOS, debido a que no les gusta la aventura y se sienten más relajados y sin preocupación alguna. Mientras que un mínimo 2% prefieren las visitas a los MUSEOS & OTROS lugares.

**5.- ¿Cuántos lugares turísticos ha visitado o conoce que existen y funcionan actualmente en el Cantón Milagro?**

Al consultarles a los ciudadanos encuestados, ¿Cuántos lugares turísticos ha visitado o conoce que existen y funcionan actualmente en el Cantón Milagro?

El 52% de ellos respondió que conocen DE 5 A 10 lugares turísticos. El 45% conoce de 10 A 20 lugares. Mientras que el 3% conoce más de 20 lugares de recreación turística en el Cantón y sus alrededores.

**6.- ¿Cuándo visita algún lugar turístico, propio del Cantón, usted comúnmente lo hace por?**

El 45% de los encuestados prefieren disfrutar del turismo de AVENTURA Y RECREACIÓN. El 40% lo hace por SALUD Y RELAJACIÓN. Un 9% los prefiere hacer por GASTRONOMÍA. Mientras que un reducido 6% os hace por ESPARCIMIENTO.

**7.- ¿Qué tipos de servicios considera usted que debe brindar un lugar turístico adecuado en la Ciudad?**

El 32% de los ciudadanos encuestados opinaron que una de las cualidades que debe tener un lugar adecuado para el turismo local es contar con un PERSONAL CAPACITADO. Otro 15% respondieron que debe tener un EXCELENTE ALOJAMIENTO. Un 9% que este debe tener ÁREAS VERDES Y DE RECREACIÓN. Un 5% opinó que debe tener SPA Y SALÓN DE EVENTOS. Un pequeño 3% dijo que este debe tener un EXCELENTE RESTAURANTE. Y un 36% opinó que todo buen lugar turístico debe contar con TODAS LAS ANTERIORES.

**8.- ¿Cuál cree usted que debe ser el principal promotor del desarrollo turístico del Cantón Milagro?**

Para el 87% de los ciudadanos encuestados, EL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN MILAGRO debe ser el principal promotor que fomente el desarrollo turístico en la Ciudad. Un 10% opinó que deben ser LOS EMPRESARIOS & DUEÑOS DE TERRENOS VACIOS. Y un mínimo 3% dijo que debe ser LA EMPRESA PRIVADA & BANCA. Con una clara mayoría de que debe ser el GAD Municipal quien se encargue de fomentar el desarrollo turístico del Cantón.

**9.- ¿Cree usted que exista un Plan de Desarrollo Turístico por parte de las Autoridades Municipales del Cantón?**

El 73% de los ciudadanos encuestados opinó que DEFINITIVAMENTE NO existe ningún plan de desarrollo turístico por parte de las Autoridades Municipales del Cantón. Un 14% dijo que TAL VEZ cuente con algún plan, sin embargo, nunca se evidencia que lo llevan a cabo. Y un 13% opinó que DEFINITIVAMENTE SI cuentan con una planificación realizada y manejada por la comisión turística del Cabildo, pero no se evidencia dicha planificación.

**10.- ¿Cuánto considera usted el interés que se transmite por parte de la Empresa Privada en invertir en el turismo local para fortalecer el desarrollo socio-económico del Cantón?**

Al consultarles a los ciudadanos encuestados, ¿Cuánto considera el interés que se transmite por parte de la Empresa Privada en invertir en el turismo local para fortalecer el desarrollo socio-económico del Cantón?, el 78% afirmó que no existe NADA DE INTERÉS. El 12% opinó que es de POCO INTERÉS, mientras que para el 10% que es de MUCHO INTERÉS.

**11.- ¿Cómo califica a los lugares turísticos (servicio, instalaciones, accesos, precios, etc.) y al turismo en general en el Cantón?**

El 42% de los ciudadanos encuestados califican como REGULAR a los lugares turísticos que existen en el Cantón. Un 23% afirma que este es MALO, seguido del 22% que opina que estos son PÉSIMOS. El 12% dijo que son BUENOS lugares, y solo un 1% que son EXCELENTES.

**12.- ¿Cree usted que la falta de conocimiento técnico y metodológico (a parte del capital) influye en la implementación de mejoras que fomenten el desarrollo turístico del Cantón Milagro y sus alrededores?**

El 92% de los encuestados, afirmó estar TOTALMENTE DE ACUERDO en que la falta de conocimiento técnico y metodológico (a parte del capital) influye en la implementación de mejoras que fomenten el desarrollo turístico del Cantón. Mientras que un igualado 4% afirmaron estar TOTALMENTE EN DESACUERDO, o que TAL VEZ puede ser por ese motivo específico.

**13.- ¿Cree usted que los empresarios & propietarios de fincas, terrenos y haciendas, deberían invertir en sus terrenos para fomentar el ecoturismo y el desarrollo socio-económico de todos los habitantes del Cantón?**

El 65% de los encuestados opinó que los empresarios & propietarios de fincas, terrenos y haciendas, deberían invertir en sus terrenos para fomentar el ecoturismo y el desarrollo socio-económico de todos los habitantes del Cantón. El 24% dijo que TAL VEZ deberían hacerlo pero que no es su obligación. Mientras que un 11% afirmó que DEFINITIVAMENTE NO les corresponde a ellos.

**14.- ¿Considera usted que la inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas, inciden negativamente en el desarrollo socio-económico del Cantón y sus alrededores?**

El 94% de los ciudadanos encuestados afirman estar TOTALMENTE DE ACUERDO en que la inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas, inciden negativamente en el desarrollo socio-económico del Cantón y sus alrededores. Mientras que una igualada 3% afirman que TAL VEZ influye y que están TOTALMENTE EN DESACUERDO, respectivamente.

## **INSTRUMENTO # 2**

### **LA ENTREVISTA**

**Lcda. Wendy Ríos, Jefa de Turismo GAD de Milagro**

**1.- ¿Considera usted que el Turismo ayuda al desarrollo socio-económico del Cantón Milagro y sus alrededores?**

Definitivamente, el turismo es un mecanismo de desarrollo económico para cualquier Ciudad, País o Región en el mundo. Por tal motivo, es acertado decir que el turismo en la ciudad ayuda al desarrollo socio-económico de la misma.

**2.- ¿Considera usted que los propietarios de los atractivos turísticos del Cantón y sus alrededores deberían invertir para mejorar sus negocios y poder potenciar el desarrollo socio-económico y turístico del mismo?**

Es de suma importancia que se fomente la inversión turística en el Cantón, más aun viniendo de los propietarios de los atractivos turísticos de la Ciudad y sus alrededores.

**3.- ¿Considera usted que el Cantón Milagro tiene el potencial turístico necesario para lograr el desarrollo socio-económico de sus habitantes?**

Creo que sí, todo depende más de la inversión y administración adecuada que hagan los propietarios de estos lugares, sin dejar atrás, el apoyo de la empresa privada y las Autoridades locales.

**4.- ¿Cómo califica a los lugares turísticos (servicio, instalaciones, accesos, precios, etc.) y al turismo en general en el Cantón?**

Existen pocos lugares turísticos en el Cantón que cumplan con todas las garantías y requerimientos que el turista exige. De manera global, considero como MALO a los lugares de turismo en la Ciudad.

**5.- ¿Considera usted que la inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas, inciden negativamente en el desarrollo socio-económico y turístico del Cantón y sus alrededores?**

Definitivamente, para cualquier desarrollo o mejora en la calidad turística de un Sector, es de suma importancia la existencia de inventarios y planificaciones turísticas, debido a que estos sirven de mucha ayuda al momento de fomentar e invertir en el turismo por parte de las Autoridades locales o la Empresa Privada.

# **CAPÍTULO V**

## **PROPUESTA**

### **5.1 TEMA**

Metodología sistemática para la construcción de un modelo de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles para el desarrollo social, económico y ambiental de Milagro y sus alrededores.

### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

El Ecuador, a nivel país cuenta con muchos espacios turísticos que lo han dado a conocer a nivel internacional, motivo por el cual este país acoge a una gran cantidad de turistas que generan buenos ingresos a esta nación.

A pesar de existir sectores turísticos nacionales que poseen bellezas naturales, dignas de ser explotadas y obtener resultados que potencien la actividad turística local de esos lugares, por diferentes causas no lo hacen, siendo un caso el Gobierno Autónomo de San Francisco de Milagro, que mantiene un bajo perfil en la actividad turística, contando con pocas alternativas de esparcimiento para propios y extraños que impulsen el desarrollo de este cantón.

Tanto el turismo local, nacional e internacional son la base de rápida expansión de los países en vías de desarrollo. A la par con nuevos sectores turísticos, se genera prosperidad, puesto que incrementan los viajeros de negocios como los que viajan por otras razones y esto abre un abanico de posibilidades.

En el GAD de Milagro el turismo es una actividad no es explotada, razón por la que los habitantes de esta localidad buscan un sano esparcimiento o entretenimiento en otras ciudades, esto se da debido a la que las instituciones públicas y privadas no cuentan con una metodología como la sugerida en esta propuesta para la construcción de un modelo de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles para el desarrollo social, económico y

ambiental de Milagro y sus alrededores, y esto repercute en el aumento de la actividad turística en el cantón.

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

El turismo en muchos países se ha vuelto una de las mayores fuentes económicas, debido a los atractivos turísticos que poseen y a la gran labor de quienes están encargados de difundirlo en las diferentes partes del mundo, quienes han hecho que sean visitados por turistas de todas partes del mundo.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), “el turismo comprende a las actividades que realizan los turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

La importancia de la aplicación de la presente propuesta en cuanto a la metodología a usar en modelos turísticos radica en que es un tema innovador no planteado anteriormente por la inexistencia de inventarios y planificación turística tangible e intangible, que mejore el desarrollo social, ambiental y económico del cantón y sus alrededores.

El propósito es implementar la metodología sistemática que sirva de base para la construcción a posteriori de los modelos y planificaciones turísticas tangibles e intangibles en el cantón y sus alrededores, es decir dejar el sistema o proceso y sin importar quien se encuentre al frente apliquen la metodología con los óptimos resultados esperados en pro del cantón.

La aplicación de la presente propuesta favorecerá a dueños de propiedades con potencial de destino turístico, profesionales afines al turismo, al departamento de Turismo del Municipio de Milagro, estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Milagro.

En el mismo sentido, que sea de utilidad a los ciudadanos en general, ya que con esto se asentarán bases para que tengan conocimiento técnico de como impulsar el desarrollo de nuestra ciudad y que ésta conste como destino

turístico del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la Propuesta**

Diseñar una metodología sistemática para la construcción de un modelo de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles para el desarrollo social, económico y ambiental de Milagro y sus alrededores.

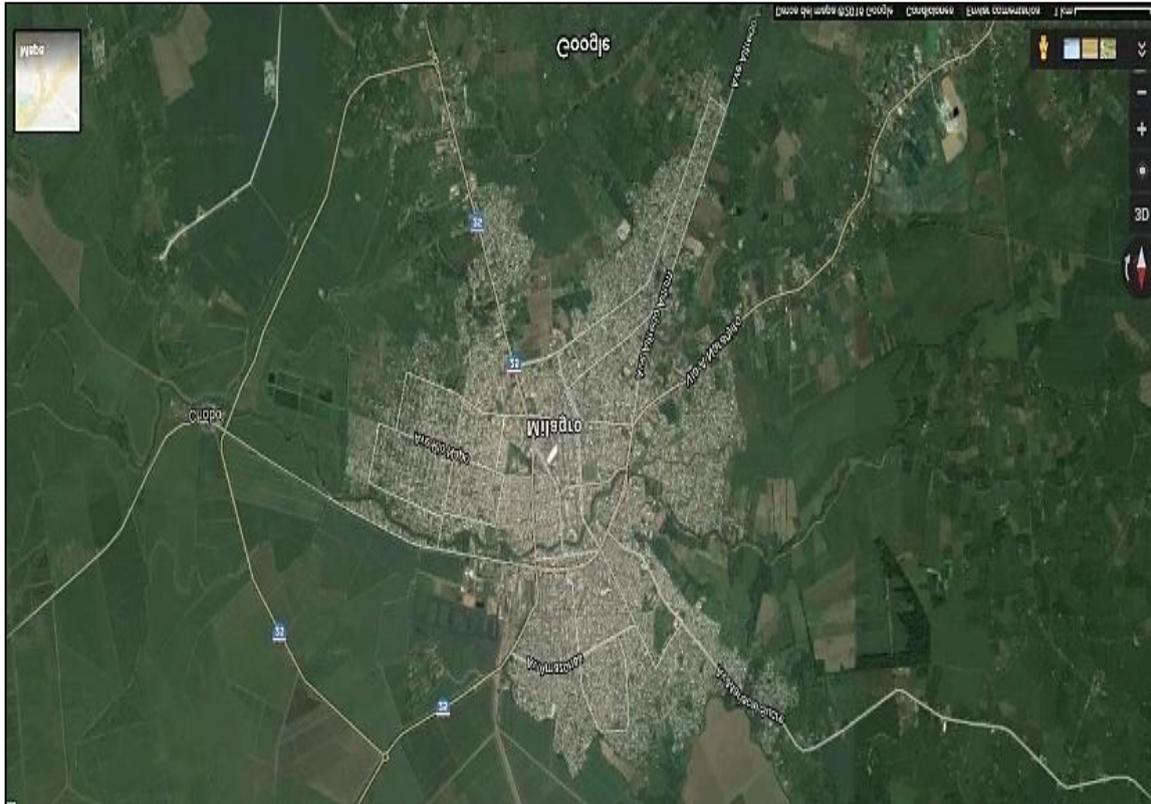
### **5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta**

- Brindar información a los organismos públicos y privados sobre la situación actual de los recursos turísticos tangibles e intangibles del cantón.
- Propiciar el desarrollo de productos turísticos y la integración de los mismos en base a la metodología propuesta.
- Concienciar a los ciudadanos milagreños y de sus alrededores a conservar el turismo cultural y natural que se encuentra en el cantón.
- Identificar los atractivos turísticos activos e idóneos del cantón mediante la metodología de modelo de inventario turístico en pro de los consumidores de las rutas turísticas del cantón y sus alrededores.

## **5.5 UBICACIÓN**

<b>País:</b>	Ecuador
<b>Región:</b>	Costa
<b>Provincia:</b>	Guayas
<b>Cantón:</b>	San Francisco de Milagro
<b>Parroquia:</b>	Milagro

Gráfico 17. Mapa del GAD de Milagro



### Breve Descripción del Cantón San Francisco de Milagro

Milagro es una zona tropical y fue habitada hace miles de años por una población aborigen de la cultura Cayapa-Colorado. Estos ocupaban lo que hoy es la ciudad de Milagro y también las actuales provincias de Los Ríos y Guayas.

Anteriormente no se conocía nada sobre la prehistoria de la ciudad, pero los trabajos de Emilio Estrada Icaza, en arqueología pusieron a Milagro en un plano internacional. Milagro era el epicentro cultural y comercial, por eso Emilio Estrada, señala "Milagro demuestra ser la cultura portadora a través del Ecuador de elementos norteños y sureños".

Alrededor del año 500 d.C. apareció la cultura Milagro-Quevedo que existió, hasta la llegada de la invasión española alrededor del año 1500 d.C. Esta cultura prehispánica ocupó la zona comprendida entre las estribaciones occidentales de la cordillera de los Andes y las colinas del litoral ecuatoriano, constituyendo, con los Atacames, Jama II y Manteño-Huancavilca, las últimas

culturas en la costa ecuatoriana antes de la llegada de los primeros españoles en 1526, con quienes se iniciará el periodo de conquista y colonización.

En la Zona en la que se asienta la actual ciudad, motivo de esta investigación, vivieron específicamente los habitantes de la parcialidad Vellín (1581) que para 1593 ya se escribía como Belín, como se denomina hoy a un estero y sector ubicados al suroeste de la ciudad de Milagro.

Milagro-Quevedo, constituye una de las culturas precolombinas que mayores territorios ocupó, pues su expansión comprendió todo el sistema fluvial del Guayas incluyendo sus dos grandes ríos Daule y Babahoyo, y todos sus afluentes.

Los antiguos habitantes se definían étnicamente como 'chonos', sus miembros fueron consumados orfebres que trabajaron delicadamente el oro y la plata, y llevaban para su adorno personal hasta doce aretes (seis en cada oreja), no solo en el lóbulo sino alrededor del pabellón.

Milagro se encuentra en la zona occidental de la provincia del Guayas. El territorio de Milagro está conformado por suelos fértiles, numerosos ríos y esteros, por bosques, plantíos y zonas residenciales, haciendas, fincas y otras propiedades. Al encontrarse en una zona tropical, posee mucha biodiversidad y un clima cálido-húmedo todo el año.

### **Turismo en Milagro**

Dentro del ámbito turístico, la ciudad de Milagro posee lo siguiente:

- Museo Julio Viteri Gamboa
- Museo de la Iglesia San Francisco
- Museo del Ingenio Valdez
- Monumento a la Piña
- Complejo El Bosque
- Complejo Turístico Visaltur
- Finca El Chaparral
- Complejo Turístico Las Cataratas

- Casa de Homero Morla
- Biblioteca Municipal
- Sección de restos arqueológicos en UNEMI
- Parque Norte
- Parque regenerado Cdla. Los Troncos
- Palacio Municipal
- Hotel Carso Inn

## **5.6 METODOLOGÍA EN CONSTRUCCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE INVENTARIOS**

De acuerdo con Cárdenas, debe partirse de un diagnóstico, el cual quedaría incompleto si no se analizan sistemáticamente las cuatro partes que integran el patrimonio turístico planteados por Boullón, porque la carencia o deficiencia de cualquiera de ellas afectaría al resto:

- Atractivos turísticos
- Planta turística
- Infraestructura
- Superestructura turística

En este caso se partió de la relación de dichos componentes pero con la reconsideración de los atractivos turísticos como recursos reales y potenciales turísticos como se ha explicado anteriormente. A partir de ellos se categorizan dos grupos de estudio en función de su interés y valoración turística:

- Los recursos territoriales turísticos básicos (reales y potenciales): son aquellos que dependen fundamentalmente, de la existencia de recursos naturales y culturales, así como de actividades recreativas suficientemente interesantes que tienen capacidad propia para atraer la visita de turistas nacionales y/o extranjeros a un lugar determinado.
- Los recursos territoriales turísticos complementarios: son aquellos que constituyen el soporte y servicios que facilitan el aprovechamiento de los

recursos básicos y pueden caracterizarse por la planta turística, que incluye todos los establecimientos administrados por el sector público o privado, que se dedican a prestar servicios turísticos; la infraestructura es considerada como un facilitador que permite a los viajeros disfrutar plenamente de los recursos y actividades turísticas y por último la superestructura comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, de la comunidad local encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico.

Así pues, es fundamental establecer esas categorizaciones como paso previo en la metodología sistemática de construcción de inventarios y planificación turística tangible e intangible en Milagro y sus alrededores.

#### **5.6.1. Clasificación de los recursos territoriales turísticos**

##### **5.6.1.1. Clasificación de los recursos reales y potenciales turísticos:**

Existen varias posibilidades de clasificación de los recursos turísticos, ya que son múltiples los criterios de agrupamiento o categorización. Gómez y Palomeque, proponen clasificarlos según su naturaleza y funcionalidad, considerando al recurso como soporte de una actividad (gráfico 18).

Gráfico 18. Clasificación de gastos turísticos

Criterios	Autoría	Clasificación de recursos turísticos
Naturaleza del recurso	P. Defert (1976;1982)	-Hidromo -Fitomo -Litomo -Antropomo -Mnémome
	OEA (1978) (Organización de Estados Americanos)	-Sitios naturales -Museos y manifestaciones culturales históricas -Folklore -Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas -Acontecimientos programado
	Fernades Fuster (1985)	-Naturales -Socioculturales -Económicos
	Bull (1994)	-Recursos libres -Recursos escasos
Funcionalidad del recursos	Coma Pellegrini (1973)	-Recursos originales -Recursos complementarios
	Birkart y Medlik (1986)	-Recursos propios -Recursos orientados al usuario
	Gunn (1988)	-Tourist attractions -Destination attractions
	Leno Cerro (1989;1992)	-Recursos básicos -Recursos complementarios

Fuente: Gómez Martín (2001)

Dentro de esas clasificaciones de los recursos turísticos se destaca la propuesta de la Organización de Estados Americanos (OEA), aplicada de modo generalizado en la planificación turística del área iberoamericana, que permite la clasificación y, lo más importante, la jerarquización de los recursos turísticos.

Este método parte, como todos los demás, de una recopilación sistemática de los datos sobre los atractivos turísticos del área objeto de planificación, ordenados según un sistema de clasificación que establece la existencia de cinco grandes categorías (subdivididas a su vez en tipos y subtipos).

Estas cinco grandes categorías son:

1. Sitios naturales: engloba los diferentes lugares del área considerada sobre la base de su interés paisajístico, excluyendo cualquier otro criterio.
2. Museos y manifestaciones culturales históricas: recoge todo el conjunto de recursos de naturaleza cultural que tienen un valor artístico, histórico o monumental.

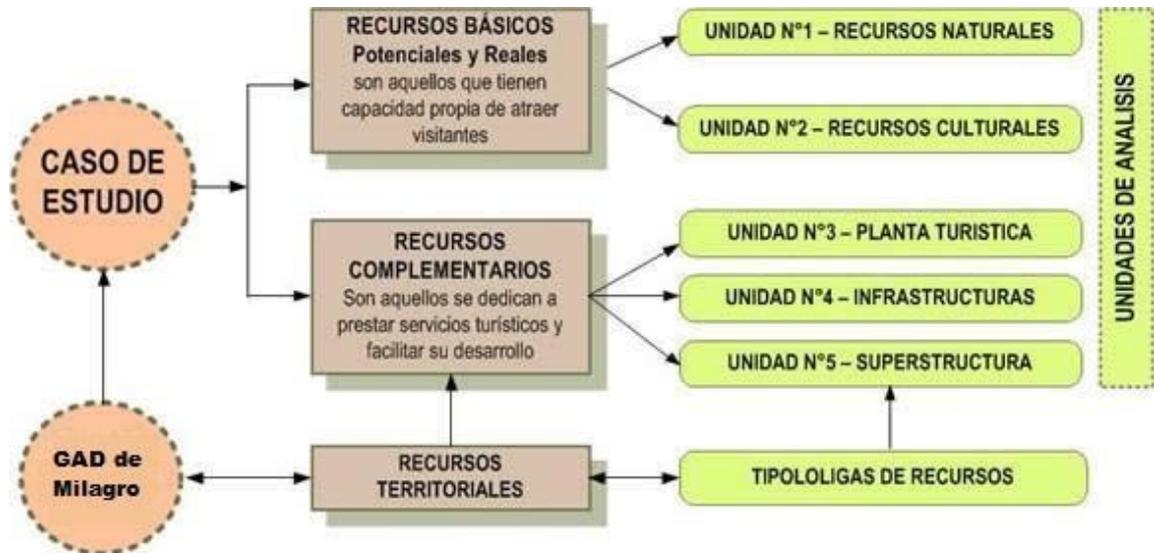
3. Folklore: comprende todas aquellas manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población residente en el ámbito de aplicación del inventario. Es decir lo intangible

4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas: abarca solamente aquellos elementos que por su singularidad tienen interés turístico y un carácter más actual que histórico.

5. Acontecimientos programados: comprende todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que pueden atraer turistas, ya sea como espectadores o participando activamente en dicho acontecimiento.

En resumen, puede decirse que estos cinco componentes constituyen los recursos básicos que se reagrupan en recursos culturales y naturales como queda expresado en el gráfico 19.

Gráfico 19. Recursos turísticos en GAD Milagro y alrededores



Fuente: Gómez Martín (2001)

### **5.6.1.2. Clasificación de los recursos facilitadores y proveedores de servicios turísticos.**

El paso siguiente, que consiste en la clasificación de estos recursos es muy complejo, debido a la disparidad de criterios y ambigüedad conceptual existentes en los distintos países y disciplinas académicas. Sin embargo, dentro del campo de la economía, estos recursos son cualquier elemento que sirve para incorporarse a un proceso productivo turístico y de allí que se pueda hablar de recursos financieros, humanos, de soporte y servicios de la actividad turística.

Este proceso productivo turístico, dentro de esta industria puede dividirse en dos grupos según su funcionalidad, de manera que hagan posible el disfrute de cualquier recurso natural o cultural y ellos son:

- Los recursos facilitadores que regulan u ordenan: comprende la superestructura (facilitadores de actividad, las autoridades locales, estatales, privadas y las comunidades locales).
- Los recursos proveedores o prestadores de servicios: comprenden la planta turística (servicios básicos), infraestructuras e instalaciones (soporta la actividad)

Para poder categorizar estos tipos de recursos, Boullón, al analizar el "sistema turístico", precisa que el "patrimonio turístico" de un país o en este caso del GAD de Milagro, se debe determinar, no solo a partir de los atractivos turísticos, sino por la integración de otros componentes correspondientes a:

**1.** Planta turística: integrada, por dos elementos: el equipamiento, que incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos y las instalaciones.

**2.** Las infraestructuras: constituyen un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantizan, por una parte, la correcta integración y el funcionamiento de la planta turística, la superestructura y por otra, las adecuadas facilidades de los visitantes, elemento indispensable para

la viabilidad de desplazamiento en un mercado turístico de competencia creciente.

**3. Superestructura turística:** son todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuese necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integra el sistema turístico.

En resumen, se puede decir que estos tres componentes, constituyen los recursos complementarios que unidos a los básicos analizados anteriormente constituyen los recursos turísticos territoriales y útiles en la metodología sistemática de construcción de inventarios y planificación turística tangible e intangible en Milagro y sus alrededores, gráfico 19.

### **5.7. Inventario de los recursos territoriales turísticos**

La metodología del inventario turístico aplicable para nuestro caso de estudio en el GAD de Milagro, se divide en dos partes:

- Los recursos reales y potenciales (recursos básicos): los recursos naturales y culturales.
- Los recursos facilitadores y proveedores de servicios turísticos (recursos complementarios): la planta turística, las infraestructuras, la superestructura turística.

#### **5.7.1. Inventario de los recursos reales y potenciales**

El inventario de los recursos constituye el primer paso en el análisis del potencial turístico de una zona, facilitando la identificación de aquellos elementos o actividades que tienen un cierto poder actual o potencial para atraer la demanda turística. La secuencia metodológica a seguir para la realización del trabajo de campo en el inventario de recursos ya sean reales o potenciales debe establecerse mediante fichas o cuestionarios, para identificar, cuantificar y evaluar los diferentes recursos agrupados homogéneamente. Este modelo comprenderá:

- La identificación del recurso: apartado en el que se darán una serie de datos objetivos del atractivo analizado, con la finalidad de identificarlo, localizarlo y tipificarlo.
- Las características del recurso: este apartado servirá para realizar una descripción del recurso, análisis del equipamiento y actividad turística y datos de la explotación turística (si la tuviese) del recurso en cuestión.
- La valoración del recurso: el objetivo de este punto es conocer el potencial turístico del recurso o su valor actual, su posible funcionalidad y sus relaciones dentro del sistema de la oferta turística, así como los posibles conflictos que pueden existir debido a otros usos que dicho recurso podría tener.
- Una vez recogido el grueso de la información, proceder a su interpretación y depuración.

Ese proceso que debe seguir la metodología sistémica del inventario de los recursos tiene como objetivo fundamental la elaboración de una ficha para cada recurso que se detecte.

### **5.7.2. Inventario de los recursos facilitadores y proveedores de servicios turísticos.**

Existe también cierta ambigüedad para inventariar esos recursos. Debido a los alcances del presente trabajo, no será necesario inventariarlos, pues la valoración que se pretende alcanzar es cualitativa. Su evaluación, por consiguiente se efectuará a partir de los diversos componentes, adoptados de la clasificación planteada anteriormente.

Se concluye entonces, que los métodos de clasificación e inventario de los recursos analizados anteriormente, constituyen los primeros pasos en el análisis del potencial turístico de una zona, facilitando la identificación de aquellos elementos o actividades que tienen un cierto poder actual o potencial para atraer la demanda turística.

### **5.7.3. Métodos y técnicas de valoración de los recursos territoriales turísticos**

El conocimiento de la clasificación e inventario de los recursos existentes, a pesar de ser una condición necesaria, no es suficiente para conocer sus potenciales reales, como tampoco el valor real del potencial turístico de un área se mide únicamente por el número de atractivos que reúne, sino por la calidad de estos. Por tanto, una vez clasificados los recursos identificados e inventariados en categorías, tipos y subtipos, el siguiente paso que propone la metodología de la investigación es conocer cómo evaluar dichos recursos. De acuerdo con Leno, ello consiste en un examen crítico de los recursos relevantes para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comparables, asignándoles la correspondiente jerarquía según la capacidad de atracción del recurso.

Según ese mismo autor, las técnicas y métodos de valoración comenzaron a aplicarse hacia finales de la década de los sesenta, con una orientación hacia el sector turístico en Europa y hacia los recursos recreativos, en general, en Norteamérica, tomando como modelo de referencia básico las técnicas de evaluación paisajística, desarrolladas por arquitectos paisajistas y geógrafos. Se distinguen tres enfoques básicos para la evaluación del potencial turístico propuestos, estos son: el enfoque analítico, la evaluación económica basada en las cuotas de participación y el análisis de las preferencias de la demanda.

Como se ha mencionado anteriormente, el conocimiento del potencial turístico de una zona quedaría incompleto si no se analizan sistemáticamente los recursos básicos y complementarios conjuntamente, y que integran el patrimonio turístico, porque la carencia o deficiencia de cualquier componente de ellos afecta al resto y ellos son:

- Recursos básicos: Recursos reales y potenciales (naturales o culturales (estos pueden ser tangibles o intangibles).
- Recursos complementarios: Planta turística-Infraestructura-Superestructura turística.

Con este razonamiento se analizaron diferentes modelos, métodos y técnicas de evaluación reconocidos a nivel internacional y que son lo suficientemente abarcadores para determinar el potencial turístico del GAD de Milagro y sus alrededores.

Del análisis realizado de los modelos, métodos y técnicas para la valoración de los recursos turísticos se concretan las siguientes consideraciones:

- Se analizaron modelos reconocidos y manejados a escala internacional para establecer un sistema único de evaluación para el caso de estudio.
- Un modelo elaborado para un país, no puede ser aplicado a otro, sin un análisis de su adaptación y adecuación.
- El método de valoración de la OEA ha sido el precursor general de todos los modelos estandarizados por todos los protagonistas para analizar los recursos naturales y culturales, pero aún adolece de algunos defectos como: la calificación jerárquica de cada recurso en función del tipo de demanda que atrae es, la mayor parte de las veces, muy subjetiva, pues, salvo casos aislados, no existen estadísticas que permitan definir los distintos segmentos de demanda que genera el recurso. Por otra parte, este método no considera en la valoración de los recursos una serie de factores externos al propio recurso que, de un modo u otro, pueden incrementar o disminuir su potencial turístico. En un intento de superar algunos de estos problemas Álvarez y Leno en un trabajo relativo a la Comunidad Autónoma de La Rioja, proponen la introducción de un factor de ponderación relativo a la zona donde se ubica el recurso, que corrige la jerarquía inicial otorgada al recurso e introduce en la valoración tres elementos que consideramos importantes: la conectividad (accesibilidad física), la concentración de los recursos y la oferta de alojamiento y restauración.
- Para evaluar los recursos básicos, se adoptaron los criterios y factores de valoración, ponderación y jerarquización del Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional

(Mincetur). Los cuales deberán ser sometidos a expertos designados para su validación o adaptación.

- Se ha podido constatar que solo Boullón, y Almeida, han hecho referencia a los componentes de los recursos complementarios para la evaluación del potencial turístico de una zona. Sin embargo, los parámetros y criterios de evaluación de estos componentes de Boullón resultan muy subjetivos y problemáticos. Los que proponen el modelo de Almeida aportan escalas de medición que pueden ser adoptadas. En vista de la disparidad de criterios actualmente existentes en los distintos países para valorar estos componentes y considerando la escasez de consenso académico, se cree conveniente no adoptar estos sistemas de valoración, ya que para evaluar correctamente estos recursos complementarios, se necesitan de técnicas de medición escalar de tipo Likert y Thurstone apoyándose sobre métodos cuantitativo, cualitativo, triangulación y Delphi, así como la configuración de nuevos criterios y factores de valoración y ponderación, los cuales deberán ser sometidos a expertos designados para su validación o adaptación.

En conclusión, se debe aclarar que uno de los problemas más comunes constatados en la valoración de estos modelos para evaluar los recursos territoriales turísticos, es la manera de asignar a las variables, valores representativos o calificaciones para medirlas y también la falta de variables y su valoración referidos a los recursos complementarios.

Por lo demás, la principal aportación del análisis de estos modelos es contar con unas herramientas de trabajo indispensables y reconocidas a nivel internacional y su complementación con la definición y fundamentación de nuevas técnicas de medición y métodos de valoración, para sustentar científicamente el diseño de un instrumental específico para el caso de estudio que sea capaz de integrar armónicamente las diversas fuentes analizadas y desplegar herramientas susceptibles de medir los recursos turísticos territoriales y aplicarlo al centro de ciudad de Milagro.

## **5.8. Descripción de la Propuesta**

### **5.8.1 Objetivo General de la Propuesta**

Diseñar una metodología sistemática para la construcción de un modelo de inventarios y planificaciones turísticas tangibles e intangibles para el desarrollo social, económico y ambiental de Milagro y sus alrededores.

### **5.8.2. Definición de los recursos turísticos**

- Los recursos turísticos reales o atractivos (en operación): Son los recursos turísticos esenciales (conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son transformados en un producto turístico) y que, aisladamente o conjuntamente con otros, tienen la capacidad de generar las corrientes de turismo gracias a las instalaciones, equipamiento y servicios que le agregan valor, convirtiéndolo en un atractivo turístico.
- Los recursos turísticos potenciales (no están en operación): son los bienes naturales y culturales que pueden motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual y son susceptibles de convertirse o transformarse en nuevos recursos turísticos reales o de interés local y no se encuentran todavía incorporados a la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructuras de apoyo.

### **5.8.3. Clasificación e inventario de los recursos turísticos**

A partir de estas aproximaciones teóricas se plantea un método de evaluación de los recursos turísticos del GAD de Milagro y sus alrededores basado en la relación de cinco variables o unidades de análisis repartidos en dos grupos de caracterización que constituyen el caso de estudio:

**a)** Los recursos territoriales turísticos básicos: son aquellos que dependen fundamentalmente de la existencia de recursos naturales y culturales, así como de actividades recreativas suficientemente interesantes que tienen capacidad propia para atraer la visita de turistas nacionales y/o extranjeros a un lugar determinado.

1. recursos reales (atractivos) o potenciales naturales

2. recursos reales (atractivos) o potenciales culturales

**b)** Los recursos territoriales turísticos complementarios: son aquellos que constituyen el soporte y servicios que facilitan el aprovechamiento de los recursos básicos y pueden caracterizarse por la planta turística, que incluye todos los establecimientos administrados por el sector público o privado, que se dedican a prestar servicios turísticos; la infraestructura es considerada como un facilitador que permite a los viajeros disfrutar plenamente de los recursos y actividades turísticas y por último la superestructura comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, comunidad local encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico.

3. Planta turística

4. Infraestructura

5. Superestructura turística

Estos cinco componentes constituyen el patrimonio turístico que se define como la relación entre la materia prima (recursos reales y potenciales); la planta turística (aparato productivo); la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema). Desde esa óptica se reafirma que quedaría incompleto si no se analizan sistemáticamente estos cinco componentes que integran el patrimonio turístico, porque la carencia o deficiencia de cualquier de ellos afecta al resto.

Se estructura una clasificación de estos recursos turísticos, para garantizar la fiabilidad de su aplicación dentro del contexto del GAD de Milagro.

El inventario de estos recursos turísticos: El procedimiento a seguir para inventariar los recursos básicos turísticos (los complementarios como se ha mencionado anteriormente no se inventariarán, pues no llevan una evaluación

cuantitativa sin o cualitativa, que se hará directamente a partir de los indicadores de cada unidad de análisis) del GAD de Milagro, se enfatiza en un sistema de fichas con los datos de cada recurso turístico lo cual se realizará en cuatro etapas principales:

**1-** Definición de las categorías, tipos, subtipos y elementos de información a incluir para cada recurso turístico: Teniendo en cuenta los documentos modelos y manuales referidos a la elaboración de inventarios de recursos turísticos, se formuló un conjunto de tablas de acuerdo con la realidad del GAD de Milagro y sus alrededores, que contiene las indicaciones específicas sobre las categorías, tipos y subtipos, lo cual servirá para el procesamiento ordenado de la información.

**2-** Recopilación de Información secundaria: Es un trabajo, donde se consideran todos los datos analizados, bibliografía existente, periódicos, revistas e información de organismos técnicos especializados.

**3-** Trabajo de campo: Consiste en la identificación y/o verificación in situ de los recursos turísticos, tipos de medios de acceso y facilidades turísticas, para su reconocimiento, permitiendo la ampliación y/o ajuste de la información obtenida en la etapa anterior. Así también, se llevarán a cabo entrevistas necesarias con representantes de la comunidad local, conocedores de sus recursos turísticos. Lo cual se complementa según sea el caso con la información que proporcionen los organismos e instituciones responsables de su cuidado. Es importante apoyarse en todos los medios disponibles (videos, fotografías, mapas, entre otros.)

**4-** Procesamiento de la Información recopilada: En esta etapa se realiza la clasificación y ordenamiento de los recursos, de acuerdo con la categoría, tipo y/o subtipo, que le corresponde a cada uno. En tal sentido, se podrá establecer un software, el cual servirá para el procesamiento de esta información de acuerdo con las tablas diseñadas.

#### **5.8.4. Instrumentos para la evaluación de los recursos turísticos básicos y complementarios para el GAD de Milagro y sus alrededores**

Partiendo de los análisis de las diferentes clasificaciones, modelos, métodos y técnicas abordados anteriormente para valorar los recursos turísticos en general, se plantea una propuesta metodológica específica para el caso de estudio, que consiste en diseñar instrumentos sustentados con criterios científicos que garanticen que los resultados de su aplicación para el GAD de Milagro constituyan el real insumo de los objetivos planteados para conocer de manera real, sistemática y ordenada, el grado de importancia de sus recursos potenciales y reales, tangibles e intangibles de sus inventarios.

En función de estos argumentos se formulan los procesos y consideraciones siguientes para llevar a cabo la estructura teórica y aplicación práctica de estos instrumentos para evaluar el potencial turístico de Milagro:

**1)** La incorporación de los métodos científicos (cuantitativos, cualitativos, triangulación, Delphi) entre otros, con el objetivo de mitigar algunas desventajas de los instrumentos metodológicos y técnicas, anteriormente analizados, ya que esos métodos ofrecen valiosos procesos interactivos para sustentar el diseño de los instrumentos teóricos permitiendo así:

- Concretar la operacionalización de las variables cualitativas o categóricas y analizar datos cualitativos a partir de transcripciones de entrevistas y notas de observaciones, entre otras.
- Medir variables que pueden tomar valores numéricos y deben describirse para facilitar la búsqueda de posibles relaciones mediante el análisis estadístico,
- Estructurar a través del Delphi, un proceso de comunicación grupal, que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar un problema complejo orientándose hacia el logro de un consenso.

**2)** La inclusión de las técnicas de medición (escalas de valoración Likerty Thurstone) las cuales permiten obtener información cuantitativa y cualitativa de cada variable, así como los indicadores que los componen. Esto facilita el análisis estadístico de los datos y la posterior comprensión de los resultados, para resolver el problema planteado.

- 3)** La selección del panel de actores sociales y transdisciplinarios, el cual está conformado por un grupo de personas que reúnen diversas características y criterios requeridos con la temática, los cuales participarán en el ejercicio del método Delphi, proporcionando las informaciones que se requieren, a partir de un sistema de comunicación estructurado basado en cuestionarios.
- 4)** La confirmación de las variables pertinentes por el panel de actores, a partir de las variables e indicadores preliminares definidos anteriormente en la clasificación adoptada de los recursos turísticos (recursos naturales, culturales, planta turística, infraestructuras y superestructura), esta fase consiste en depurar las mismas y permite su operacionalización, es decir, hacerlas tangibles para el caso de estudio, medibles y registrables por su importancia para la investigación.
- 5)** La validación de los factores y criterios de medición para evaluar los recursos básicos (naturales y culturales), con el panel de actores por el método Delphi, los cuales permitirán valorar cualitativamente cada variable e indicadores.
- 6)** La validación de los factores y criterios de medición para evaluar los recursos complementarios (planta turística, infraestructuras y superestructura), con el panel de actores por el método Delphi, los cuales permitirán valorar cualitativamente cada variable e indicadores.
- 7)** La confirmación de los pesos de ponderación por el panel de actores con el fin de afinar los resultados de la aplicación de las variables, criterios de valoración para los cuales se asignará un factor de ponderación en función de su importancia turística.
- 8)** La estructuración y modelización del instrumento teórico de evaluación para evaluar el caso de estudio a partir de lo antes expuesto, ya que de ella se definen los cuestionarios de valoración, para poder concretar la aplicación en el objeto de estudio en el escenario real del GAD de Milagro y sus alrededores.
- 9)** La validación de este instrumento teórico en pequeña escala a partir de una prueba piloto que permitirá comprobar la validez y confiabilidad del instrumento

y detectar errores como son: omisiones, inconsistencias (frecuencias cruzadas) y resultados por variable (frecuencias simples), lo que permite aportar cambios pertinentes a los cuestionarios, hasta obtener una versión satisfactoria para el caso de estudio para su posterior aplicación en un escenario real.

## **DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

Aunque existen criterios dispares, en la definición de los recursos turísticos, se logró arribar a conceptos sustentados en criterios válidos para este caso.

Además se demuestra que de las diferentes clasificaciones de los recursos básicos analizados, se destaca la propuesta de la Organización de Estados Americanos (OEA), y que es aplicada de modo generalizado en la planificación turística en el área iberoamericana. Y por otro lado para los recursos complementarios, la clasificación definida por Boullón ha sido la más aceptada en la mayoría de las investigaciones como parte integrante del patrimonio turístico. Del mismo modo, los resultados allí obtenidos para la adopción de esas clasificaciones conjuntamente para el caso de estudio, indican que quedaría incompleto si no se analizan sistemáticamente los cinco componentes comentados que integran el patrimonio turístico, porque la carencia o deficiencia de cualquiera de ellas afectaría al resto.

De los diferentes métodos y técnicas de evaluación analizados en el ámbito nacional e internacional orientados a evaluar los recursos turísticos, se concluyó que ninguno resultaba apropiado para el fin que se proponía esta investigación; por lo que se determinaron los elementos válidos aportados por los mismos para incorporarlos a los métodos y técnicas propuestos para el caso.

El sistema de variables e indicadores y los parámetros de evaluación de los recursos turísticos se obtuvo a partir del análisis de los métodos y técnicas de clasificaciones y valoración anteriores, de la síntesis y representación objetiva del caso de estudio que incorpora el GAD de Milagro y de los últimos cambios que se vienen produciendo en el sector turístico del cantón y sus alrededores.

Con la finalidad de subsanar el tradicional déficit con la mayor parte de los métodos y técnicas analizados y comentados sobre los recursos básicos, donde el objetivo principal de ellos no es la valoración del potencial turístico de un recurso concreto, sino determinar el valor de diversas zonas con el fin de establecer un orden de prioridad en las labores de planificación y desarrollo del turismo, fue muy importante establecer objetivos claros para el caso de estudio, definiendo instrumentos de valoración que se enfocan a determinar las cualidades y valores específicos que posee cada recurso y su influencia en el flujo turístico con destino al recurso, determinando la posición de este con respecto a la demanda.

La aplicación del método sistémico de creación de modelos de inventarios propuestos en el GAD de Milagro, permitirá comprobar empíricamente que el mismo es aplicable, y el conjunto de variables e indicadores propuestos son medibles y ajustables.

Por lo tanto, los instrumentos elaborados y propuestos para la clasificación y evaluación de los recursos turísticos garantizan las bases conceptuales y metodológicas para adaptarse con un enfoque integrador al escenario específico del GAD de Milagro, u otros casos similares para lo cual se deben ajustar únicamente las variables e indicadores y los rangos de valores de los parámetros, en función de los objetivos definidos y teniendo en cuenta las características del escenario que sea seleccionado en el cantón y sus alrededores.

## CONCLUSIONES

- Que la metodología en la construcción de Inventarios Turísticos tangibles e intangibles en el cantón Milagro, es una herramienta útil, que apoyará los planes y proyectos futuros de desarrollo turístico, evitando que se produzcan toma de decisiones que conduzcan a resultados inadecuados en este caso.
- Que con la metodología en la construcción de Inventarios Turísticos tangibles e intangibles en el cantón Milagro y pueblos aledaños, se cree normativas para el mantenimiento de los recursos turísticos de la ciudad.
- Que con la metodología en la construcción de Inventarios Turísticos tangibles e intangibles en el cantón Milagro, los organismos públicos y privados implementen campañas de concienciación en el cuidado de los atractivos y recursos turísticos del cantón.
- Que con la metodología en la construcción de Inventarios Turísticos tangibles e intangibles en el cantón Milagro, los medios de comunicación social fomenten programas para preservar los recursos turísticos.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda la utilización de esta metodología para lograr uniformidad en los criterios a emplear para la evaluación del potencial turístico del GAD de Milagro y sus alrededores.
- Se recomienda la utilización de esta metodología para conocer real y sistemáticamente el patrimonio turístico de acuerdo con el nivel de importancia de cada uno de ellos.
- Se recomienda la utilización de esta metodología para contar con instrumentos que permitan la valoración del potencial turístico de los recursos.
- Se recomienda la utilización de esta metodología, para brindar información a los organismos públicos y privados sobre la situación del proceso turístico.
- Se recomienda la utilización de esta metodología, para servir de base para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico sustentable.

## 7. ANEXOS

# ANEXOS

Anexo 1: Encuestas formato.

**ENCUESTA**

**ESTUDIO DE LOS INVENTARIOS Y PLANIFICACIONES TURÍSTICAS TANGIBLES E INTANGIBLES EN LA CIUDAD DE MILAGRO, PERIODO 2015-2016, Y SU REPERCUCIÓNEN EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL SECTOR**

FAVOR DE CONTESTAR A LA SIGUIENTE ENCUESTA COLOCANDO UNA "X", EN EL LUGAR CORRESPONDIENTE

1.- ¿ES USTED PROPIETARIO DE NEGOCIO?

SI  NO

2.- ¿A QUÉ DEDICA SU ACTIVIDAD COMERCIAL?

AGRO  DEPENDIENTE

COMERCIANTE  NINGUNA

3.- ¿CREE USTED QUE EL SECTOR DE MILAGRO TIENE POTENCIAL TURÍSTICO?

SI  NO

**PORQUE**

---

4.- ¿CREE USTED QUE EXISTAN PLANIFICACIONES TURÍSTICAS PARA EL SECTOR DE MILAGRO?

SI  NO

**PORQUE**

---

5.- ¿QUÉ PATRIMONIO TURÍSTICO TIENE EL CANTÓN DE MILAGRO?

---

6.- ¿A QUÉ AREA PIENSA USTED QUE SE DEBERÍA DAR MÁS ÉNFASIS EN UNA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA?

URBANA  RURAL

AGRO  COMERCIAL

7.- ¿CONOCE USTED LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL SECTOR DE MILAGRO?

SI  NO

8.- ¿PIENSA USTED QUE LA FALTA DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEL SECTOR, INCIDE EN EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICA DE MILAGRO?

SI  NO

**PORQUE** \_\_\_\_\_

9.- ¿PIENSA USTED QUE LA EMPRESA PRIVADA TIENE POCO INTERÉS EN INVERTIR EN EL TURISMO DEL SECTOR?

SI  NO

**PORQUE** \_\_\_\_\_

10.- ¿PIENSA USTED QUE HA DISMINUIDO EL SERVICIO TURÍSTICO DEL CANTÓN MILAGRO?

SI  NO

**PORQUE** \_\_\_\_\_

11.- ¿CREE USTED QUE EXISTA FALTA DE PREPARACIÓN EN EL PERSONAL TÉCNICO ENCARGADO?

SI  NO

**PORQUE** \_\_\_\_\_

12.- ¿CONOCE USTED LO QUE ES ECOTURISMO?

SI  NO

13.- ¿CREE USTED QUE LOS PROPIETARIOS DE AREAS APTAS PARA EL ECOTURISMO CONOSCAN DE PLANIFICACIÓN EN TURISMO?

SI  NO

**PORQUE** \_\_\_\_\_

14.- ¿EN QUE PARÁMETRO CREE USTED QUE SE ENCUENTRA EL ÁREA TURÍSTICA?

DESARROLLO

SUBDESARROLLO

Anexo 2: Entrevista formato.



## UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES EN TURISMO Y GENTE QUE SE ENCUENTRA RELACIONADA CON EL AREA DE MILAGRO Y SECTORES ALEDAÑOS**

**COOPERACIÓN:** Su ayuda es clave para nosotros. Le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

**OBJETIVO:** Recolectar información útil para determinar el grado de aceptación con respecto a la propuesta de creación de un inventario turístico para el mejoramiento del turismo del cantón Milagro.

**INSTRUCCIONES:** Por favor llene este formulario tan preciso como sea posible. No deje espacios en blanco.

**NOMBRE:**.....**EMPRESA:**.....  
.....

**TITULO**

**PROFESIONAL:**.....**CARGO:**.....

**PREGUNTAS:**

**1.- ¿Considera usted que el Turismo ayuda al desarrollo socio-económico del Cantón Milagro y sus alrededores?**

.....  
.....  
.....  
.....

.....  
.....  
.....

**2.- ¿Considera usted que los propietarios de los atractivos turísticos del Cantón y sus alrededores deberían invertir para mejorar sus negocios y poder potenciar el desarrollo socio-económico y turístico del mismo?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**3.- ¿Considera usted que el Cantón Milagro tiene el potencial turístico necesario para lograr el desarrollo socio-económico de sus habitantes?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**4.- ¿Cómo califica a los lugares turísticos (servicio, instalaciones, accesos, precios, etc.) y al turismo en general en el Cantón?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**5.- ¿Considera usted que la inexistencia de inventarios y planificaciones turísticas, inciden negativamente en el desarrollo socio-económico y turístico del Cantón y sus alrededores?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Anexo 3:** Instructivo.

## **I N S T R U C T I V O**

Llenar la solicitud a máquina o en computadora.

---

### **DATOS DEL AUTOR O AUTORES**

1. Indicar los nombres y más datos del autor o autores. Si hay más de tres autores, adjuntar los nombres en una hoja adicional.
  2. Si la obra a registrar es póstuma, deberá mencionárselo y en este caso el registro podrá hacerse a nombre del autor o autores o de los herederos reconocidos por la ley.
- 

### **DATOS DEL TITULAR DE LA OBRA**

1. Indicar el nombre de la persona natural o jurídica que aparezca indicado en la obra. En la obra colectiva, salvo pacto en contrario, es la persona natural o jurídica que haya organizado, coordinado y dirigido la obra.
- 

### **DATOS DE LA OBRA**

1. Indicar de manera exacta y completa el título identificativo de la obra a registrar.
  2. Mencionar la fecha en que por primera vez la obra ha sido accesible al público en forma masiva (fecha de publicación).
  3. Indicar si la obra es inédita o si ya a ha sido puesta al alcance del público en forma masiva (publicada).
  4. Observaciones generales: Indicar las principales características de la obra que contribuyan a identificarla. En caso de obras impresas mencionar el número de edición, las páginas de la obra y el número de ejemplares.
- 

### **DATOS DEL EDITOR**

Indicar el nombre de la persona natural o jurídica responsable de la edición de la obra.

---

### **DATOS DEL IMPRESOR**

Indicar el nombre de la persona natural o jurídica responsable de la impresión de la obra.

---

### **DATOS DEL SOLICITANTE**

1. Indicar el nombre y más datos de la persona que hace la solicitud, conjuntamente con la firma del Abogado Patrocinador, que es recomendable, pero no obligatoria.

2. Los datos correspondientes del representado si es el caso. De ser persona jurídica, deberá acompañarse además el documento que legitime su representación.

---

## **REQUISITOS ADICIONALES**

1. Para obras inéditas adjuntar un ejemplar de la obra; para obras editadas adjuntar dos ejemplares de la obra y en caso de los editores tres ejemplares para depósito legal.
2. Adjuntar el recibo de pago de la tasa correspondiente /original y copia.
3. Anexar la fotocopia legible, a blanco y negro de la cédula de ciudadanía del autor y/o autores.
4. El patrocinio del abogado es recomendado, pero no obligatorio.
5. Cuando la obra se va a publicar, adjuntar la certificación de la imprenta (debe contener: el título exacto del libro, el tiraje, fecha en la cual se entregarán los libros impresos al autor y/o titular y el número de páginas de la obra) y la copia de la portada del libro o la página donde conste el nombre del libro.
6. De contar la obra con más datos de los contenidos en el formulario, hágalos constar en una hoja adicional.

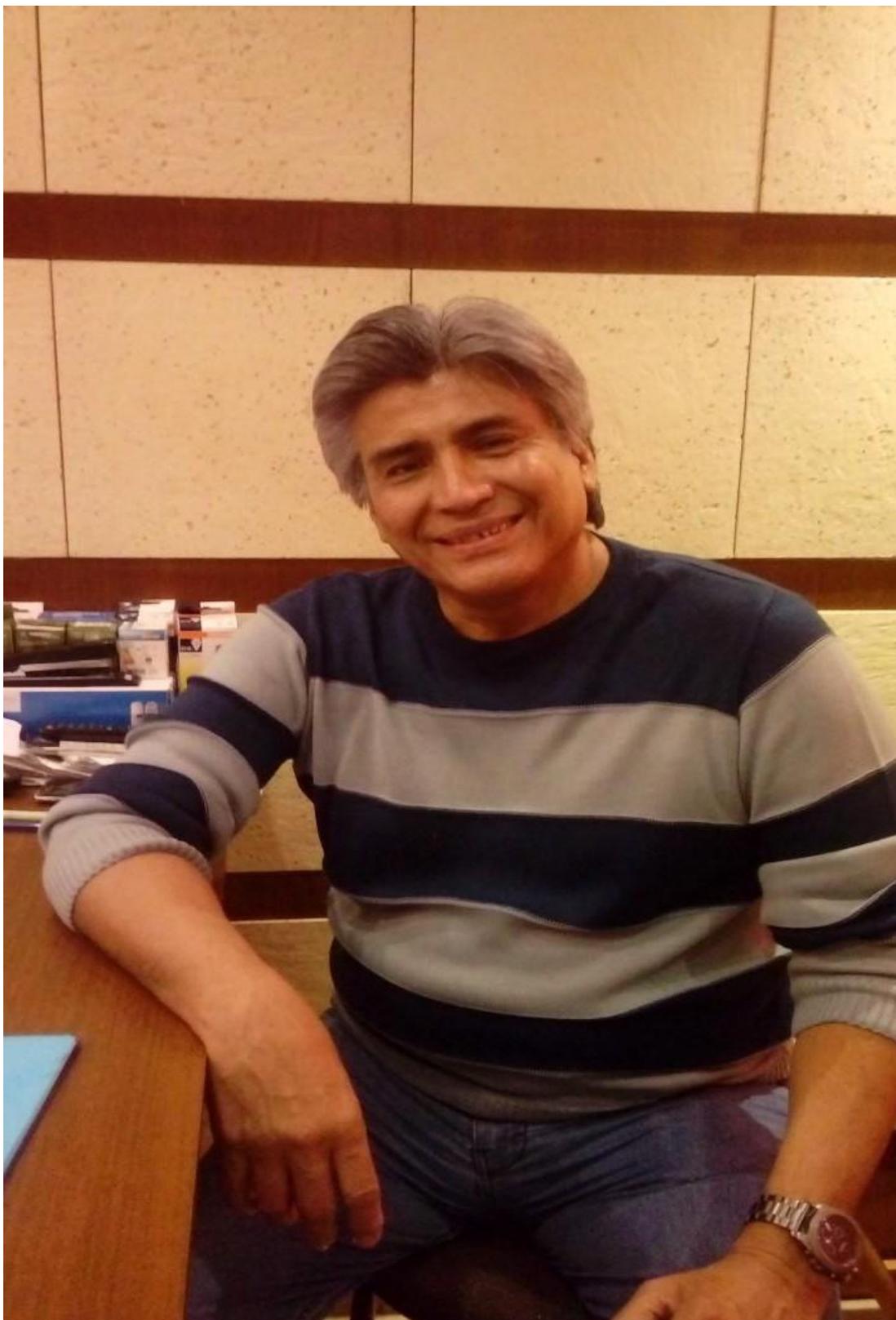
**NOTA:** *La atención al público es ininterrumpida de lunes a viernes. El valor de la tasa es de \$ 12 a ser Depositados en el Banco de Guayaquil. Cta.Cte. N° 6265391, a nombre del IEPI, a excepción de la Base de datos, que el valor de la tasa de es de \$20.*

**Pag. Web: [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec)**

**Anexo 4:** entrevista Lcda. Wendy Ríos. Jefa de turismo GAD Milagro.



**Anexo 5:** Entrevista Dr. Hugo Vargas gerente “Juan Vargas Tourist Coffe”



**Anexo 6: Encuesta.**



**Anexo7: Encuesta**



**Anexo 8: Encuesta.**



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ALMEIDA, Marcelo Vilela de "Matriz de evaluación del potencial turístico de localidades receptoras". Tesis de Doctorado. Universidade de São Paulo, 2006.
2. BOULLON, R. C. Planificación del espacio turístico. México D.F: Trillas, 1998.
3. GUNN, C.A. Tourism Planning. 2da. Edición. New York: Taylor and Francis, 1988.
4. HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto et al. Metodológica de la investigación. México D. F.: Trillas, 1991.
5. LENO CERRO, R. "Los recursos turísticos en un proceso de planificación: Inventario y evaluación". Papers de turisme. 1991. N°7.
6. LENO CERRO, F. Técnicas de evaluación del potencial turístico. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Dirección General de Política turística, 1993.
7. LÓPEZ OLIVARES, D. La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Castellón: Universidad Jaume I, 1998.
8. MINCETUR. Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Lima: Viceministerio de Turismo, 2006.
9. OEA. Metodología de inventario turístico en Quinto. Curso Interamericano de Planificación del Desarrollo Turístico. México D. F.: Organización de Estados Americanos, 1978.
10. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Evaluación de los recursos turísticos. Madrid: Organización Mundial de Turismo, 1978.
11. PEÑAFIEL Alfonsina, El turismo sustentable y su influencia en el ecoturismo del Ecuador, 2008
12. VELA Diego, Diseño de un producto turístico para la conservación y uso del patrimonio cultural del centro de turismo comunitario San Virgilio, cantón Arajuno, provincia de Pastaza, 2012

## REFERENCIAS EN LA WEB:

1. ECUADORENCIFRAS (2014): INEC: Población milagreña, 2010. Extraído el 12 de octubre del 2014 del sitio web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
2. EUMED (2011): Concepto histórico lógico extraído el 27 de junio de 2011 del sitio web: <http://www.eumed.net/libros/2010e/816/metodo%20logico%20historico.htm>
3. MONOGRAFÍAS,COM: Extraído el 12 de octubre del 2014 del sitio web: <http://www.monografias.com/trabajos105/elaboracion-del-inventario-turistico-como-herramienta-desarrollo-turistico/elaboracion-del-inventario-turistico-como-herramienta-desarrollo-turistico.shtml#ixzz4vrhrz9kz>
4. WIKIPEDIA (2014): Extraído el 12 de octubre del 2014 del sitio web: [https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_sostenible](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible)
5. WIKIPEDIA (2014): Extraído el 20 de Junio de 2011 del sitio web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Salud>
6. PREFECTURA DEL GUAYAS (2011): Extraído el 20 de junio de 2011 del sitio web: <http://www.guayas.gob.ec/demografia>
7. SLIDESHARE (2011): Métodos de observación, extraído el 27 de Julio de 2011 del sitio web: <http://www.slideshare.net/austinmi/metodo-de-observacion>
8. SCRIBD (2011): Extraído el 27 de junio de 2011 del sitio web: <http://es.scribd.com/doc/3275096/variables-y-operacionalizacion>