



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA  
COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADA EN ADMISTRACIÓN DE TURISMO**

AUTOR: MARYURE SUÁREZ SUÁREZ.

TUTOR: Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA  
COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

AUTOR: MARYURE SUÁREZ SUÁREZ.

TUTOR: Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**La Libertad, 22 de enero del 2015**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014, elaborado por Srta. MARYURE SUÁREZ SUÁREZ, egresada de la escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

---

**Ing. Jhony Yumisaca Tuquina, MSc.**

**TUTOR**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis, a mis Padres Jacinta y Marcelo Suárez, los mismos que infundieron sabios principios con su ejemplo de vida, y quienes me brindaron su apoyo incondicional en cada año de estudio.

A los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, que compartieron sus conocimientos y contribuyeron a cristalizar mi anhelo en forjar un mejor futuro en mis instrucciones académica.

Maryure

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento a Dios por darme la oportunidad de cumplir con una de mis mejores metas.

A mis padres, hermanos y a quienes me ayudaron económicamente en mis gastos del tercer año de estudio.

A mis compañeros porque siempre fuimos unidos en las buenas y en las malas forjando así un gran lazo de amistad.

A los docentes que estuvieron presentes en las aulas de clases para compartir sus cultos saberes.

Maryure

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
DECANA DE LA FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

---

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.  
DIRECTOR DE CARRERA  
DE HOTELERÍA Y TURISMO

---

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.  
PROFESOR-TUTOR

---

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, Msc.  
PROFESOR DE ÁREA

---

Ab. Joe Espinoza Ayala  
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS****ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO****CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO****“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA COMUNA  
CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA  
ELENA, AÑO 2015”**

Autor: Maryure Suárez Suárez

Tutor: Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.

**RESUMEN**

El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Comuna Curía, en la Parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena tiene como objetivo promover el desarrollo del turismo en la comuna Curía a través del diseño de un plan con programas estratégicos planificados, basado en los principios de sostenibilidad permitiendo la eficiencia en la demanda turística durante todo el año. Para ello fue necesario realizar una investigación de campo, sustentada bibliográficamente por autores reconocidos en el tema. Es así que el presente documento se encuentra dividido en cuatro capítulos que recoge el desarrollo del estudio, en el capítulo I se presentan los antecedentes del tema tomados de la aplicación de este tipo de investigación en otras comunidades, la conceptualización de las variables y el marco legal que respalda la investigación destacándose la Constitución del República, la Ley y el Reglamento de Turismo, alineados al Plan de tur 2020 y al Plan del Buen Vivir; en el capítulo II se muestra la metodología utilizada: la determinación de la muestra y la selección de técnicas como la encuesta y entrevista para la recolección de datos, la misma que se procesa en el capítulo III, en donde se presentan por medio de cuadros y gráficos estadísticos la información obtenida, a la vez que se elabora la propuesta que contempla cinco programas y proyectos componentes y actividades con su debida planificación y alcances presupuestarios de inversión anual, siendo estas: mejorar la calidad del servicio turístico, mejorar el equipamiento turístico, desarrollo de mejoras a la oferta turística, mejoramiento del recurso humano y el marketing del destino, en donde se definen acciones con los actores públicos, privados, comunitarios y educativos que se encuentren involucrados en la oferta turística responsable, siendo una alternativa sustentable para el desarrollo socio económico, cultural y ambiental, diversificando las actividades productivas, logrando así elevar la calidad de vida de sus habitantes.

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
TRIBUNAL DE GRADO.....	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1
MARCO CONTEXTUAL .....	3
TEMA. ....	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. ....	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO.....	5
SISTEMATIZACIÓN (PROBLEMAS DERIVADOS).....	5
EVALUACIÓN DEL PROBLEMA. ....	5
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
SISTEMA DE OBJETIVOS .....	7
OBJETIVO GENERAL.....	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
HIPÓTESIS.....	7
OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	8



OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....	9
CAPÍTULO 1 .....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA. ....	10
1.2. LA PLANIFICACIÓN.....	12
1.2.1. Definición.....	12
1.2.2. Estrategia de planificación .....	12
1.2.3. Planificación estratégica.....	13
1.2.4. Características de la planificación estratégica.....	14
1.2.5. Fases de la planificación estratégica .....	15
1.2.6. Modelos de la planificación estratégica .....	16
1.2.7. Ventajas de la planeación estratégica.....	20
1.2.8. Desarrollo sostenible .....	20
1.2.9. Turismo sostenible .....	21
1.2.10. Principales características del turismo sostenible. ....	21
1.3. DEMANDA TURÍSTICA. ....	22
1.3.1. Dependencias de la demanda turística .....	22
1.3.2. Criterios básicos de elección.....	23
1.3.3. Factores de la demanda turística. ....	24
1.4. MARCO LEGAL. ....	26
CAPÍTULO 2.....	30
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	30
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	30
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	31
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	31

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	34
2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	36
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	36
2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	38
CAPÍTULO 3 .....	39
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	39
3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LOS DIRIGENTES DE LA COMUNA CURÍA, Y LÍDERES DEL COMITÉ DE TURISMO.....	39
3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	42
3.2.1. Análisis de resultados de la encuesta a turistas.....	42
3.2.2. Análisis de encuestas a jefes de familias de la comuna Curía .....	54
3.3. CONCLUSIONES .....	65
3.4. RECOMENDACIONES.....	66
CAPÍTULO 4.....	67
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.....	67
4.1. PRESENTACIÓN.....	67
4.2. JUSTIFICACIÓN .....	68
4.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO.....	70
4.3.1. Análisis de oferta turística.....	71
4.3.1.1. Servidores Turísticos (Estructura Turística) .....	72
4.3.1.1.1. Servicio de hospedaje.....	72
4.3.1.1.2. Sector de alimentos y bebidas .....	74

4.3.1.2. Superestructura turística.....	75
4.3.1.3. Infraestructura .....	76
4.3.1.4. Atractivos turísticos .....	76
4.3.1.4. 1. Inventario de atractivos turísticos .....	76
4.3.2. Análisis de demanda turística .....	88
4.3.2.1. Características de la demanda .....	89
4.3.2.2. Perfil del turista en el destino.....	89
4.3.3. Análisis FODA.....	90
4.3.3.1. Fortaleza.....	91
4.3.3.2 Debilidades.....	92
4.3.3.3. Oportunidades .....	92
4.3.3.4 Amenazas .....	93
4.3.4. Análisis del ambiente externo .....	94
4.3.4.1 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	94
4.3.5. Análisis del ambiente interno.....	95
4.3.5.1 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI) .....	95
4.3.6 PEST (POLÍTICO, ECONÓMICO, SOCIO-CULTURAL Y TÉCNOLÓGICO).....	96
4.3.6.1. Aspecto político .....	97
4.3.6.2. Aspecto socio-cultural.....	98
4.3.6.3. Aspecto económico. ....	98
4.3.6.4. Aspecto tecnológico .....	99
4.4. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....	99
4.5. DEFINICIÓN DEL MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO .....	101
4.5.1. Misión .....	103

4.5.2. Visión .....	103
4.5.3. Políticas rectoras .....	103
4.5.4. Sistemas de objetivos .....	104
4.5.4.1. Objetivo general .....	104
4.5.4.2. Objetivos específicos .....	104
4.5.5. Formulación del plan de desarrollo turístico.....	105
4.5.5.1. Cuadro de estrategias .....	105
4.5.5.2. Plan de acción (programas de mejoras, cronogramas y presupuestos) ..	106
4.5.5.2.1. Mejora del ambiente paisajístico.....	106
4.5.5.2.2. Mejorar la infraestructura turística.....	115
4.5.5.2.3. Mejoramiento de Recursos Humanos .....	125
4.5.5.2.4. Marketing Turístico.....	130
4.6. Presupuesto general.....	139
CONCLUSIONES .....	140
RECOMENDACIONES .....	141
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	142
ANEXOS .....	148

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Muestra para Turistas.....	38
CUADRO 2: Servidores Turísticos.....	71
CUADRO 3: Inventario General de Alojamiento.....	72
CUADRO 4: Inventario de Tipos de Alojamiento.....	72
CUADRO 5: Establecimientos de Alimentos.....	73
CUADRO 6: Establecimientos de Bebidas.....	73
CUADRO 7: Inventario de Establecimientos de Alimentos y Bebidas.....	74
CUADRO 8: Inventario y Jerarquización de Atractivos Turísticos .....	76
CUADRO 9: Matriz FODA .....	89
CUADRO 10: Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) .....	93
CUADRO 11: Matriz Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI).....	94
CUADRO 12: Matriz PEST.....	95
CUADRO 13: Matriz de Direccionamiento Estratégico.....	96
CUADRO 14: Estrategias.....	104
CUADRO 15: Mejora del Ambiente Paisajístico. ....	105
CUADRO 16: Cronograma de Mejorar la Calidad del Servicio Turístico. ....	113
CUADRO 17: Mejoras de Infraestructura Turística.....	114
CUADRO 18: Matriz de Convenios con Instituciones Públicas y Privadas.....	122
CUADRO 19: Cronograma Mejora del Infraestructura Turística.....	123
CUADRO 20: Mejoramiento de Recursos Humanos .....	124
CUADRO 21: Recursos Humanos.....	128
CUADRO 22: Marketing Turístico.....	129
CUADRO 23: Cronograma y Presupuesto del Marketing Turístico .....	137
CUADRO 24: Presupuesto General.....	138

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Género de Turistas Encuestados.....	41
TABLA 2: Edad Turistas Encuestados.....	42
TABLA 3: Número de Pernoctaciones.....	43
TABLA 4: Motivo de Visita.....	44
TABLA 5: Forma de Conocimiento del Destino.....	45
TABLA 6: Tipo de Alojamiento.....	46
TABLA 7: Calificación del Servicio de Hospedaje.....	47
TABLA 8: Responsabilidad de los Turistas.....	48
TABLA 9: Identificación de un Atractivos.....	49
TABLA 10: Calidad de Servicio Gastronómico.....	50
TABLA 11: Tipos de Servicios a Implementarse.....	51
TABLA 12: Gasto Diario de Turistas .....	52
TABLA 13: Género de los Jefes Encuestados.....	53
TABLA 14: Edad de los Jefes de Familia.....	54
TABLA 15: Nivel de Estudio.....	55
TABLA 16: Gestión del Cabildo.....	56
TABLA 17: Economía de la Comunidad.....	57
TABLA 18: Desarrollo de Turismo Sostenible.....	58
TABLA 19: Importancia de la planificación.....	59
TABLA 20: Idefinición de Atractivos .....	60
TABLA 21: Atractivos turísticos.....	61
TABLA 22: Calidad del servicio.....	62
TABLA 23: Perspectiva Frente a la Elaboración del Plan de Desarrollo .....	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Plan Turístico Convencional.....	16
GRAFICO 2: Plan Ambiental Turístico.....	17
GRÁFICO 3: Plan Estratégico Turístico.....	18
GRAFICO 4: Sexo de los visitantes.....	41
GRÁFICO 5: Edad.....	42
GRÁFICO 6: Pernoctaciones.....	43
GRÁFICO 7: Motivación.....	44
GRÁFICO 8: Medio de información.....	45
GRÁFICO 9: Alojamiento.....	46
GRÁFICO 10: Servicio de Hospedaje.....	47
GRÁFICO 11: Colaboración de visitante.....	48
GRÁFICO 12: Atractivos.....	49
GRÁFICO 13: Servicio Gastronómico.....	50
GRÁFICO 14: Ampliacionde la Gastronomía.....	51
GRÁFICO 15: Consumo.....	52
GRÁFICO 16: Sexo.....	53
GRÁFICO 17: Estado.....	54
GRÁFICO 18: Instrucción.....	55
GRÁFICO 19: Responsabilidades Dirigente.....	56
GRÁFICO 20: Economía.....	57
GRÁFICO 21: Inportancia para Desarrollar Turismo.....	58
GRÁFICO 22: Planificación.....	59
GRÁFICO 23: Conocimiento.....	60
GRÁFICO 24: Oferta.....	61
GRÁFICO 25: Evaluacion del Servicio.....	62
GRÁFICO 26: Apresiación del Proyecto de Tesis.....	63
GRÁFICO 27: Modelo del Plan de Desarrollo Turistico.....	101
GRÁFICO 28: Parte Frontal del Centro de Reciclaje “Curía”.....	107
GRÁFICO 29: Distribución del Espacio de Centro de Reciclaje.....	107
GRÁFICO 30: Distribución de las oficinas del Centro de Reciclaje “Curía” ....	108
GRÁFICO 31: Procesos para el Manejo de Desechos Sólidos.....	108
GRÁFICO 32: Estaciones de Reciclaje.....	109
GRÁFICO 33: Hoja Volante: Invitación para Reciclar.....	112
GRÁFICO 34: Distribución de la Oficina de Turismo.....	116
GRÁFICO 35: Espacio para el Esparcimiento y el Intercambio Cultural.....	116
GRÁFICO 36: Modelo de Estructura Orgánica Funcional de los establecimientos de Alimentos y Bebidas.....	120
GRÁFICO 37: Modelo de carta “parte 1 y 4.....	121

## INTRODUCCIÓN

La actividad turística en el mundo ha ido evolucionando considerablemente en muchos países y Ecuador no es la excepción, las acciones turísticas se han ido encaminando hacia el desarrollo de los pueblos, uno de los destinos con mayor relevancia es la provincia de Santa Elena y en especial la zona costera donde se fomentan sus actividades de manera que sea capaz de recibir a miles de turistas.

En el ámbito de planificación turística se diseñó un plan estratégico de turismo, con la finalidad de mejorar las actividades turísticas dentro de la comunidad de Curía, la misma que se encuentra ubicada a 65 km de la capital de la Provincia, y a 10 minutos de la Cabecera Parroquial de Manglaralto, ampliando fuertemente su demanda y potencializando los recursos que posee para ser difundido a nivel local nacional e internacional.

Este trabajo de tesis cuenta con 4 capítulos donde constan los pasos a seguir para la elaboración del plan de desarrollo de turismo para la comunidad de Curía, además del marco contextual donde se plantea el problema de investigación en todos sus aspectos, destacando el potencial turístico que posee el destino y el poco aprovechamiento de los recursos disponibles por parte de los moradores debido a la falta de conocimiento de cómo diseñar una planificación a fin de mejorar la afluencia turística del destino.

En el capítulo I se incluye el marco teórico donde se realiza un antecedente del tema, se conceptualiza cada uno de los conceptos que se aplicaron y utilizaron para un fácil entendimiento del lector, temas como plan de desarrollo, actividades turísticas, citada por diversos autores expertos en el tema divididas en dos variables dependiente (demanda turística) e independiente (planificación turística), además del marco legal, donde se fundamenta el proyecto en las leyes nacionales vigentes como la Constitución del Ecuador 2008, la Ley de Turismo y el Plan del Buen Vivir.



En el capítulo II se constata la metodología aplicada en la investigación, estableciendo el tipo y diseño de la investigación, empleándose las modalidades del estudio, la investigación documental y la de campo, partiendo de la experiencia de varios autores, además de la determinación de la población y muestra para el respectivo levantamiento de información.

En el capítulo III se desarrolla el análisis de resultados, tanto de las encuestas realizadas a diferentes grupos de personas como son los turistas y moradores, quienes brindaron su información para la búsqueda de soluciones, así como la entrevista aplicada al cabildo comunal, determinando las diferentes problemáticas que gracias a las encuestas se pudieron identificar.

En el capítulo IV se incluye el plan de desarrollo turístico para la Comunidad Curía, en donde se plantea la justificación del plan, se realiza un diagnóstico situacional a través de un FODA, de donde se parte para la aplicación de las herramientas MEFI y MEFE, que le dan al destino un alto potencial turístico basado en la determinación de los aspectos como el inventario y jerarquización de los atractivos, de los establecimientos de hospedaje, así como de alimentos y bebidas. Posteriormente se incluyen los organismos integradores como la misión, visión, objetivos, políticas, y la presentación del plan en sí, en donde se encuentran las distintas estrategias con cada una de las actividades a realizarse con su respectivo cronograma y presupuesto.

Finalmente se encuentran las conclusiones, siendo este documento un referente para el inicio de los cambios a nivel turístico de la comunidad aplicando estrategias de desarrollo involucrando de manera directa e indirecta a sus pobladores orientándoles a la mejora en la prestación de servicios y la mejora de su calidad de vida, sobre todo cubrir las necesidades prioritarias que tiene cada uno de los turistas que nos visitan y que buscan un turismo de calidad y calidez, descubriendo actividades y otras formas de conocer la localidad, donde encontrarán guías nativos de la localidad, prestos a brindarles hospitalidad familiarización, emoción y sobre todo información importante del destino.

## **MARCO CONTEXTUAL**

### **TEMA.**

Influencia de la planificación de Curía en la demanda turística y el desarrollo de la comunidad.

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

La comuna Curía se encuentra ubicada en la ruta del Spondylus al norte de la parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena a 3 kilómetros de Montañita sus límites son los siguientes:

Al norte con la Comuna San José.

Al sur con la Comuna Olón.

Al este con las comunas San José y Comuna Olón.

Al oeste el océano Pacífico.

La misma que cuenta con estructura de hospedaje pero carece de conocimientos para desarrollar el turismo adecuadamente planteándose la siguiente interrogante ¿Cómo incidirá la limitada planificación de la comunidad de Curía en la deficiente demanda turística en temporada baja?

Tanto los servidores turísticos como los habitantes de este sector desconocen sobre planificación turística, por lo que es inevitable mantener al turista en los meses de junio a octubre. Este balneario posee atractivos turísticos que no son considerados como tales, los mismos que no están clasificados según su correspondencia de categorización y jerarquización, en los pocos establecimientos

de alimentos y hospedaje sus propietarios también carecen de conocimientos respecto al servicio y atención al cliente. Así mismo se ha reflejado, el poco interés por parte de las cabildos comunales de promocionar esta comuna con su potencial turístico, siendo la cámara de turismo de Santa Elena que sostiene que este balneario está considerado como punto de sol y playa, estos inconvenientes, como la poca promoción del balneario, el desconocimiento, y no considerar la planificación como una herramienta han aportado directamente para que los turistas, pierdan el interés de visitar este sitio en temporada baja, y que solo acudan a las playas de esta comuna en temporada alta.

En lo que se refiere a la economía de la Comuna, hasta los años 90 era la agricultura su mayor sustento, pero los cambios climáticos y la escasez de agua terminaron con la producción, sin embargo aún quedan pocas esperanzas de los comuneros para volver a producir el suelo con productos cítricos. En su totalidad las familias no generan los rendimientos, ni en consecuencia los ingresos suficientes que permitan el acceso permanente y sostenible a bien del servicio como la salud, educación, vivienda, entre otros. Siendo sus principales fuentes de ingresos el empleo en empresas privadas dentro de las que se destacan las ubicadas en la comunidad de Montañita, también se dedican a la albañilería, la elaboración de artesanías y en temporadas altas a la prestación de servicios turísticos.

Los difíciles accesos a los préstamos y personal no capacitado desarrollando turismo, son factores que influyen directamente en la deficiente demanda turística, siendo el levantamiento de la información una alternativa para mejorar la demanda turística en temporada baja, y con la planificación se busca pulir los conocimientos de las aproximadamente 20 personas que realizan la actividad.

Respecto a la demanda turística que se ha presentado en el mercado, este fenómeno da la probabilidad de que el destino crezca turísticamente y que genere un rendimiento económico a la comunidad, a través de un buen manejo

proyectando su propio desarrollo. En cuanto a la oferta complementaria se considera a la gastronomía como pilar fundamental.

### **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO**

¿Cómo incide la limitada planificación de la comunidad de Curía en la escasa demanda turística hacia este destino en las diferentes temporadas?

### **SISTEMATIZACIÓN (PROBLEMAS DERIVADOS)**

- Desorganización de los comuneros.
- Escasez de un modelo a seguir.
- Escasez de un plan Estratégico.
- Deficiente afluencia turística en temporada baja.
- Poco interés de inversión para la gastronomía
- Desconocimientos de los atractivos turísticos por los moradores del sector.
- Poca difusión y promoción turística de nuevos atractivos.

### **EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.**

Este documento está basado en las políticas del estado y el PLANDETUR 2020, que se está aplicando para desarrollar el turismo en el Ecuador. La insuficiente demanda turística, que se percibe en los meses de temporada baja, se da por causa que los turistas no conocen una oferta complementaria que pueda ofrecer este destino, el esquema de la economía en la comuna Curía, no generan los rendimientos, ni en consecuencia los ingresos suficientes

Para el objetivo trazado del Plan 2020, se contempla que todos los pueblos deben enmarcarse en las normativas contempladas en la planificación, presentándose proyectándose como la solución a los problemas que afectan a la comunidad en el ámbito turístico, así lo menciona el Ministerio de Turismo (2010).

## **JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.**

Al ser la planificación estratégica lo que indica las acciones a tomar en el proceso de cumplir objetivos en una organización o empresa, es de vital importancia el desarrollo de un plan de turismo para la Comuna Curía que le permita fortalecer la actividad a través de su ejecución, tal como lo dice Fernandez (2010):

**“La planificación estratégica indica las acciones a emprender para conseguir los fines teniendo en cuenta las posiciones competitivas relativas y las previsiones e hipótesis sobre el futuro. Para erradicar la deficiente demanda turística es importante la planificación en conjunto con las herramienta necesarias que permitan a los líderes de la comunidad tomar decisiones contundentes implementando estrategias y técnicas, para mejorar la competitividad del balneario turístico.”**

Esto dará origen a trabajar de forma segura en las proyecciones turísticas, porque se puede lograr satisfactoriamente el desarrollo turístico, poniendo a disposición, las actividades que se puedan realizar dentro del destino y organizando la actualización de conocimientos, en los servidores turístico, reconociendo los diferentes atractivos turísticos y otros servicios complementarios que se puedan implementar como también recocer los atractivos naturales, que no han sido aprovechados hasta la actualidad, si se toman como alternativas las estrategias se obtendrá una demanda turística satisfecha y merca dística.

También es una forma de fortalecer las plazas de trabajo en esta comunidad con el afán de que los moradores se dediquen a realizar actividades turísticas dentro de la comunidad evadiendo la migración a las grandes ciudades en busca de trabajo, y días mejores para su familia. Solo la planificación, y la organización conllevarán al destino a ser competitivos, y mantener la demanda turística durante el año no solo en temporada baja. Considerando a la actividad turística como garantía de la productividad, en el aspecto socioeconómico y mejorando así la calidad de los habitantes de esta localidad, promoviendo al desarrollo de actividades turísticas que le involucren de lleno a esta forma de vida sostenible.

La población del destino turístico debe poseer un sistema bien organizado con servicios básicos, mano de obra calificada, súper estructuras e infraestructuras todas están bajo interacción de oferta y demanda turística. Mejorando así la calidad de vida los habitantes de la comunidad y promoviendo un turismo sustentable con el pasar de los tiempos cada vez mejorado.

## **SISTEMA DE OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL.**

Determinar la influencia de la planificación en la comunidad, en la demanda turística en temporada baja, mediante un estudio que involucre a todos sus actores para la elaboración de un plan de desarrollo turístico sostenible.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Determinar el interés de la participación local en la toma de decisiones en un destino turístico.
- Identificar las estrategias turísticas que se puedan aplicar en este balneario.
- Diagnosticar los componentes de la demanda turística mediante fuentes de información.
- Determinar mediante investigación bibliográfica las estrategias para lograr el mejoramiento de la demanda turística.
- Elaborar un plan de desarrollo turístico para la comuna.

### **HIPÓTESIS.**

La planificación interactiva y consensuada mejorará la deficiente demanda turística fortaleciendo el crecimiento del destino turístico de la comuna Curía.

## OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

<b>Variable independiente: planificación</b>				
<b>Definición</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnicas</b>
<p><b>La planificación.-</b></p> <p>Está ligada a un plan a largo plazo y orientaciones que debe seguir los líderes de las comunas de esta forma se puede orientar y prever en cada momento las diversas alternativas y seleccionar e implementar aquellas que mejor permitan cubrir la misión y los objetivos definidos planteados.</p> <p>(Marketing Turístico, Hotelería y Turismo), 2008 y (Luis, 2009)</p>	<p>Procesos</p> <p>Análisis interno.</p> <p>Análisis externo.</p> <p>Elaboración de planeación.</p> <p>Estrategias.</p> <p>Plan</p> <p>Operativo.</p> <p>Programas.</p>	<p>Intervención de actores.</p> <p>Evaluación del aspecto situacional.</p> <p>Las políticas objetivos.</p> <p>Tipos y cantidad de estrategias.</p> <p>Estructura.</p> <p>Cantidad de programas</p>	<p>¿Cuál es el proceso para determinar objetivos y acciones turísticas?</p> <p>¿Bajo qué fundamentos o elementos se toman decisiones para el área turística?</p> <p>¿La comunidad ha efectuado un diagnóstico situacional para determinar su estado actual?</p> <p>¿Cuenta la comuna con una visión u una misión determinada?</p> <p>¿Conoce la comunidad qué estrategias ayudarían a la competitividad turística?</p>	<p>Encuestas y entrevistas a los dirigentes y jefe de familia.</p> <p>Entrevista a los dirigentes de la comuna.</p> <p>Entrevista con los dirigentes de la comuna, información documental.</p> <p>Encuesta a los comuneros análisis documenta.</p> <p>Encuesta a los comuneros, análisis documental.</p> <p>Conceptualización</p>

**Fuente:** Comuna Curía  
**Elaborado por:** Suárez M, 2013

## OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

<b>Variable dependiente: Demanda Turística</b>				
<b>Definición</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Técnicas</b>
<p><b>Demanda Turística.-</b> Está netamente ligada al conjunto de personas que se desplazan, motivados por diferentes intereses como el descanso, y la cultura y a la vez consumen servicios o productos turísticos.</p>	<p>Segmentación de Mercado turístico.</p> <p>Ventaja competitiva</p> <p>Productos</p> <p>Servicios.</p>	<p>Técnica.</p> <p>Análisis interno.</p> <p>Paquetes turísticos.</p> <p>Atención, promoción.</p>	<p>¿Qué se debe realizar para mantener la demanda turística?</p> <p>¿La comuna dispone de estudios con base turística para emprendimientos y proyectos?</p> <p>¿Cuenta la comunidad con productos turísticos reconocidos?</p> <p>¿Los servicios ofertados en la comuna satisfacen la necesidad de los visitantes?</p> <p>¿Se encuentra capacitada la comunidad para prestar servicio y promocionar el destino?</p>	<p>Encuesta a turistas y comuneros.</p> <p>Entrevista con los dirigentes de la comuna</p> <p>Encuesta a los comuneros, análisis documental</p> <p>Entrevista al cabildo.</p> <p>Encuesta a los comuneros.</p>

**Fuente:** Comuna Curía  
**Elaborado por:** Suárez M, 2013



## **CAPÍTULO 1**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.**

Los planes son de vital importancia para los países, ciudades y pueblos; con la aplicación de planes se han logrado desarrollar las naciones de gran importancia en el adelanto socioeconómico.

Los administradores de los países de América del Norte se interesaron en buscar mejoras para sus pueblos, fueron los primeros en aplicar varios tipos de planes en todos los sectores para cada estado, los mismos que han obtenido como resultados un gran desarrollo económico, a nivel mundial. Sin embargo una de sus mayores debilidades ha sido el poco compromiso con el ambiente, en algunos casos se ha irrespetado de tal manera que se han talado bosques enteros aquí y en otros países. Por tal razón es necesario que los planes cumplan con todas las expectativas planteadas que permitan un nivel económico ascendente, pero proporcionalmente responsable con la sociedad y el ambiente, a fin de que el desarrollo de las diversas actividades sea óptima en la actualidad y en el correcto disfrute de las generaciones futuras.

En cuanto a Sudamérica se refiere, la planificación ha sido uno de los pilares fundamentales para tratar de encaminar los países hacia un desarrollo sustentable que vaya encaminada al respeto hacia la comunidad y hacia el ambiente que la rodea. Aún faltan muchos aspectos por cubrir pero el tener la iniciativa de la elaboración y ejecución de proyectos son los principales efectos del cambio de una cultura de los pueblos que la realizan, como parte de su desarrollo turístico en su sector y para mejorar la demanda en la calidad de vida de sus habitantes

En el Ecuador se han proyectado cambios orientados al fortalecimiento de la planificación de los diferentes pilares del Estado, creándose la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador (SENPLADES), organismo encargado de administrar y coordinar el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa como un medio de desarrollo integral del país a nivel sectorial y territorial, estableciendo objetivos y políticas estratégicas, sustentadas en procesos de información, investigación, capacitación, seguimiento y evaluación; orientando la inversión pública; que contribuya a una gestión pública transparente y eficiente.

A esto se suma la permanente auditoría, el establecimiento de concursos para los puestos públicos, el control sobre la educación, la evaluación y los proyectos creados por las universidades a fin de colaborar con el desarrollo de la región en la que se encuentre, siendo en estas pruebas en que el país se organiza para caminar hacia una dirección que cubra sus necesidades.

En cuanto a los planes de desarrollo turístico, estos son tomados para dar solución a los problemas en las zonas rurales que no han logrado su propio progreso, y se puede apuntar a un camino menos complicado. Los planes presentan las técnicas precisas para realizar su aplicación, cuentan con políticas claras, programas a desarrollarse, estrategias y llevan un orden que de acuerdo a la planificación es organizado.

En Santa Elena se destaca el trabajo realizado por los docentes y estudiantes universitarios, que son los encargados de dirigir grandes cambios en los pueblos que aún viven en el tercer mundo de la cultura y que han sido sometidos por varias generaciones, es parte fundamental considerar a las comunas municipales pequeñas organizadas, las cuales también deben proyectarse, visionar, trazarse objetivos, hacer planificaciones, educarse, en todos los ámbitos, con el cual generan un gran cambio, en cada una de las, demostrando así, a los que los visitan, el interés de salir adelante trabajando con microempresa a través de proyectos comunitarios estos son procesos que garantizarán las probabilidades de mejorar la calidad de vida.

## 1.2. LA PLANIFICACIÓN

### 1.2.1. Definición

Esta variable se contempla dentro de un cuadro importante por lo que se puede decir que el verdadero problema de que los sitios rurales no se hayan desarrollado es porque aún no han considerado la planificación como un mecanismo de organización para cumplir sus metas.

Según (Carreto J, 2008), apoyan que la previsión es la base de la planeación, consideran la planeación como: “una función administrativa que consiste en seleccionar entre diversas alternativas los objetivos, las políticas, los procedimientos y los programas de una empresa”.

Algunos autores coinciden en que la planificación es un proceso para establecer metas y determinar los medios que la organización empleará para alcanzar las metas y objetivos, menciona que la planificación es:

**“Decidir anticipadamente qué hacer, cuándo, cómo, quién, porqué, si bien es imposible conocer el futuro, no planear implicaría dejar las diversas situaciones sometidas al azar, a la casualidad y esta lógicamente no es la mejor manera de manejar una empresa”.**

### 1.2.2. Estrategia de planificación

Según (Marketing Turístico (Hotelería Y Turismo), 2008) una estrategia es un:

**“producto de un acto creativo, innovador, lógico y aplicable que genera tanto una asignación de recursos, como de decisiones tácticas destinadas a hacer que la empresa alcance una posición competitiva y a mejorar una eficacia en la gestión”**

Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, proviene del griego:

Στρατηγικης (Stratos) = Ejército y

Αγειν (Agein) = conductor, guía.

**La palabra estrategia significa literalmente “guía de los ejércitos” (Carreto J, 2008) es decir el proceso que se desarrolla para el cumplimiento de un objetivo o las metas que se plantea una persona, una organización o empresa.**

El planteamiento de las estrategias es de mucha importancia pues de esto depende el resultado que se obtenga de su aplicación, es decir podría ser un efecto positivo o lo contrario de este.

### **1.2.3. Planificación estratégica**

La planificación estratégica es la correcta aplicación de estrategias que permitan la ejecución de actividades que buscan cumplir objetivos comunes que se plantean en la elaboración de documentos realizados por organizaciones o empresas. La Planificación estratégica según (Services, 2009), es una:

**“Herramienta Versátil, que permite a los líderes de cualquier organización dirigir sus esfuerzos hacia la ubicación de la entidad respecto a una visión de futuro, es decir se trata de una técnica que permite anticiparse racionalmente a los hechos en función de su naturaleza organizacional”.**

Por lo tanto es considerada como un instrumento que consiste en plantear metas y objetivos organizacionales, permitiendo la participación de todos los involucrados en los diferentes procesos a fin de encaminarse juntos hacia una sola dirección.

La planificación estratégica es importante según Salazar F, (2004) debido a que:

- Propicia el desarrollo de la empresa y reduce al máximo los riesgos

- Maximiza el aprovechamiento de los recursos.
- Da la estabilidad como organización para que se cumpla la misión por la cual fue creada la empresa.
- Proporciona dirección a la empresa.
- Reduce la incertidumbre y define estrategias y ventajas
- Minimiza el desperdicio y la redundancia y reduce el impacto del cambio.

#### **1.2.4. Características de la planificación estratégica**

**Según (Salazar F, 2004) las características de la planificación está “marcada en los principios de la planificación estratégica situacional, la planificación estratégica publica las siguientes características”**

Es muy importante considerar los ítems que a continuación mencionan una buena planificación:

- Planifica diferentes actores.
- Considera la dimensión política.
- Analiza la diferencia de los variados recursos escasos, además del económico.
- Tiene como elemento fundamental el problema.
- Aborda el concepto del momento y no de etapa.
- Apalanca el gobierno por productos resultados e impactos.

En las características de la planificación se tiene que considerar los factores económicos monetarios para la inversión de la empresa proyectándose a la recuperación de la cartera, a la vez que se debe considerar a la estabilidad del país en sus políticas. Dentro de esta característica se considera el cálculo tecno-político que no es nada más que las circunstancias en las cuales se desarrolla esta consideración ineludible, la participación del líder. Se trabaja dentro de un margen amplio que sostenga las contraposiciones dentro de un plan y se considera como

un proceso fundamental para los actores frente a los problemas operaciones acciones y proyectos

Según (Fernandez A., 2010) el porqué y el para qué de la Planificación Estratégica **“Por un lado estrategias son las acciones estudiadas para alcanzar unos fines teniendo en cuenta la posición competitiva de la organización y la hipótesis y escenario sobre la evolución futura.”**

No puede haber planificación en las que no se consideren estrategias, las posibilidades de llevar una alternativa dentro de las fases de la organización serán las que lleven a cumplir la misión sin dejar de considerar la hipótesis. Por lo que a continuación se menciona que existen varios tipos de planificación como:

- Planificación integral.
- Planificación física.
- Planificación sectorial.
- Plan estratégico del desarrollo sostenible. Ídem.

### **1.2.5. Fases de la planificación estratégica**

**La** planificación estratégica según (Carreto J, 2008) tiene 3 etapas que son:

- 1 Formulación de la estrategia; usando la identificación de las oportunidades y amenazas del entorno y el análisis de los puntos fuertes y débiles en la empresa y de las creencias y valores de los directivos.
- 2 Implementación de la estrategia; que comprende la estructura organizativa, los sistemas de gestión, la ejecución del plan y la obtención de resultados.
- 3 Evaluación de las estrategias; es importante analizar si las estrategias que se han planteado han sido llevadas a cabo en forma correcta y si están brindando resultados.

### **1.2.6. Modelos de la planificación estratégica**

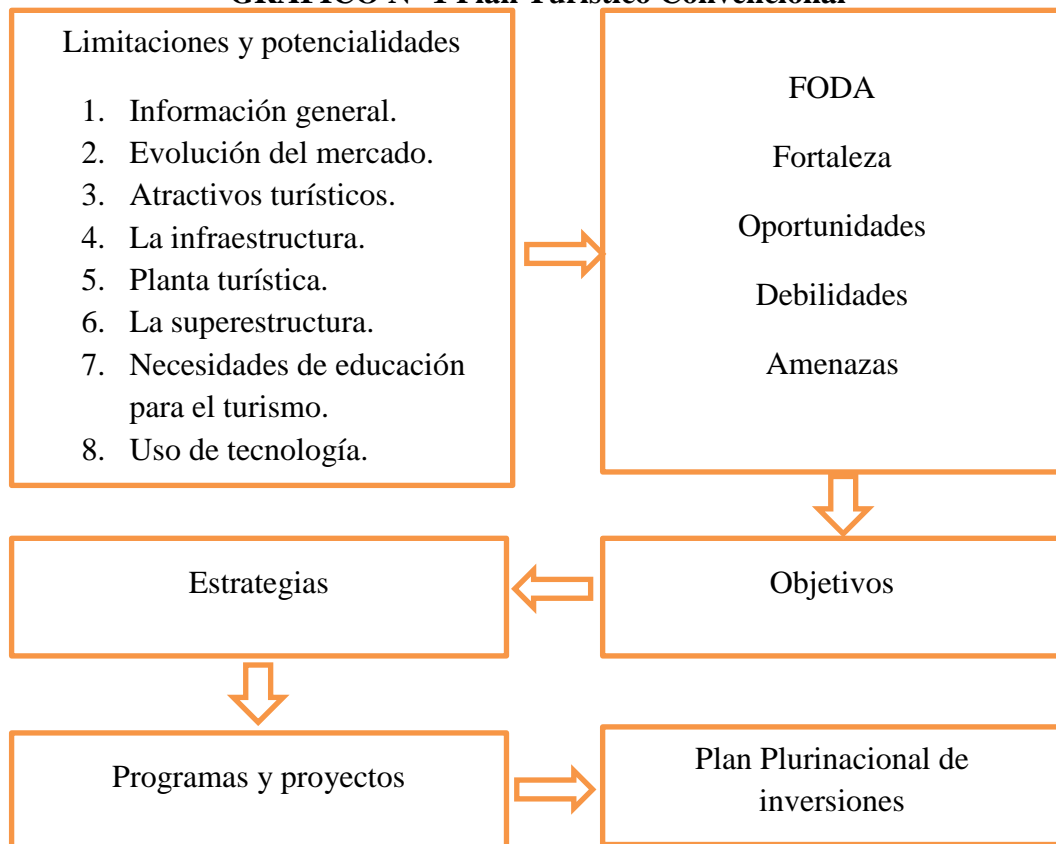
Para la definición de los modelos de planificación turística se tomarán en cuenta las propuestas por Grupo de Planificación y Desarrollo Sostenible del vecino país Colombia, donde (Fernandez V, 2002), considera a las metodologías como **“herramientas flexibles que permiten llegar a planteamientos coherentes para el desarrollo turístico de un territorio”**, considerando los siguientes: **“Plan turístico convencional, plan ambiental turístico, plan estratégico turístico, esquema de planificación turística para la competitividad, plan prospectivo estratégico turístico y plan maestro de turismo”**, de los cuales se consideran los tres primeros para su respectiva conceptualización:

#### **Plan turístico convencional**

Es tomado como referencia de las planificaciones turísticas realizadas por los departamentos de las diversas regiones de Colombia, un plan turístico convencional, un paquete donde se diseña un itinerario de principio afín, donde el turista siempre va a estar ocupado con los hábitos y actividades más comunes sirve para elaborar paquete vacacionales a la medida y de acuerdo a las condiciones geográficas. Se aplica cuando es necesario hacer una reducción en los tiempos y costos de desplazamiento, alojamiento etc. Se aplica en los atractivos más relevantes y contiene los temas fundamentales son el desarrollo turístico que debe abordar. Siendo aplicables en destinos turísticos deficientes o en aquellos que apenas se ha descubierto su potencialidad.

Posee la siguiente estructura: Limitaciones y potencialidades en donde se presenta la información general, la evolución del mercado, atractivos turísticos, la infraestructura, planta turística, la superestructura, necesidades de educación para el turismo y el uso de tecnología; en el FODA se determinan las fortalezas, debilidades y amenazas; se establecen los objetivos, estrategias, programas y proyectos y plan plurianual de inversiones y otros aspectos.

**GRÁFICO N° 1 Plan Turístico Convencional**



Fuente: Fernandez A., (2010)  
Elaborado por: Suárez, 2013

### Plan ambiental turístico

Este tipo de planificaciones es utilizada para los destinos turísticos que ya tienen un grado de especialización en la prestación de servicios turísticos, es así que (Fernandez V, 2002) manifiesta **“que se ha detectado una vocación orientada a los segmentos de mercado que demandan servicios turísticos que tienen como insumo principal la oferta de turismo de naturaleza”**.

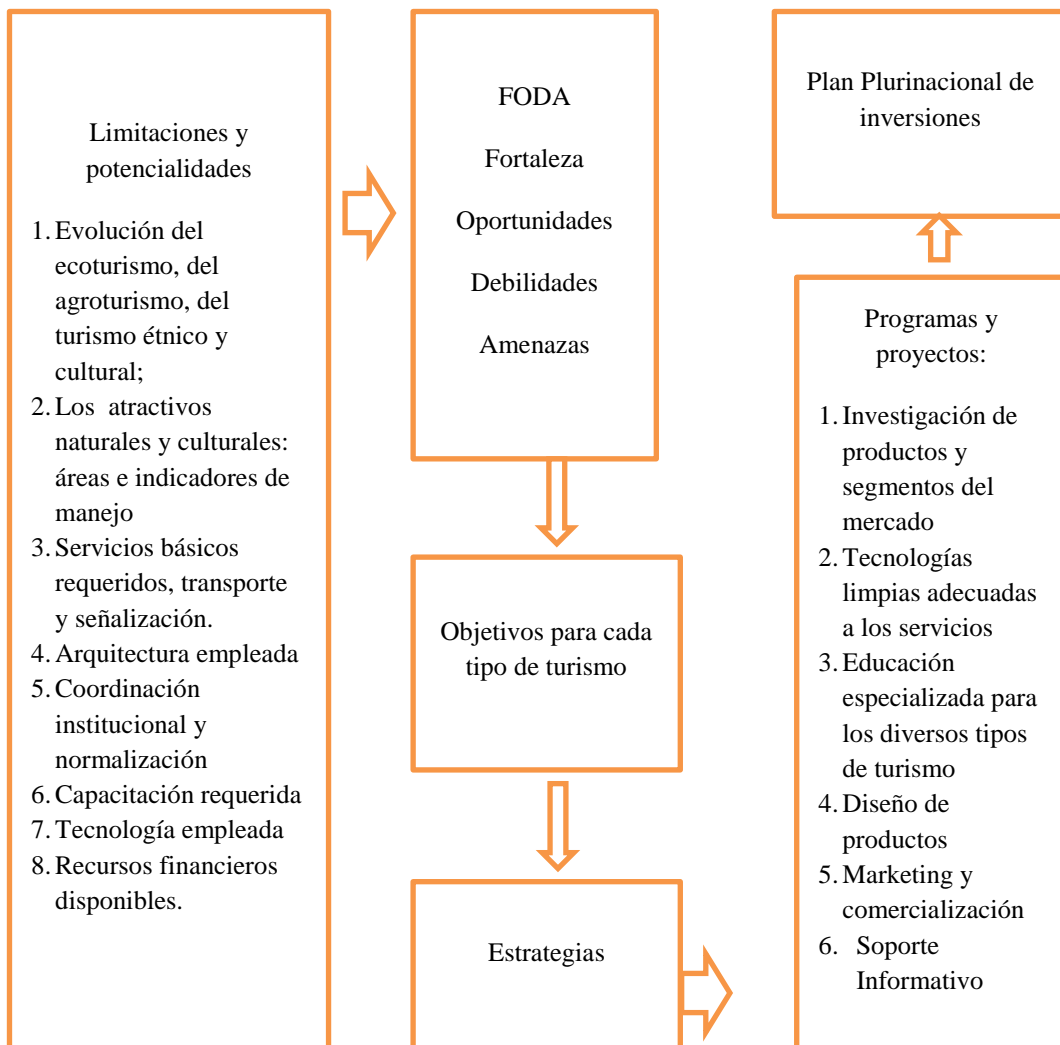
Posee la siguiente estructura: Las limitantes y potencialidades: evolución del ecoturismo, del agroturismo, del turismo étnico y cultural; los atractivos naturales y culturales: áreas e indicadores de manejo; servicios básicos requeridos, transporte y señalización; Arquitectura empleada; Coordinación institucional y



normalización; Capacitación requerida; Tecnología empleada; y recursos financieros disponibles.

Posteriormente se encuentra la aplicación del FODA, los objetivos para cada tipo de turismo y las estrategias. Secuencialmente se encuentran los programas y proyectos: investigación de productos y segmentos del mercado; Tecnologías limpias adecuadas a los servicios; Educación especializada para los diversos tipos de turismo; Diseño de productos, Marketing y comercialización; y el Soporte Informativo. Y finalmente el plan plurinacional de inversiones y otros aspectos.

**GRÁFICO N° 2 Plan Ambiental Turístico**

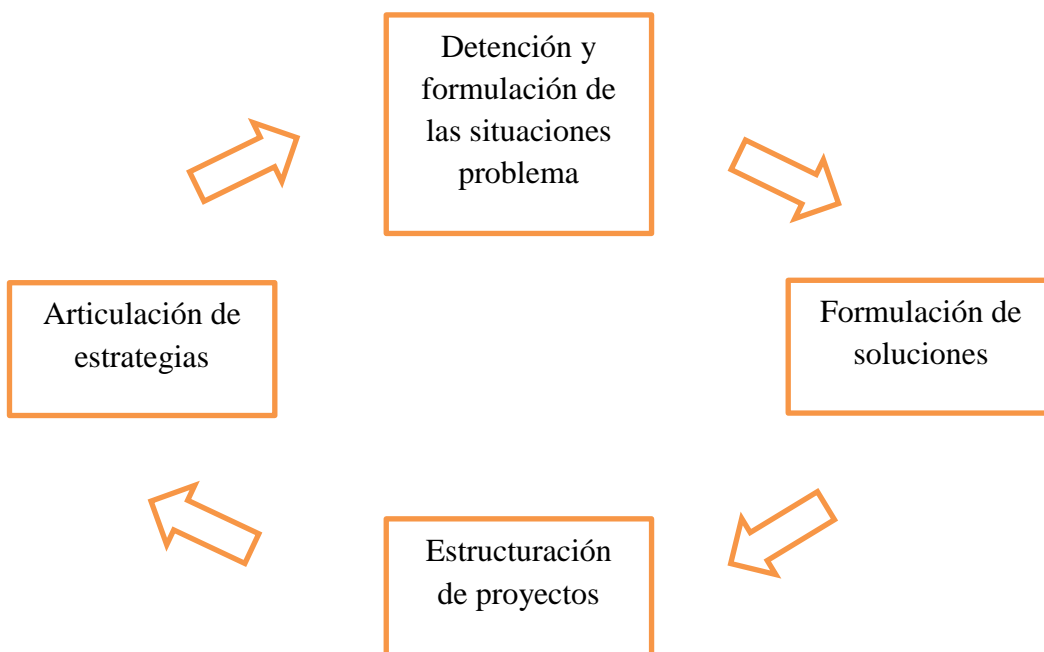


**Fuente:** Fernandez A., (2010)  
**Elaborado por:** Suárez M, 2013

## Plan estratégico turístico

Su aplicación es muy ágil y tiene la posibilidad de tomar decisiones ágiles en un entorno competitivo, permitiendo llegar fácilmente al diseño de producto y detenerse en los asuntos propios del mercadeo, la promoción y la comercialización, la misma se sintetiza en cuatro pasos fundamentales en la elaboración del problema: Detención y formulación de las situaciones problema, formulación de soluciones, estructuración de proyectos y articulación de estrategias.

**GRÁFICO N° 3: Plan Estratégico Turístico**



**Fuente:** Fernandez A., (2010)  
**Elaborado por:** Suárez M, 2013

Se recomienda su utilización cuando la entidad territorial tiene un desarrollo notorio en materia turística y se enfrenta a la solución de una problemática específica. La misma que mediante la detención de problemas se llega al planteamiento de soluciones concretas que muestren resultados inmediatos. (Fernandez A., 2010)

### **1.2.7. Ventajas de la planeación estratégica**

Según (Carreto J, 2008) los beneficios pueden ser financieros o no, se los detalla a continuación para su mayor entendimiento:

#### **Beneficios Financieros**

- Investigaciones indican que organizaciones que utilizan conceptos de planeación estratégica son más rentables y exitosas que aquellas que no los usaron. Generalmente las empresas que tienen alto rendimiento reflejan una orientación más estratégica y enfoque a largo plazo.
- Mayor entendimiento de las amenazas externas, un mejor entendimiento de las estrategias de los competidores, incremento en la productividad de los empleados, menor resistencia al cambio, y un entendimiento más claro de la relación existente entre el desempeño y los resultados.
- Aumenta la capacidad de prevención de problemas.
- Permite la identificación, jerarquización, y aprovechamiento de oportunidades.
- Provee una visión objetiva de los problemas gerenciales.
- Permite asignar más efectivamente los recursos a las oportunidades identificadas.
- Ayuda a integrar el comportamiento de individuos en un esfuerzo común.
- Provee las bases para clarificar las responsabilidades individuales.
- Disciplina y formaliza la administración.

### **1.2.8. Desarrollo sostenible**

Según (Jimenez L, 2002) se entiende como la capacidad de adaptarse a los cambios a través de equilibrios dinámicos para sobreponerse a las fluctuaciones, de acuerdo con sus propiedades de auto-organización y auto-regulación. Para lograr un desarrollo sostenible, tanto las políticas como acciones tendentes al

crecimiento económico, deberán respetar el medio ambiente y además ser socialmente equitativas.

Por lo tanto, (Jimenez L, 2002), desde la perspectiva actual, relaciona el desarrollo de la sostenibilidad mayormente con la habilidad de los sistemas (ecológico, económico o social), para seguir funcionando sin disminuir o agotar irreversiblemente los recursos claves disponibles. El desarrollo sostenible debe ser visto como una interacción entre tres ámbitos: el ecológico, el económico y el social y entre tres modelos de desarrollo: el viable, el soportable y el equitativo.

### **1.2.9. Turismo sostenible**

En la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, la (OMT, 1993) en el documento titulado *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects* definió el concepto de Turismo Sostenible como:

**“El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.**

### **1.2.10. Principales características del turismo sostenible.**

Según la (OMT, 1993) las principales características del turismo sostenible son las siguientes:

1. Dar un uso óptimo de los recursos ambientales.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo.

### **1.3. DEMANDA TURÍSTICA.**

La demanda turística se define como el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que los turistas requieren para satisfacer sus necesidades en los destinos turísticos que visita, así la (MADRAZO, 2009) el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que los turistas requieren a los operadores turísticos para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

**“Estos requerimientos son solicitados por los turistas y satisfechos por los operadores de turismo según el sistema turístico, así lo considera Rodríguez C, (2009): Conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) piden a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones”.**

La demanda turística, según (MADRAZO, 2009)

**“Puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas”.**

Es necesario establecer que la demanda se diferencia de la demanda turística en diversos aspectos como la movilidad, el tipo de comercialización, la intangibilidad de los atractivos.

#### **1.3.1. Dependencias de la demanda turística**

La variable con mayor incidencia es el precio, pues al aumentar este la demanda decrece y en caso de disminuir el efecto es contrario. Es necesario especificar que de este depende la capacidad adquisitiva de los turistas y que estos al momento de

la elección, buscan la posibilidad de sustituir productos tomando que es más conveniente según los costos del mismo.

Es necesario considerar que después del precio se encuentra la cantidad de servicios que oferta un producto turístico, siendo la percepción de los turistas la que motiva su elección, sin embargo existen otros criterios para la realización de la elección de un destino, y se estudiarán en el siguiente ítem.

### **1.3.2. Criterios básicos de elección.**

Los criterios básicos de elección son aquellas características en los que se estudia los motivos por los que un turista decide elegir un destino, es así que (Rodríguez C, 2009), conceptualiza cuatro criterios de la demanda turística:

1. Comparabilidad: consiste en comparar las características de un producto turístico con otro.
2. Fidelidad: compra de productos o servicios turísticos por costumbres o tradición en una determinada empresa.
3. Expectativa: es el deseo que tiene cada persona respecto a cómo va a desarrollarse su viaje.
4. Percepción: es la impresión subjetiva que tiene cada persona ante las características de los productos o servicios turísticos.

Es así que en la elección el turista, antes de seleccionar un destino, tiene la posibilidad de comparar los servicios que ofertan se entre dos o más previamente, sin embargo considerarán otras características del destino, tales como la distancia entre su lugar de origen, los servicios que se ofertan durante este viaje hasta el lugar de destino, y como se mencionó anteriormente el valor que les tomaría realizar el viaje y si este se encuentra a su alcance.

La fidelidad en cambio se da después de una primera visita, en cuanto ya el turista ha comprobado los servicios que oferta el destino que seleccionó previamente, y

habiéndole gustado cada una de las actividades que allí realizó decide visitar este lugar nuevamente, e inclusive por varias ocasiones. Otras de las razones de la fidelidad son las costumbres familiares de visitar un destino en particular y que se ha hecho por varias generaciones, situación que se puede ver en Curía por parientes de personas que habitan en Curía y amigos de estos, siendo este sector uno de los más importantes porque permanentemente visitan la comunidad, merecen la atención necesaria que resalte el interés de los pobladores por mejorar los servicios para que sean estos bien atendidos.

Las expectativas del viaje se dan en cambio por las aspiraciones momentáneas que tenga el turista en el momento de su selección, estas pueden estar inspiradas por la necesidad del viajero al conocer nuevos destinos, otros de los factores que motivan las expectativas son los sentimientos de las personas frente a su situación emocional, es así que algunos se deciden por lugares de relajamiento mientras que otros por diversión, unos destinos culturales y otros de naturaleza.

En cuanto a la percepción, esto depende de cuánto el turista llega a conocer respecto a un destino turístico, esto puede ser a través de los medios de comunicación en los que se promoció el destino o por recomendaciones que se hayan recibido por parte de conocidos, amigos o familiares, que hayan visitado el sector y sirven como medio de publicidad. Esto se da mayormente en los lugares turísticos de renombre pues siempre se obtiene variada información acerca de estos y al encontrarse en su apogeo, son destinos que son deseados por las personas para visitarlos.

### **1.3.3. Factores de la demanda turística.**

Los factores de la demanda turística son las condiciones de cada persona de forma particular y aquellas que se dan por los efectos que producen en la zona del destino y que inciden en la decisión de viajar, siendo las dos los factores internos y externos, los cuales se explican a continuación:

## **Factores internos**

Son las condiciones de cada persona en particular, subjetiva y relativa a ellas, considerando las variables de renta, tiempo (laboral, libre y de ocio) y predisposición, (Rodríguez C, 2009)

**“Es así que la renta es considerada como la capacidad económica de los turistas para destinar al consumo de destinos turísticos, muy a pesar de que los lugares en sí no tienen costo, puesto que el dinero que se gasta en este tipo de actividades se destina a la transportación, alojamiento, alimentos y bebidas, y los servicios recreacionales privados”.**

El tiempo como factor interno se entiende como los momentos que motivan a los viajeros la realización del viaje, estos pueden ser laborales, cuando se dar por negocios, libre en el caso de que estos sean tomados en el tiempo vacacional (Vacaciones, días feriados y fines de semana) y el tiempo que estos invierten en ocio para actividades que gozan de su disfrute quedando exceptas de esta última el turismo de gastronomía que se incluiría en el tiempo laboral.

La predisposición turística se da en el momento de que las personas tienen cubiertas sus necesidades primarias (orgánicas y de seguridad) y surgen con las necesidades secundarias (psicológicas y sociológicas), las mismas que pueden estar condicionadas por la dependencia familiar, el ámbito social y las costumbres de las personas.

## **Factores externos**

Son las condicionantes que según (Rodríguez C, 2009) tienen las zonas que visitan los turistas, considerando las variables de contexto político, factores económicos y seguridad.

Dentro de los factores de condiciones de zona se encuentran aquellas causadas por el estado del tiempo (condiciones climáticas o precipitaciones) las mismas que



pueden ser en el lugar o camino hacia estas, o que afecten la región o un país, otro de estos es la distancia cultural que se refiere a la diferencia que existe entre las costumbres del turista y los pobladores locales del destino, que pueden condicionar y alejar la posibilidad de visitar el destino, y finalmente se encuentra la calidad del producto que se mide según los servicios ofertados que dependerán de la categoría del producto, pues debido a esto ya existe una expectativa previa que puede determinar su calidad, considerando que los turistas escogerán un destino a su alcance económico.

Respecto a los factores económicos se destaca la visita de turistas con mayor poder adquisitivo a los lugares con menor poder adquisitivo, es decir con precios más bajos, como se menciona anteriormente los turistas seleccionarán el lugar dependiendo de la situación económica al alcance de ellos.

Los otros factores como son políticos y de seguridad se miden en el momento de realizar las respectivas averiguaciones del país o región en el que se encuentra ubicado un destino, siendo un factor determinante pues los turistas siempre escogerán lugares seguros y con muy buena administración que les permita disfrutar de su estadía.

En todo caso, son los factores externos determinantes en la selección de un destino pues son considerados por los turistas debido a que ellos desean disfrutar con tranquilidad su estadía.

#### **1.4. MARCO LEGAL.**

El presente proyecto se encuentra respaldado con leyes que garantizan la elaboración y la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico de la Comuna Curía, mejorando los niveles de vida de los que trabajan en el turismo (VER ANEXO 1)

**La Constitución de la República del Ecuador, 2008**

La Constitución de la República del Ecuador, que entró en vigencia desde el 2008, promueve la planificación de los pueblos y su capacidad para organizarse en los artículos 3, 57 y 276, considerando que el Plan de Turismo para la Comuna Curía pretende dentro de sus alcances contribuir a la erradicación de la pobreza al presentar el dinamismo de una actividad proponiendo proyectos para su ejecución, brindándoles a sus ciudadanos una nueva oportunidad que fomente la redistribución equitativa de sus recursos, además contempla el cuidado de sus atractivos turísticos a fin de que estos sean aprovechados por sus ciudadanos y turistas, y sean conservados para las futuras generaciones. Asamblea (2008)

También se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los derechos colectivos contemplados en la Carta Magna: por lo que se otorga a sus dirigentes comunales y a los pobladores la administración del plan, haciéndose uso del derecho de las autonomías de las comunidades para administrar sus recursos, además se presenta un proyecto para la creación de normas que regulen la actividad turística y los recursos naturales y culturales que se vean implícitos en la ejecución del plan.

Se pretende dar cumplimiento a los objetivos de la carta magna que fomentan el mejoramiento de la calidad de vida a través de los proyectos de infraestructura y el fortalecimiento de los servicios turísticos que se ofertan en la comunidad, considerando que la propuesta es productiva y sostenible, además de incluyente que permite la inserción laboral de los pobladores y la creación de nuevas microempresas. Otro de sus alcances es el direccionamiento para la reorganización territorial a través de la determinación de espacios para la prestación de los diversos servicios y los recorridos internos de las comunidades a través de rutas que se enmarcarán una vez se ejecute el proyecto, además fomenta la preservación de la memoria social y patrimonial como parte de su oferta. (ASAMBLEA, CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008)

## **Ley de Turismo**

Según la Ley de Turismo en el artículo 3 se fomenta la participación comunitaria en la planificación de las actividades por lo que en todo momento desde la elaboración del plan, se ha considerado las opiniones de los pobladores a través de reuniones, así como en la aplicación de encuestas y entrevistas, resultados que se encuentran plasmados en el presente documento, en donde se reconoce su veredicto frente a la determinación de la actividad turística como una alternativa para mejorar su calidad de vida, permitiendo posicionarse como uno de los destino turísticos del país.

## **El Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013 - 2017**

Según el Plan Nacional para el Buen Vivir se pretende consolidar al Estado democrático y la construcción del poder popular, siendo el plan un documento que propone la inclusión en todo momento, y la equidad social a través de la actividad turística, que el ingreso que obtengan los pobladores se verán invertidos en educación, alimentación, vivienda y que el proyecto contiene la adecuación de los lugares turísticos, que sirven como espacios de encuentro común entre sus pobladores, visitantes y turistas. (SENPLADES, 2013)

El presente proyecto se encuentra respaldado además en las siguientes normativas que defienden su ejecución en los diversos aspectos desde el levantamiento de información hasta la socialización final.

## **Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomías y Descentralización 2008**

Este código establece la organización política administrativa del estado, en los diferentes niveles de gobierno, autónomos descentralizados y los regímenes especiales con el fin de garantizar su autonomía política administrativa y financiera, con modelos de desarrollo de descentralizada obligatoria que lleven a

un mejor progreso a través de un sistema de competencia, mecanismos para mantener el equilibrio en su entorno Según (449, 2008), en el Art. 54, literales a, f, g, k, m y n, se establecen las funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, entre las cuales le compete solicitar el apoyo de las Instituciones del Estado para la administración de los recursos naturales y económicos las instituciones direcciona el financiamiento de las actividades relacionadas con los programas de los planes (DEL PEZO, 2008). A esta misma ley se basa el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Manglaralto que en el año 2010 convocó a una mesa de trabajo a todos los líderes de las comunas de parroquia para establecer una base de datos con las necesidades correspondientes de todos los campos internos de las comunas, con la finalidad de elaborar un plan general de desarrollo parroquial, con este proceso el gobierno parroquial trabajara equitativamente en las comunas perteneciente a la parroquia, esta modalidad es importante y eficaz, porque se trabaja ante la necesidad de cada Comuna, esto ha generado progreso para las comunas.

Por todo lo antes expuesto es necesario dejar claro que el plan de desarrollo turístico para la Comuna Curía, es un estudio plenamente realizable, todo plan cuneta con una visión una misión y objetivos estos son las parte fundamental porque son las proyecciones fijadas para alcanzar las metas que se proponga, la comunidad cuenta con recursos existente para este plan, ya existe una infraestructura de hospedaje, servidores turísticos, y recursos naturales atractivos, su ubicación es oportuna, es un destino visitado por gente nacionales y extranjeros, pero las planificaciones parte esencial, por lo que se debe partir de una estructura con conocimiento científicos y bien fundamentada solo así se alcanzara el progreso turístico en este destino, los planes y proyectos se encuentra sustentado en la leyes vigente de estado Ecuatoriano, porque generan cambios.

Positivos en todos los ámbitos que se apliquen. Y especial mente en las zonas rurales

## **CAPÍTULO 2**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Las estrategias que se emplearon para la generación de información del objeto a investigarse en la Comuna Curías se basaron en un diseño planteado con la finalidad de que dicha información basada en la investigación de campo sean los eficaces para la toma de decisiones.

Para iniciar con el proceso de investigación primero se dio a conocer, mediante una asamblea general de comuna, que a partir del mes de septiembre del año en curso, se realizarían los trabajos por parte de quien realizara el estudio para la elaboración del proyecto de tesis, considerándose: así observaciones directas en el sector, encuestas, entrevista, también se informó que se trabajara en la comunidad, con los comuneros y comuneras, con personas adultas mayores no afiliados a la comuna pero que poseen conocimiento válidos para el aporte de esta exploración. En el presente capítulo se va a profundizar sobre lo concerniente al enfoque metodológico que tomo como base para la investigación, modalidad observacional.

En la fase uno: Investigación exploratoria, una vez que la comunidad tuvo conocimiento se empezó con las indagaciones a los adultos mayores a través de visitas en sus respectivas casa para conocer la historia de cómo ha ido evolucionado la comunidad en sus distintas áreas, tanto económica como social, de la misma forma se confirmó que este balneario siempre ha sido visitado por personas de otras ciudades.

En el mes de octubre se aplicaron las encuestas a los jefes de familias de la comunidad, Por otro lado se encuestó a los turistas. También se realizaron las

Entrevistas a los dirigentes de la comuna. En la recolección de datos obteniendo, se pudieron demostrar las falencias que existe en este destino, por desconocimiento de sus moradores estos resultados, nos direccionan a la búsqueda de soluciones óptimas

En la segunda fase se concreta la investigación en base a información válida determinando los criterios teóricos formulados para el planteamiento de la investigación. En la tercera fase corresponde a la elaboración donde se construyeron y ampliaron los temas investigados para así desarrollar un adecuado trabajo obteniendo información confiable acertada. Para finalizar se determinó conclusiones válidas tomando en cuenta los aspectos de los actores involucrados y se hacen recomendaciones viable con el fin de cumplir con los objetivos trazados.

## **2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La modalidad de esta investigación es cuali-cuantitativa, Con el proceso de este tipo de investigación se busca recolectar datos principales que ayuden a generar información y estructuras, que se encuentran aplicada en los resultados del censo que realizó Secretaría de Tierras en el año 2012, en la comunidad para determinar el número de habitantes, siendo esta información la más reciente y verídica para trabajar con datos reales en la obtención de la muestra. Permitiendo contabilizar y obtener resultados confiables en la muestra que aplicaremos para implantar el desarrollo turístico sostenible en la comuna Curía.

## **2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Los tipos de investigación que se utilizaron fueron los siguientes:

**En la investigación explicativa:** se extrajeron las razones más relevantes en una reunión con los moradores más interesados en aportar con ideas, y experiencia

donde se determinaron las causas que generan la variable dependiente e independiente que fueron expuestas, como problemas que enfrenta la comunidad. Finalmente se obtuvo información de secretaria de la comuna, documento de interés para la investigación como es el estudio sociocultural de la comunidad.

**Investigación Descriptiva**, se aplicó con la encuesta a los jefes de familia el trabajo se realizó en un periodo de tres días, abarcando a todos los jefes de familia, lo que permito manifestar que la información es de mucha excelencia al tener un alto porcentaje de confiabilidad. También se realizó encuesta a los turistas en el feriado de octubre, para realizar este trabajo se tomaron dos días del fin de semana, para aplicar la cantidad de entrevistas indicada, según el resultado la muestra, el día domingo se cumplió con el objetivo a las tres de la tarde, Obtenido así, datos adecuados para la tabulación de la información.

**Documental.** De acuerdo (Paredes G, 2009), el tipo de estudio documental tiene el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar, y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones, y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos, libros o publicaciones. Este tipo de investigación abarca en su totalidad las aseveraciones teóricas conceptuales y experimentales, que se relacionaran con lo empírico ocurrido en la realidad llevándolos al análisis y conclusiones.

(PAREDES, 2009)

La presente investigación documental se realizó buscando información de la comuna en sus archivos que guarda la secretaria del cabildo, quien proporcionó un estudio sociocultural y socio económico elaborado durante los años 2011 y 2012 por el departamento de Subsecretaría de Tierras del Ecuador, documentos que fueron estudiado para la debida investigación, encontrando la información pertinente para el estudio que busca fomentar turismo,

**Campo.** (Yepez A, 2010)“**la investigación de campo es caracterizada por el estudio sistemático del problema del lugar y de los acontecimientos**”, para la

aplicación de esta investigación se consideró una primera reunión con los servidores turísticos, que inició a las 19:00 pm con una duración de 2 horas dándose lugar en las instalaciones de la casa comunal, a través del uso de la técnica de la lluvia de ideas, se estableció una lista de los problemas por los que la comunidad no llega a encontrar una actividad, que genere ingresos para mejorar su sistema económico, destacando que el turismo solo se promueve durante la temporada alta y no goza de una afluencia de turistas permanente, este acontecimiento por lo tanto, se convierte en la variable independiente siendo objeto de búsqueda de solución con el aporte del FODA.

**En la observación directa** se apreciaron de cerca los problemas de la comunidad investigada, trabajándose en grupos y luego en una socialización, lo que permitió relacionar y sintetizar a ciencia cierta mediante el conocimiento empírico.

## **2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los métodos utilizados en el proceso de investigación fueron tres:

**Método Deductivo:** se aplicó al realizar el levantamiento de información de los atractivos turísticos naturales, establecimientos de hospedaje y establecimiento de alimentos y bebidas, siendo el proceso del primero la aplicación de fichas de inventario, en donde se contó con la colaboración de los comuneros Sr. Wilson Sandoya y el Sr. Vicente Suárez, representantes del Comité de Turismo, se visitaron los lugares específicos dentro de los límites de la comuna, para realizar esta tarea se tomaron dos días de visita en el mes de noviembre, luego se trabajó con esta información recabada en los estudios, para darle la valoración alcanzada a cada uno de los atractivos, en el caso del inventario de establecimientos esta investigación se cristalizó gracias a que los servidores turísticos contribuyeron proporcionando la información como el número de plazas visitantes ventas pernотaciones de turistas y su capacidad de atención en cada uno de los establecimientos .



**Método Inductivo:** se aplicó mediante el análisis externo del diagnóstico situacional, para ello se realizaron cuatro reuniones en la sede de la comunidad en las fechas acordadas y en poco tiempo se hizo el análisis externo, a través del uso de herramientas como la lluvia de ideas con los participantes a las que asistieron 10 socios de la comuna y los servidores turísticos, se escribieron en la pizarra las posibles causas que inciden, para que no se desarrolle esta comunidad como un destino interesante con mercado continuo. Esta reunión duro más de dos horas ya que se proyectó un video de Aruba y su potencial turístico, animando a la población en la búsqueda y al fortalecimiento de la actividad turística.

**Método Analítico:** (RUIZ, 2007)) señala que es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y un examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia””.

Este método permitió conocer más del objeto de estudio, con lo cual se pudo explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías, para los que se utilizaron las fichas de inventario de atractivos turísticos de la comunidad, en donde se registran datos a través del uso de la observación y el análisis del profesional que las aplicó para obtener la información necesaria, posteriormente bajo los parámetros establecidos en la investigación se procedió al respectivo análisis redactando los datos y convirtiéndoles en información importante para el desarrollo de la investigación y la elaboración de la propuesta para orientar a la solución de los problemas y el mejoramiento en el Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna Curía.

## **2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Para la obtención de la información se hizo uso de las técnicas de las encuestas, las entrevistas y posteriormente para la actualización de los atractivos turísticos

se aplicaron las fichas para el inventario de los mismos, las dos primeras fueron procesadas por el programa de Microsoft Excel a través de los gráficos de pastel, los mismos que dieron un resultado positivo a las encuestas de acuerdo al sondeo de las posibilidades y ayuda que se pudo generar, mientras que la información de los atractivos se presenta en el capítulo IV con sus respectivas características.

Para aplicar la técnica de investigación, se elaboraron unos cuestionarios de preguntas, las mismas que fueron supervisadas por la persona responsable de tutoría, con esta técnica fue apropiado recabar información

Acerca de las variables, se conocieron las opiniones, conocimientos y actitudes de los comuneros y más personas que conforman la población a través de una reunión de poco tiempo para establecer las problemáticas que impiden el desarrollo de la actividad turística. Con la participación de todos se describen los problemas más graves enumerándolos, para distinguir la variable dependiente y diagnosticar porque este destino no es visitado todo el año, de la información que se obtuvo se puede verificar la relación con las variables. El instrumento permitió proyectar y determinar un diagnóstico sobre la realidad del sector en relación al turismo y el conocimiento de las personas en relación a la actividad, buscando un turismo sostenible. Se han aplicado encuestas a turistas y jefes de hogares a fin de obtener datos relevantes y óptimos de las diferentes apreciaciones.

Se han aplicado entrevistas a las autoridades del cabildo comunal obteniendo información importante respecto a la planificación por parte de la Comuna y su aportación, así como la apreciación respecto a la elaboración del plan.

Según (Romero W, 2002) **“La observación: no debería basarse o limitarse en lo fáctico, sino también estarán en lo tendencial y lo teórico que son interpretados desde la cultura y desde las concepciones epistemológicas del investigador. Permite visualizar aspectos generales y empíricos que aportan al desarrollo de la investigación.”**

## **2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los instrumentos de recolección de datos permitieron llegar a dar respuesta al objetivo planteado, para ellos se han aplicado cuestionarios de encuestas, cuestionarios de entrevistas y fichas de observación.

El cuestionario de encuestas es un instructivo con preguntas cerradas que se elaboró para la obtención de datos concretos, que ayuden al análisis respectivo a través de la tabulación de datos.

El cuestionario de entrevistas es un instructivo con preguntas abiertas que se elaboran para la obtención de información más detallada y explícita respecto a temas de investigación, en la mayoría de los casos estas no se tabulan, únicamente se analizan.

Las fichas de observación son un instructivo con opciones de respuesta, así como de análisis de información a través de descripciones que realiza el investigador a través de la percepción del medio en el que se encuentra.

## **2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población o universo de la Comuna Curía está conformada por 450 habitantes, según el censo poblacional del año 2012, el más reciente elaborado para obtener datos reales de la comunidad bajo la responsabilidad del Departamento de Subsecretaría de Tierras, esta información documental reposa bajo los archivos de la Comuna.

La parte administrativa está conformada por un cabildo comunal de 5 personas, que son designados democráticamente en asamblea extraordinaria de comuna, para mayor validez esta elección es presenciada por el señor Teniente Político de la parroquia.

Por otro lado algunos propietarios de los establecimientos de hospedaje tienen sus registros de usuarios, lo que ayudó a sacar un promedio, verificando 180 huéspedes que pernoctaron en Curía en la temporada pasada.

Para determinar la muestra de turistas del universo es de 180 la fórmula aplicada para determinar la muestra de turistas es del autor (ACOSTA, 2000):

$$n = \frac{N(P*q)}{(N-1)(e/z) + p*q}$$

Dónde:

n= tamaño de muestra

N = población o universo

p.q= margen de error

e=probabilidad que no se cumpla

Z=confiabilidad

Se obtiene como resultado:

$$n = \frac{180(0,5*0,5)}{(179-1)(0,05/1,96)^2 + 0,5*0,5}$$

$$n = \frac{180(0,25)}{(179)(0,00065077) + 0,25}$$

$$n = \frac{45}{0,11648783 + 0,25}$$

$$n = \frac{45}{0,36648783}$$

n = 122 Turistas.

Para la obtención de la muestra de los habitantes se realiza por criterio profesional del investigador, es por esta razón que se tomará en cuenta a los 73 jefes de familia, que conforman el universo, para realizar las respectivas encuestas y tener

una apreciación más participativa por parte de la población, considerando que es pequeña y no demanda de un universo mayor.

De la misma manera se aplicaron las entrevistas a los 5 dirigentes, como líderes de la comunidad sin usar una prueba de muestreo, determinando el objeto de estudio con un 100% de la población. Se presenta a continuación la muestra respectiva para su aplicación:

**CUADRO 1: Muestra para Turistas.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Técnica</b>
Turistas	122	Encuestas
Jefes de hogares	73	Encuestas
Directivos	5	Entrevistas

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Aplicación de muestreo PDTCC.

## **2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

En la investigación se considera el procedimiento:

1. Planteamiento del problema
2. Revisión bibliográfica
3. Definición de la población, selección de la muestra
4. Consecución del sistema de variables
5. Elaboración del instrumento
6. Estudio de campo
7. Proceso y análisis de datos
8. Conclusiones y recomendaciones
9. Formulación de la propuesta
10. Preparación y redacción del informe final

## CAPÍTULO 3

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LOS DIRIGENTES DE LA COMUNA CURÍA, Y LÍDERES DEL COMITÉ DE TURISMO.

**1. ¿La directiva de la comuna ha realizado un diagnóstico situacional para determinar el estado actual de la población en el ámbito turístico?**

Se puede entender que si conocen de un diagnóstico situacional para obtener los títulos de la comuna, se puede contemplar el poco interés por realizar estas actividades debido a la amplia responsabilidad que tiene una directiva y muy poco tiempo de período administrativo, pero también se refleja la falta de organización y falta de comunicación.

**2. ¿La comuna dispone de estudios con base turística para emprendimientos y proyectos?**

No se han realizados estudios por falta de recursos económicos y técnicos, enfocándose más en defender sus territorios de los invasores de las grandes ciudades y esto le suprime tiempo, dejando en segundo orden este sector importante para la comunidad, por otro lado no hay apoyo de los entes competentes.

**3. ¿Cuenta la comuna con una visión o una misión determinada que les permita lograr los objetivos en el ámbito turístico?**

La comuna tiene una visión y misión general como comuna pero no así con el sector turístico. Esto hace que los servidores turísticos no tengan un soporte para

Llevar adelante su actividad por falta de planificación con los sectores involucrados.

#### **4. ¿Cómo reconoce los atractivos turísticos de la comunidad?**

En su mayoría los dirigentes si pueden identificar un atractivo turístico que se encuentre en la comunidad por su belleza y por el grado de visitas que realicen los turistas a un sector determinado o donde esté ubicado el atractivo.

#### **5. ¿Conoce usted si los servicios que actualmente ofertan los servidores turísticos satisfacen la necesidad de los visitantes?**

El servicio que ofrecen los servidores turísticos como las cabañas comedores, restaurantes y servicios de hospedaje, es regular ya que se carecen de capacitación y organización y un plan de desarrollo, entre los servidores turísticos y la comunidad en general, para que el cliente se sienta como en casa.

#### **6. ¿La comunidad se encuentra capacitada para recibir turistas y promocionar el destino?**

Se puede decir que la comunidad cuenta con una buena estructura de hospedaje. Respecto a la infraestructura se encuentra realizando arreglos viales, cuentan únicamente con agua entubada, servicio de internet, telefonía celular y convencional. Sin embargo falta preparación respecto a la atención de calidad hacia el cliente que necesita brindar un destino turístico.

#### **7. ¿Usted como dirigente cuantas veces ha planificado durante su período de administración?**

Se realiza una planificación anual no dándose cumplimiento a todo lo planificado por las circunstancias del tiempo y otros factores. Además se realizan

planificaciones de actividades que se van presentando durante el período, a esto se incluye la organización de las festividades patronales de la comuna, entre otras.

**8. ¿Considera importante la organización para realizar sus actividades en la comuna?**

Coinciden en que la organización es muy importante ya que es la forma que la comuna ha tomado para avanzar en los diversos procesos porque cuando se delega comisiones se pretende cubrir diversas necesidades en el cumplimiento de un objetivo común.

Para ello trabajan con todo el cabildo comunal y los comuneros realizando un seguimiento en el cumplimiento de las actividades que se proyectan cada año, en donde se debe presentar un informe evaluativo y se presenta al finalizar cada período.

**9. ¿Considera que la demanda turística debe mantenerse en temporada baja por medio de alternativas? ¿Cuáles?**

Los dirigentes sostienen que se deben encontrar alternativas para mantener la actividad del turismo durante todo el año, se pueden hacer muchas cosas entre ellas una planificación o un plan de desarrollo turístico para organizarse y planificar en base a este plan, que puede incluir la promoción y el mejoramiento de los atractivos, el mejoramiento de la infraestructura básica y el equipamiento turístico de la comunidad, tomando en cuenta las necesidades de la población.

Hay que tomar en cuenta que de ser posible el mantener la demanda para todo el año, tendría mucho por ganar debido a que generaría muchos beneficios económicos, permitiendo que la comunidad preste más y mejores servicios de calidad, a quienes los visiten reduciendo el riesgo de inversión y al carga turística necesaria.



## 3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### 3.2.1. Análisis de resultados de la encuesta a turistas

#### 1. ¿Cuál es su género?

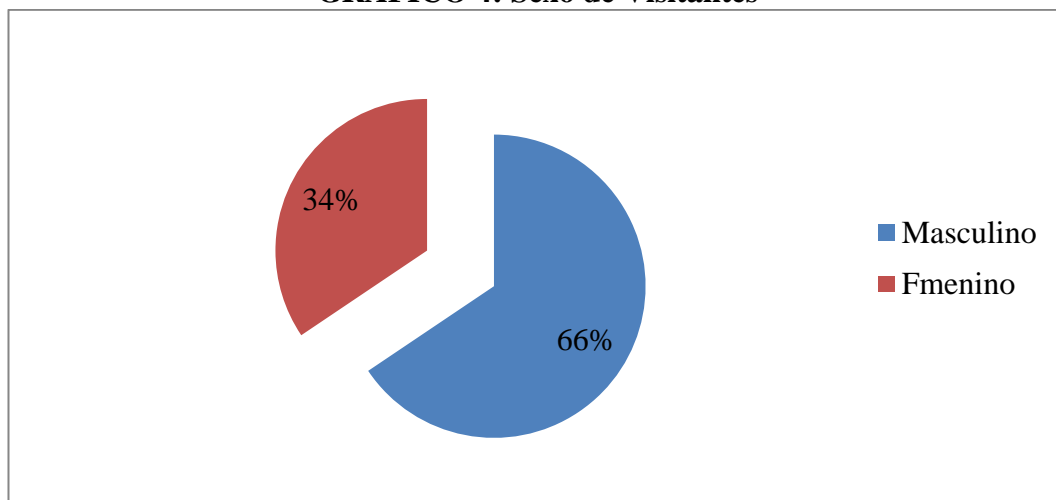
**TABLA 1: Género de Turistas Encuestados**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Masculino	80	66%
Femenino	42	34%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 4: Sexo de Visitantes**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** el 66% de los turistas encuestados son de sexo masculino, a diferencia del 34% que son de sexo femenino.

**Análisis:** la mayoría de los turistas son de sexo masculino, lo que es necesario conocer para la determinación de las estrategias de promoción, así como para la determinación del mercado meta.

## 2. ¿Cuál es su edad?

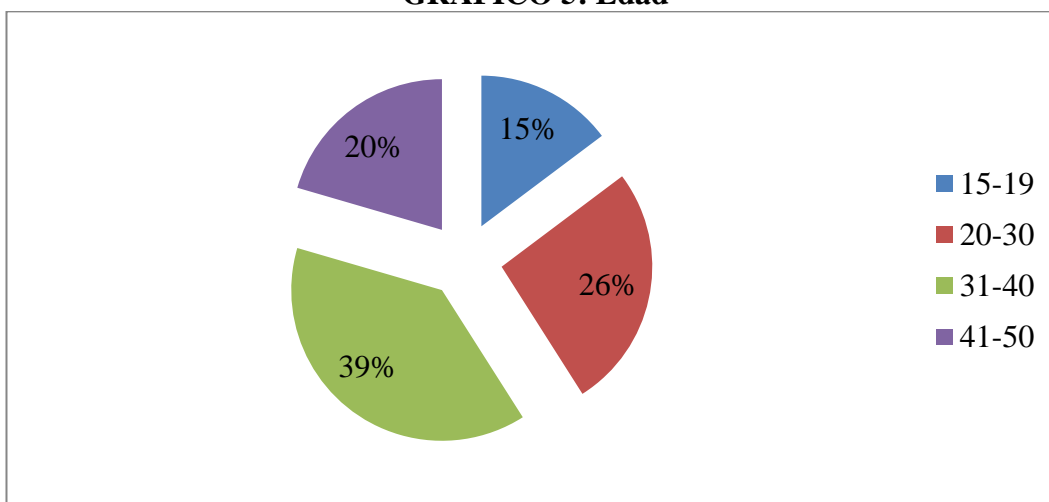
**TABLA 2: Edad de Turistas Encuestados**

Escala	Cantidad	Porcentaje
15-19	18	15%
20-30	32	26%
31-40	47	39%
41-50	25	20%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 5: Edad**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** El 39% de los encuestados se encuentra entre las edades de 31 a 40 años, el 26% de 20 a 30 años, 20% de 41 a 50 años, 15% de 15 a 19 años.

**Análisis:** Al ser la mayoría de los encuestados de 39 a 40 años se determina que la Comunidad es visitada por razones de descanso y relajación, sin dejar a un lado que también es por motivos de descubrir nuevas playas y lugares de tranquilidad y poca afluencia turística, siendo este grupo selecto el mercado meta al que se dirigiría las estrategias de promoción del destino.

### 3. ¿Por cuantos días visita la comunidad?

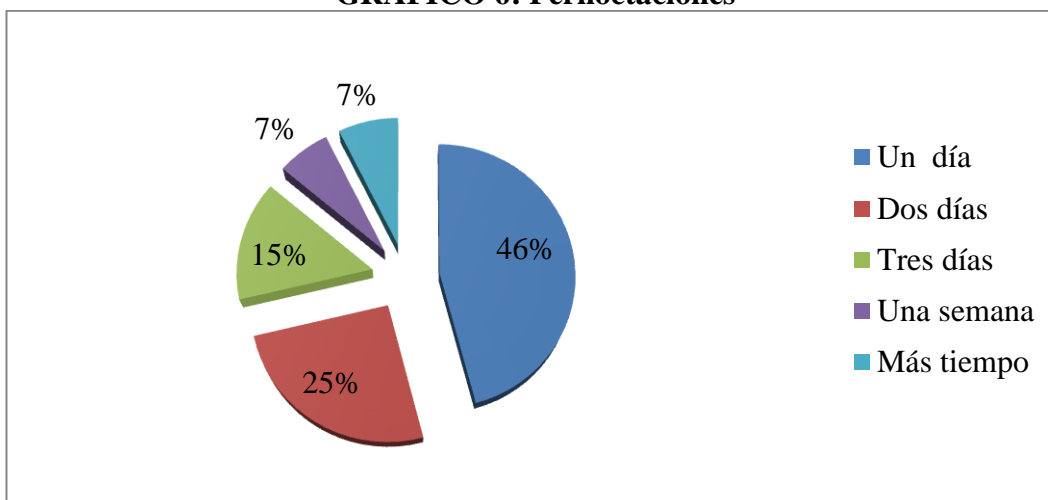
**TABLA 3: Número de Pernoctaciones.**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Un día	56	46%
Dos días	31	25%
Tres días	18	15%
Una semana	8	7%
Más tiempo	9	7%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 6: Pernoctaciones**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** El 46% de los encuestados visitaron este destino por un día, mientras tanto el 25% permanecieron por dos días, el 15% por tres días y el 7% permanecen por una semana o más tiempo.

**Análisis:** se puede decir que el mayor porcentaje de los turistas no pernocta solo son pasantes, debido a que no encuentran otras actividades para desarrollar, por lo que es necesario la diversificación de la oferta.

#### 4. ¿Cuál es el motivo principal por el que usted visita esta comunidad?

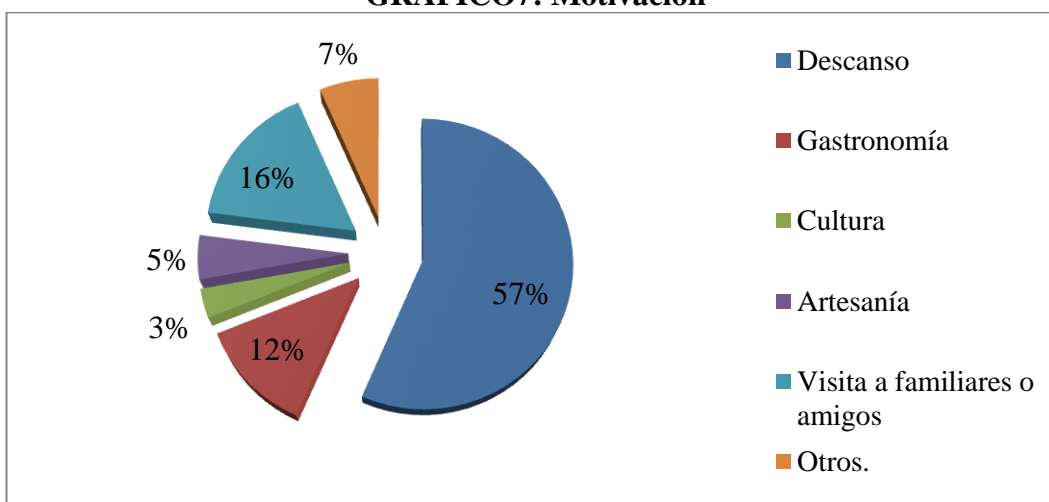
**TABLA 4: Motivo de Visita**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Descanso	69	57%
Gastronomía	15	12%
Cultura	4	3%
Artesanía	6	5%
Visita a familiares o amigos	20	16%
Otros.	8	7%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO7: Motivación**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** El 57% de los turistas visitan este destino para descansar, el 12% por que les gusta la gastronomía, el 3% por la hospitalidad, el 5% por las artesanías, el gráfico también indica que el 12% de huéspedes llegaron a este lugar por visitar a sus familiares y amigos y el 1% por otras causas.

**Análisis:** se entiende que el principal motivo de visita es descanso, identificándose al destino como de relajación, la paz y la armonía, se identifica como una fortaleza dirigido para el segmento de turismo familiar.

## 5. ¿Cómo se enteró que existe este destino turístico?

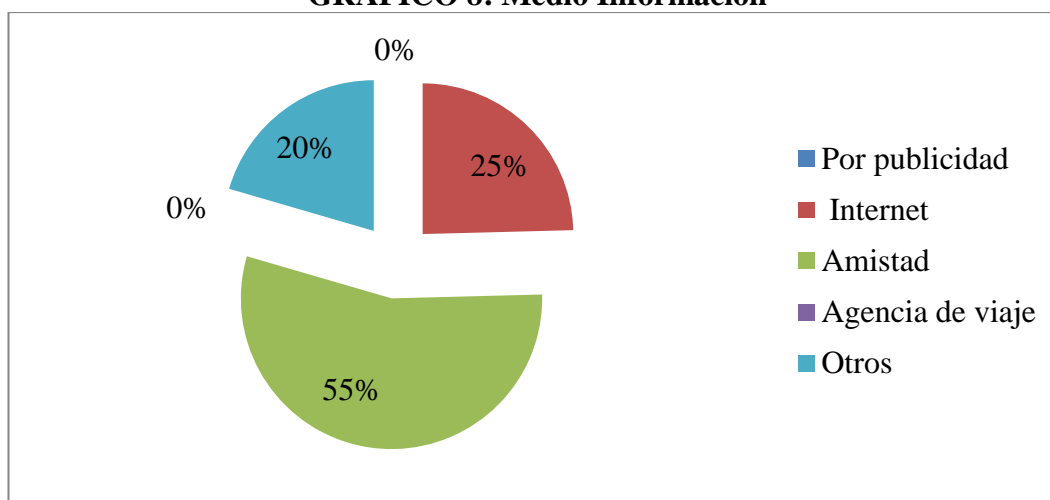
**TABLA 5: Forma de Conocimiento del Destino**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Por publicidad	0	0%
Internet	30	25%
Amistad	67	55%
Agencia de viaje	0	0%
Otros	25	20%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 8: Medio Información**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** Los encuestados se enteraron del destino turístico por los siguientes medios: El 55% recomendado por sus amigos, el 25% por el internet, el 20% por otros factores.

**Análisis:** se puede decir que este destino no es promocionado por los medios de comunicación masivos, ni por las agencias de viaje, su fuerte es la publicidad boca a boca, se plantea entonces la realización de estas actividades para atraer un mayor número de turistas.

**6. ¿Qué tipo de alojamiento ha empleado durante su estancia en esta comuna?**

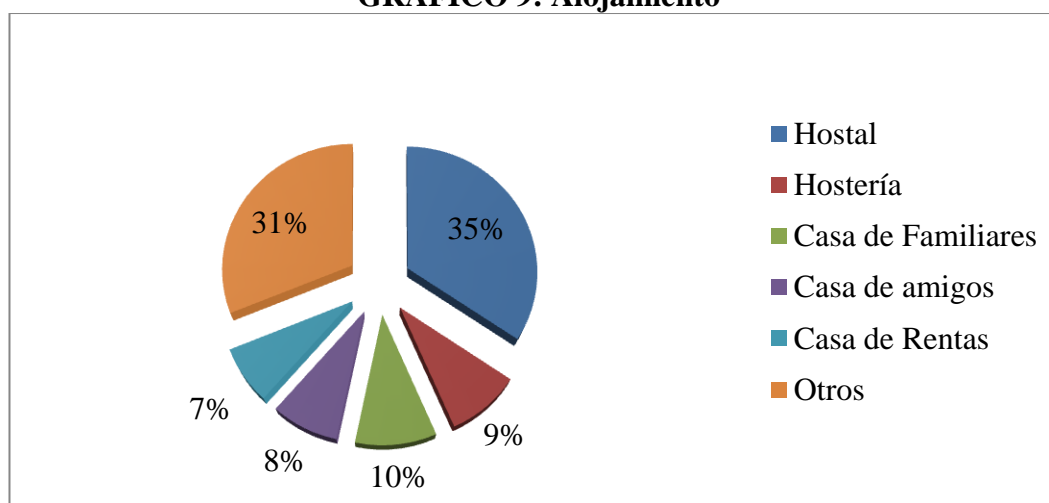
**TABLA 6: Tipo de Alojamiento**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Hostal	42	34%
Hostería	11	9%
Casa de Familiares	12	10%
Casa de amigos	10	8%
Casa de Rentas	9	7%
Otros	38	31%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 9: Alojamiento**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** El 35% de los turistas se alojaron en hostal, el 9% en hosterías, el 10% con familiares, el 8% con amigos, el 31% no se hospeda y otros en sus casas vacacionales.

**Análisis:** Se puede considerar que los turistas si hacen uso de los establecimientos de hospedaje con los que cuenta este destino turístico, sin embargo hay un alto porcentaje que no se hospeda, se pretende dirigirse a este grupo incentivándoles a pernoctar en el destino.

**7. ¿Cómo califica el servicio de hospedaje en caso de pasar su estadía en un establecimiento hotelero de la comunidad?**

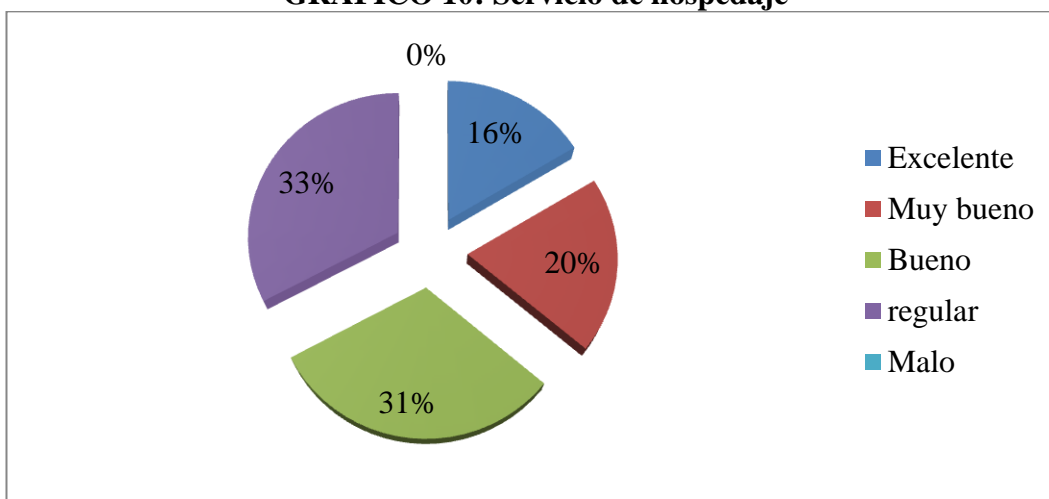
**TABLA 7: Calificación Servicio de Hospedaje**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Excelente	20	16%
Muy bueno	24	20%
Bueno	38	31%
Regular	40	33%
Malo	0	0%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 10: Servicio de hospedaje**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** Que en hospedaje solo el 16% puede decir que es excelente, el 20% dijo que la atención es muy buena y más se enfocaron con 31% bueno, y el 33% regular.

**Análisis:** La determinación de este cuadro indica que los servidores en el ámbito turístico carecen de conocimientos en atención al cliente, mostrándose insatisfacción por parte de los turistas, se ve entonces la necesidad de planificar actividades de aprendizaje como talleres de capacitación para mejorar el servicio.

**8. ¿Para hacer turismo sostenible considera usted que los turistas deben colaborar también con este balneario? (el turista responsable debe)**

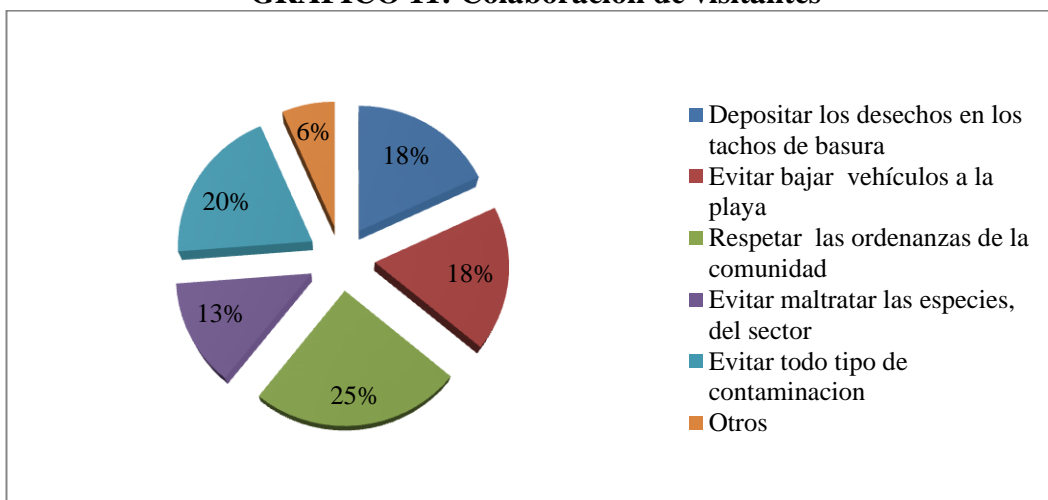
**TABLA 8: Responsabilidad de los Turistas**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
a. Depositar los desechos en los tachos de basura	22	18%
b. Evitar bajar vehículos a la playa	22	18%
c. Respetar las ordenanzas de la comunidad	30	25%
d. Evitar maltratar las especies, del sector	16	13%
e. Evitar todo tipo de contaminación	24	20%
f. Otros	8	7%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 11: Colaboración de visitantes**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** dentro de las responsabilidades de los turistas, la mayoría de los encuestados escogió la opción c, el 20% prefirió la opción e, mientras que la opción en porcentajes iguales con 18% fueron las a y b, con 13 % y 7% las opciones d y f respectivamente.

**Análisis:** los turistas coinciden que se debe respetar las ordenanzas de la comuna y establecer actividades de control para evitar todos los ítems mencionados, para el buen funcionamiento de la actividad turística de manera sostenible.



**9 ¿Considera usted que es importante la identificación de atractivos turísticos para el aumento de la demanda turística en temporada baja ya que se pueden realizar otras actividades?**

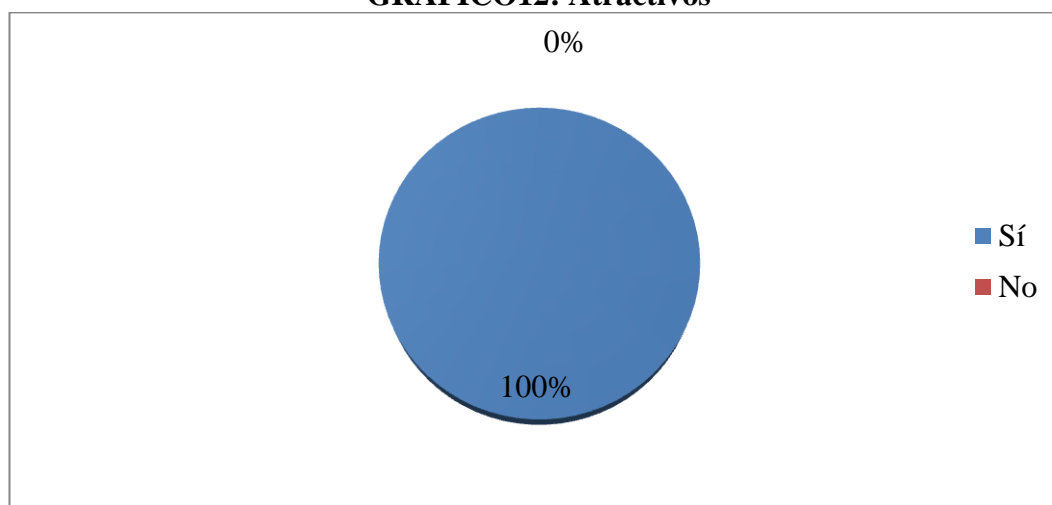
**TABLA 9: Identificación de Atractivos**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Sí	122	100%
No	0	0%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO12: Atractivos**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** Todos los turistas encuestados manifestaron que sí, es importante la identificación de los atractivos turísticos. Corresponde al 100%.

**Análisis:** Es necesario que se identifiquen todos los atractivos turísticos naturales, para considerarlos dentro de la promoción del destino, los que deberían definirse a través de la aplicación de las fichas de inventario turístico.

**10. ¿Cómo considera el servicio al cliente de los actuales servidores turísticos en la Gastronomía?**

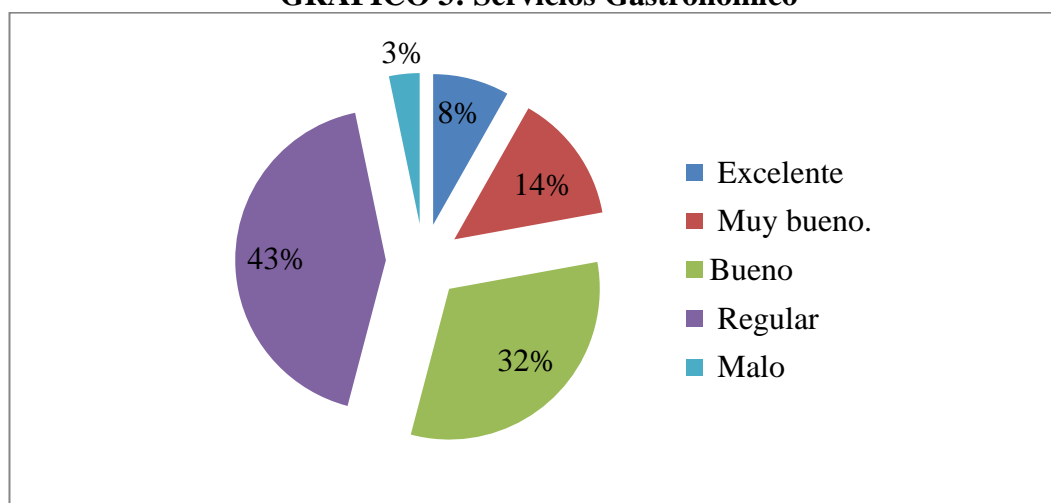
**TABLA 10: Calidad del Servicio Gastronomía**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Excelente	10	8%
Bueno.	17	14%
Bueno	39	32%
Regular	52	43%
Malo	4	0%
Total	122	97%

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 3: Servicios Gastronómico**



**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** El 8% de los turistas consideran excelente la atención al cliente, el 14% muy bueno, 32% buena, y 43% regular y el 3% malo.

**Análisis:** Se muestra un turista insatisfecho, la apreciación de la respuesta regular que tiene el porcentaje más alto indica que se debe mejorar la oferta gastronómica y el servicio en su totalidad, tanto el hospitalidad, servicio al cliente.

**11. ¿Qué tipo de establecimientos de servicios alimentarios le gustaría que se implementen dentro del destino?**

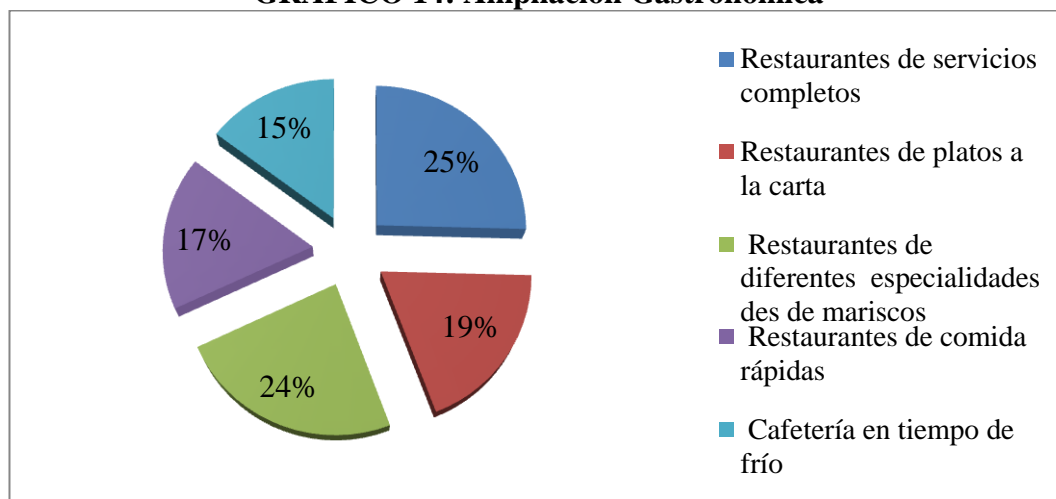
**TABLA 11: Tipos de Servicio a Implementarse**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Restaurantes de servicios completos	31	25%
Restaurantes de platos a la carta	23	19%
Restaurantes de diferentes especialidades des de mariscos	29	24%
Restaurantes de comida rápidas	21	17%
Cafetería en tiempo de frío	18	15%
Total	122	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 14: Ampliación Gastronómica**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** El 25% de los turistas mencionaron que prefieren un restaurante de servicios completos, el 19% restaurante de platos a la carta, el 24% restaurante de especialidad solo de mariscos, un 17% también opto por las comidas rápidas y un 15% prefiere una cafetería en tiempo de frío.

**Análisis:** Es evidente que esta comunidad debe implementar establecimientos de alimentos y bebidas que tengan todos los servicios completos con especialidad en mariscos, platos a la carta y una cafería en los tiempos nublados.

**12. ¿Cuánto es su gasto diariamente en servicios durante su estadía en la comuna Curía? (Considere uno de los siguientes rubros).**

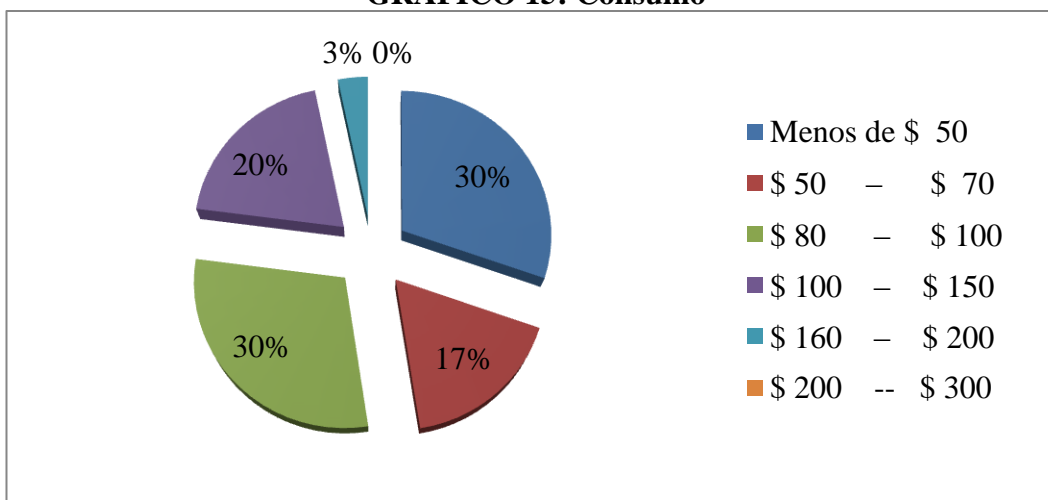
**TABLA 12: Gasto Diario de Turistas**

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$ 50	37	30%
\$ 50 - \$ 70	21	17%
\$ 80 - \$ 100	36	30%
\$ 100 - \$ 150	24	20%
\$ 160 - \$ 200	4	3%
\$ 200 - \$ 300	0	0%
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**GRÁFICO 15: Consumo**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a turistas - Curía, 2013.

**Interpretación:** El gráfico representa que los turistas consumen menos del \$50 el 30%, entre \$50 a \$70 dólares el 17%, de \$80 a \$100 el 30%, \$160 a \$200 el 20% por día en su visita a este balneario.

**Análisis:** Los resultados obtenidos definen el valor correspondiente que gastan los turistas en cuanto a uso de servicios turísticos que ofrece la localidad en general para los visitantes y sirven como base para la determinación del precio de los paquetes turísticos.

### 3.2.2. Análisis de encuestas a jefes de familias de la comuna Curía

#### 1. ¿Cuál es el Género de los jefes de familia encuestados?

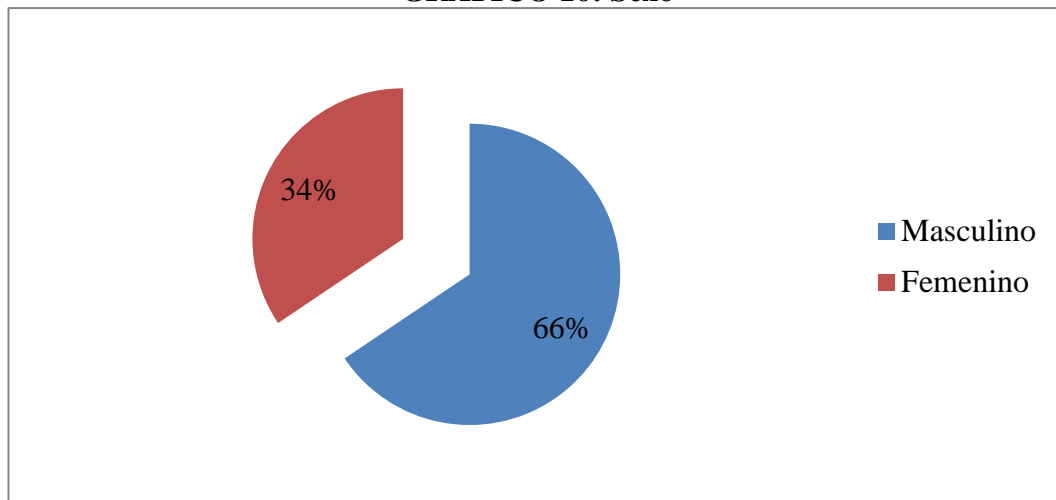
**TABLA 13: Género de los Jefes Encuestados**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Masculino	47	65%
Femenino	25	35%
Total	72	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 16: Sexo**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** El 65% de los jefes de las familias son de sexo masculino, a diferencia del 35% que son de sexo femenino,

**Análisis:** este resultado aporta de manera positiva, porque al realizar la encuesta, el jefe se encarga de difundir a su familia en el hogar, y conocemos que hay equidad de género que participara en la ejecución del Plan de Desarrollo.

## 2. ¿Cuál es la edad de los jefes de familia encuestados?

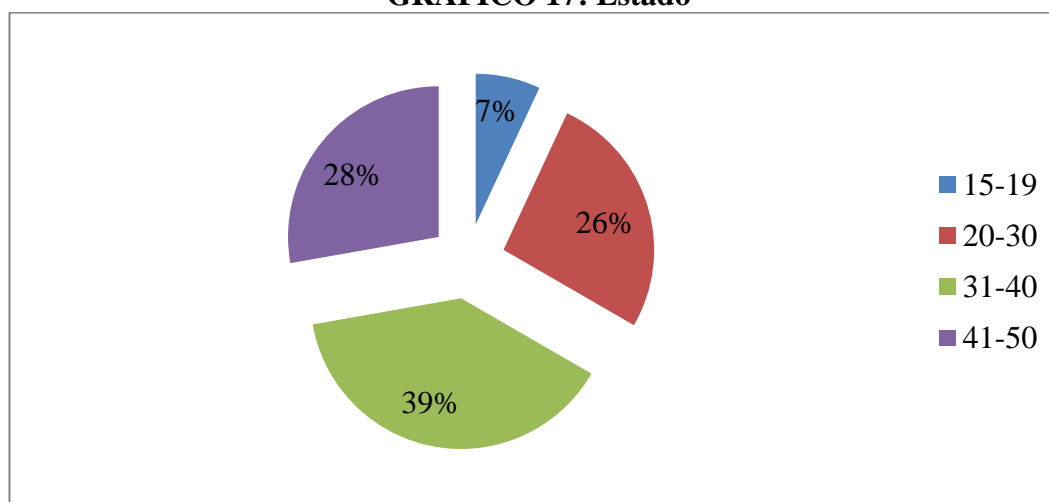
**TABLA 14: Edad de los Jefes de Familia**

Escala	Cantidad	Porcentaje
15-19	5	7%
20-30	19	26%
31-40	28	39%
41-50	20	28%
Total	72	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 17: Estado**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** La mayoría de los jefes de hogares son adultos jóvenes (39%) entre las edades de 31 a 40 años, el 28% de 41 a 50 años, el 26% de 20 a 30 años y el 7% de 15 a 19 años.

**Análisis:** la población de Curía es relativamente joven al ser los jefes de hogares adultos jóvenes, lo que puede ser tomado como fortaleza al momento de planificar procesos con un alto porcentaje de participación de la población.

### 3. ¿Cuál es su nivel de estudio?

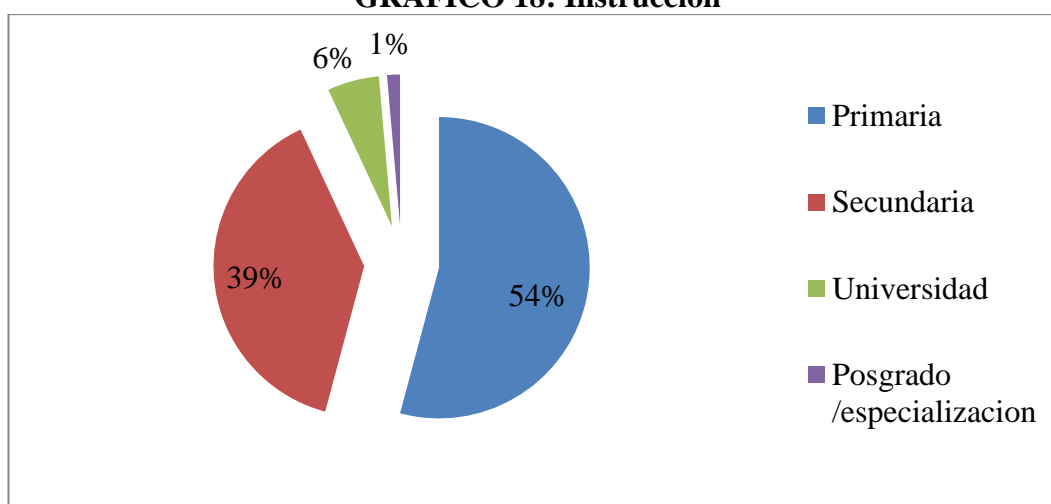
**TABLA 15: Nivel de Estudio**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Primario	39	54%
Secundario	28	39%
Universidad	4	6%
Posgrado /especialización	1	1%
Total	72	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curfá, 2013

**GRÁFICO 18: Instrucción**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curfá, 2013

**Interpretación:** El 54% de sus moradores ha avanzado hasta el nivel de primaria, el 39% cuenta con estudios de secundaria, el 6% tienen estudios de nivel superior, un 1% de Postgrado.

**Análisis:** El resultado determina que es necesaria la capacitación al personal para la atención a turistas en cualquier ente en el que se involucren, pudiendo participar en este proceso los que poseen estudios universitarios como una fuente de trabajo.

#### 4. ¿Cómo califica usted la gestión del cabildo Comunal?

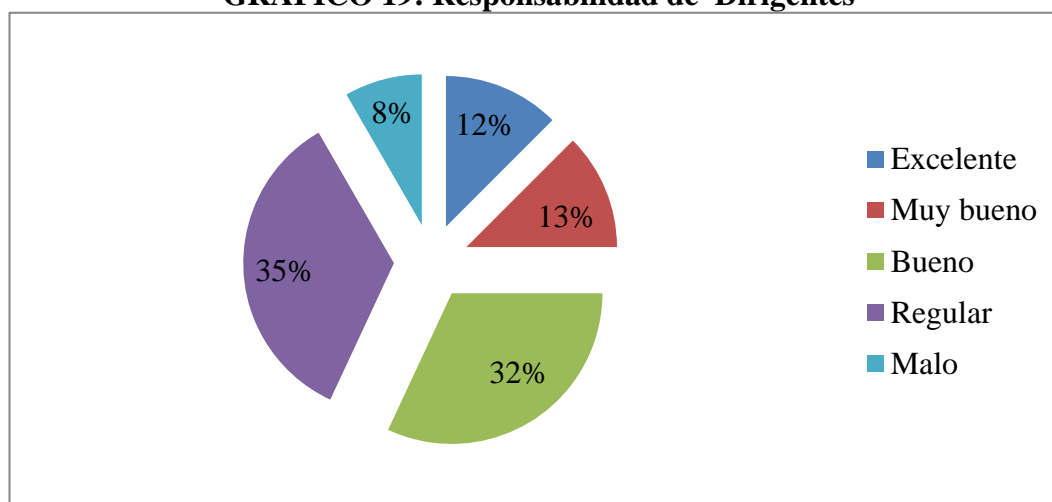
**TABLA 16: Gestión del Cabildo**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Excelente	9	13%
Muy bueno	9	13%
Bueno	23	32%
Regular	25	35%
Malo	6	8%
Total	72	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 19: Responsabilidad de Dirigentes**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** El 12% de los encuestados considera excelente la gestión del cabildo, un 13% muy buena, el 32% como bueno, no así el 35% que considera que es regular.

**Análisis:** El desenvolvimiento del cabildo comunal es regular, dando así una perspectiva para interpretar que hace falta más responsabilidad por parte del directorio que lidera la Comuna Curía, siendo la determinación de responsabilidades para la ejecución del plan fundamental para su acometido.



**5. ¿Cree usted que la economía de la comunidad se puede mantener con uno de los siguientes ítems?**

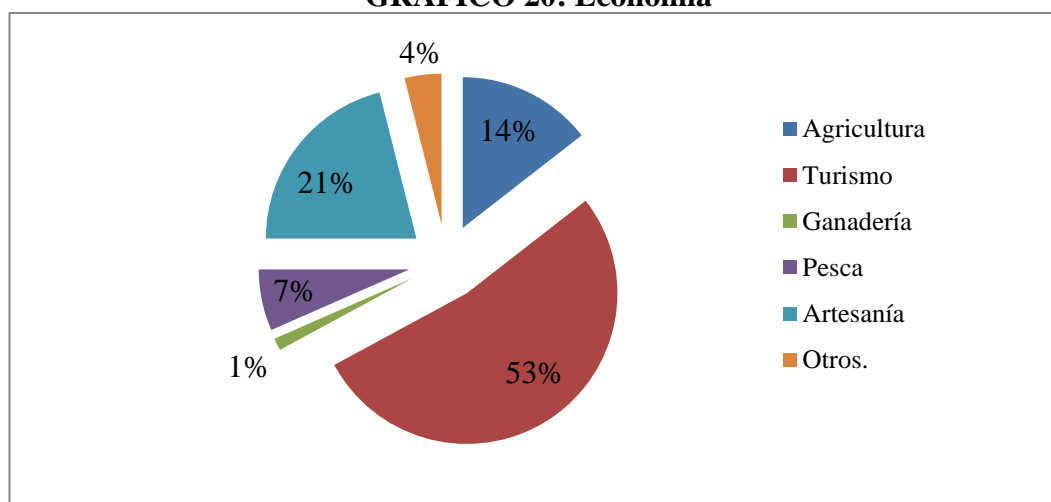
**TABLA 17: Economía de la Comunidad**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Agricultura	11	14%
Turismo	40	53%
Ganadería	1	1%
Pesca	5	7%
Artesanía	16	21%
Otros.	3	4%
Total	76	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 20: Economía**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** Los encuestados consideran que la economía se puede mantener a través del desarrollo de las siguientes actividades: 56% turismo, 19% artesanía, 13% la agricultura, 7% la pesca, el 1% la ganadería y el 4% otros factores.

**Análisis:** El 53% ha respondido positivamente por el turismo pero sin dejar a un lado las otras actividades que se presentaron considerando que son importantes para el desarrollo en conjunto de la población, lo que se considera como fortaleza para la participación en el plan puesto que lo consideran beneficioso.

**6. Para aplicar el desarrollo de un turismo sostenible debe existir responsabilidad por parte de todos, ¿qué opciones de las mencionadas considera más importantes?:**

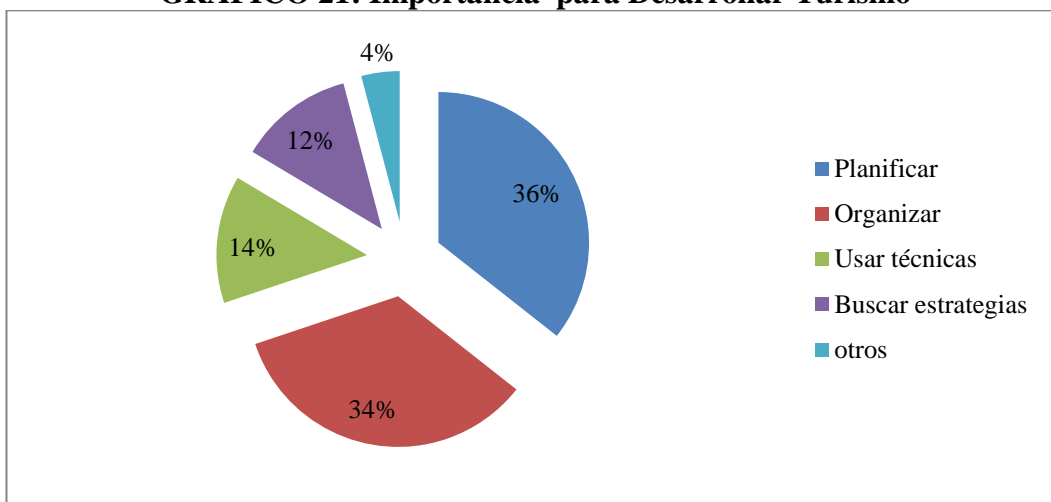
**TABLA 18: Desarrollo de Turismo Sostenible**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Planificar	26	36%
Organizar	25	34%
Usar técnicas	10	14%
Buscar estrategias	9	12%
Otros	3	4%
Total	73	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curfá, 2013

**GRÁFICO 21: Importancia para Desarrollar Turismo**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curfá, 2013

**Interpretación:** El 36% opina que se debe planificar, el 34% organizar, el 14% usar técnicas, el 12% buscar estrategias, y un 4% menciona otras alternativas.

**Análisis:** La población encuestada reconoce que la planificación es el camino para que las proyecciones puedan cumplir sus objetivos, de la mano tiene que venir la organización sin estos dos factores no se obtendrían los resultados esperados y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la localidad.

**7. ¿Cree usted que es importante la planificación y organización para realizar turismo en este destino?**

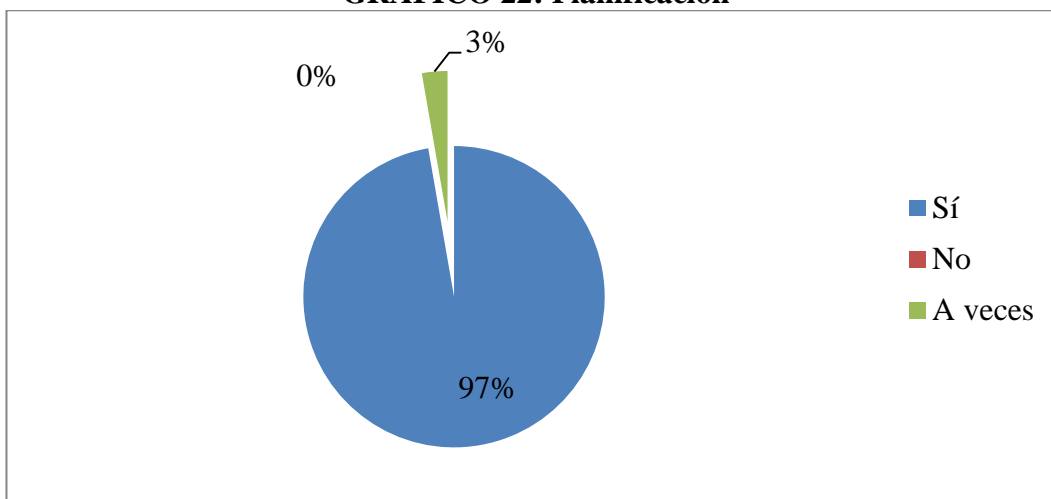
**TABLA 19: Importancia de la planificación**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	71	97%
No	0	0%
A veces	2	3%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 22: Planificación**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** El 97% coincide que la planificación es un método fundamental que es necesario para el desarrollo de los proyectos metas en sus actividades, y el 3% cree que solo a veces es necesario.

**Análisis:** Para que exista un turismo viable y de absoluta repercusión en la economía local es necesario que exista una planificación y una organización estable, así lo afirma el noventa y siete por ciento de la población encuestada y el análisis que se hizo a través de este gráfico.

## 8. ¿Conoce usted que es un atractivo turístico?

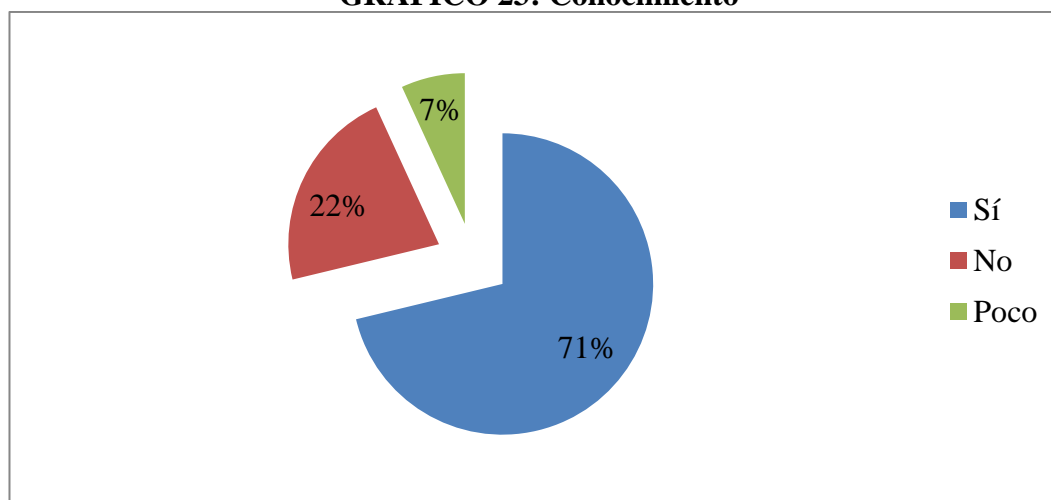
**TABLA 20: Identificación de Atractivos**

Escala	Cantidad	Porcentaje
<b>Si</b>	52	71%
<b>No</b>	16	22%
<b>Poco</b>	5	7%
<b>Total</b>	73	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 23: Conocimiento**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** El 71% de los comuneros encuestados conoce que es un atractivo turístico, sin embargo el 22% no conoce, mientras que un 7% tiene poco conocimiento del tema en cuestión.

**Análisis:** Al existir un porcentaje de 23% que desconoce de los atractivos turísticos se plantea la necesidad de realizar capacitaciones que incluyan estos temas afines con la finalidad de que todos los comuneros obtengan un conocimiento equitativo resto a los atractivos turísticos naturales con que cuenta la comunidad.

## 9. ¿Qué atractivos turísticos considera usted que existen en la comuna Curía?

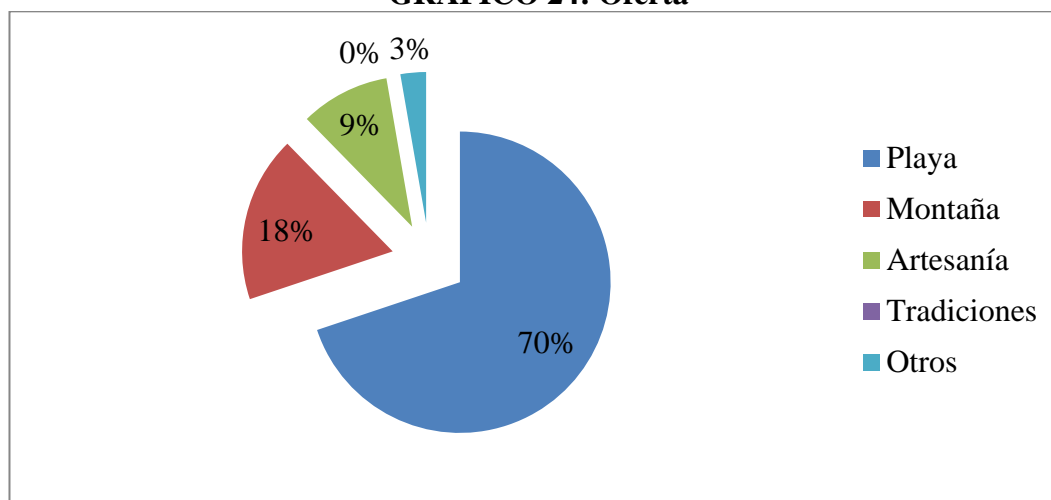
**TABLA 21: Atractivos turísticos**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Playa	51	70%
Montaña	13	18%
Artesanía	7	10%
Tradiciones	0	0%
Otros	2	3%
Total	73	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 24: Oferta**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** Los atractivos 70% respondieron la playa, el 18% decidieron por los bosques, el 9% las artesanía, y el 3% otros.

**Análisis:** Se considera como principal atractivo turístico la playa, también manifiesta que los bosque refiriéndose a las zonas montañosas son otro atractivo que se puede descubrir, por otro lado mencionan que la comunidad cuenta con artesanías como parte importante, ello también afirma que existen otros recursos que podrían involucrarse y ser identificados como atractivos turísticos y que se pretenden realizar a través del inventario y jerarquización de los atractivos.

**10. ¿Cómo califica usted el servicio de los actuales servidores turísticos en su comunidad?**

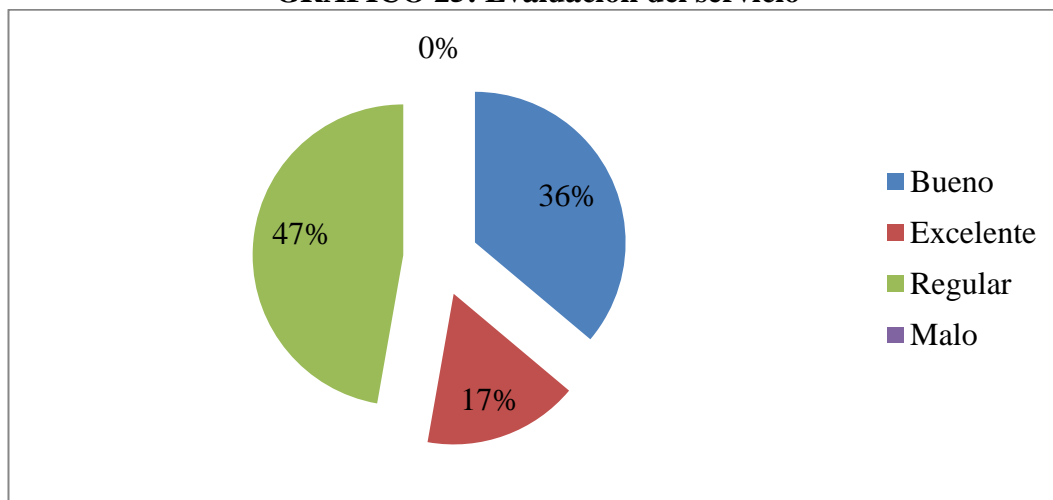
**TABLA 22: Calidad del Servicio**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Bueno	26	36%
Excelente	12	17%
Regular	34	47%
Malo	0	0%
Total	72	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 25: Evaluación del servicio**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** la calidad del servicio es considerada por los encuestados como: 36% bueno, el 47% regular, y 17% excelente.

**Análisis:** Los servidores turísticos son parte fundamental en el desarrollo de la comunidad, por ello califican de acuerdo a sus conocimientos, de manera que se busque una alternativa para mejorar la oferta y la calidad de atención.

**11. Para mantener la demanda turística en temporada baja, considera usted que se debe elaborar un plan de desarrollo turístico sostenible para su comunidad**

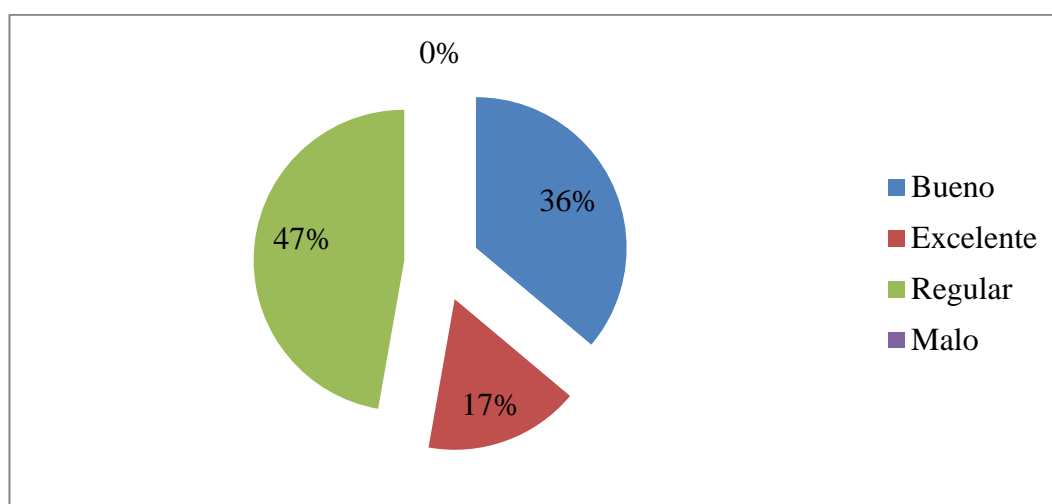
**TABLA 23: Perspectiva frente a la Elaboración del Plan de Desarrollo turístico**

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	60	83%
No	0	0%
Tal vez	12	17%
Total	72	100%

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**GRÁFICO 26: Apreciación del Proyecto de Tesis**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de encuestas a jefes de familias – Curía, 2013

**Interpretación:** El 83% de los encuestado respondió que sí, y el 17% dijo que tal vez.

**Análisis:** La población encuestada hace énfasis para conseguir permanente estadía de visitantes en este destino durante todo el año, la comunidad está consciente que se debe elaborar un plan de desarrollo turístico para que las personas que ya practican esta actividad puedan avanzar de forma organizada, así mismo como las personas que a futuro se involucraran directa e indirectamente de esta forma de vida.

### 3.3. CONCLUSIONES

Según los datos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los comuneros denotan el interés por la actividad turística, desde que la agricultura perdió su potencialidad, muchos vieron al turismo como una opción de resurgimiento económico, teniendo capacidad para involucrarse de manera directa en los diferentes roles del sector turístico una vez que sean capacitados para el efecto.

Los integrantes del cabildo comunal prestaron su predisposición para el levantamiento de la información sea esta por observación o documental, considerándose esta actitud como positiva para la ejecución del plan, además de que junto a la comunidad dieron propuestas para la programación de proyectos y actividades.

Desde el punto de vista de los turistas Curía es un buen destino, sin embargo el tiempo de estadía es de máximo tres días un porcentaje representativo aduciendo que no tiene una amplia oferta que motive a los turistas a quedarse por más tiempo, por lo que se hace necesario diversificar e identificar nuevas alternativas que hagan de este un destino diferente preocupado por la satisfacción de quienes lo visitan.

El flujo turístico del destino Curía tiene factores importantes que puede incidir como son los destinos que tienen en mente los grandes inversionistas, por ende cada uno intentará captar su mercado, habrá que recurrir al Ministerio de Turismo para gestionar y atraer al mercado meta a través de agencias de viajes.

A la vez todos coinciden en que para desarrollar el turismo se requiere el empleo de estrategias de marketing que de grandes referencias del destino, información que será servirá para la propuesta de programas y proyectos. Por ende se



Encuentra predispuestos a colaborar con el proceso de la planificación del turismo en la localidad.

### **3.4. RECOMENDACIONES.**

Considerar la información relevante proporcionada por los turistas , en la encuesta que son fundamentales para mejorar cada una de los servicios que se ofertan en la actualidad, con la finalidad de proyectar la fidelización de los turistas, tratando de asegurar el número de estadía de los visitantes, identificando nuevos atractivos turísticos naturales, y culturales para mejorar la oferta, añadiendo alternativas planificando con eficacia, organizando las actividades, controlar la capacidad de carga para evitar la degradación de los recursos proteger el medio ambiente haciendo de este un destino diferente preocupado por la satisfacción de quienes lo visitan.

Considerar la ayuda de organizaciones gubernamentales como el Ministerio de Turismo gobiernos descentralizados y las entidades competentes del desarrollo del turismo sostenible aprovechando esta oportunidad, así como la de los organismos no gubernamentales la empresa privada y la comunidad que será la anfitriona a fin de coordinar actividades que proyecten beneficios mutuos entre todos sus participantes.

Proyectar la mejora de la comunidad a través de un diagnóstico situacional de la comunidad y el respectivo direccionamiento estratégico que permita cubrir las necesidades del destino. Aprovechando el recurso humano y capacitar a los servidores turísticos y pobladores a través de talleres de capacitación, viables para el desarrollo sostenible de los distintos tipos de turismo que ofrece la comunidad en general, haciendo que el visitante se enamore del destino.

## **CAPÍTULO 4**

### **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.**

#### **4.1. PRESENTACIÓN**

El Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna Curía, ubicada en la Parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, tiene como objetivo principal fomentar el adelanto de la actividad en la comuna Curía a través de programas estratégicos planificados, con talento humano calificado basados en principios de sostenibilidad permitiendo una estacionalidad permanente de la demanda turística.

El plan expuesto es el resultado de un estudio de investigación de campo y de laboratorio, dónde se aplican los métodos deductivo, inductivo y de análisis, así como las técnicas de encuestas y entrevistas para la obtención de información veraz que sirven como base para la definición de estrategias que permiten solucionar diversas problemáticas presentadas en la localidad.

Con la información obtenida se ha realizado el respectivo diagnóstico situacional que involucra tres matrices: MEFI, MEFE y FODA, las mismas que a través del método analítico permiten evaluar el estado en el que se encuentra la Comunidad. Con este resultado se definen las estrategias que se implementarán para dar continuidad al proceso de planificación de la actividad turística de manera sostenible.

Se presentan 5 programas fundamentales: Mejora de infraestructura, Mejora de recursos turísticos, Formación de los recursos Humanos, Desarrollo y Mejora de

la oferta y Marketing del destino. Cada uno de estos cuenta con proyectos y actividades específicas, que se ejecutarán en un período de 5 años.

Los proyectos tienen como objetivos mejorar las condiciones en las que se encuentran los servicios básicos; Incentivar el reconocimiento y puesta en valor de los atractivos turísticos; Diversificar la oferta turística del Destino; Promover la preparación técnica para la prestación del servicio y el desarrollo de nuevas propuestas de turismo basándose en principios de conservación; Potenciar la promoción turística para el desarrollo social y cultural en el destino.

Se presenta el presupuesto respectivo, con la forma de financiamiento, así como un sistema de control para el cumplimiento de los objetivos planteados en cada uno de los programas.

Para su respectivo sustento se presentan los anexos, donde se encuentran los instrumentos de investigación y las fotografías de las diversas actividades realizadas en el proceso respectivamente.

## **4.2. JUSTIFICACIÓN**

La importancia de crear un plan a nivel interno de una localidad, es primordial porque ayuda a la ejecución y a las posibilidades de mejorar las condiciones de vida, considerando que en la actualidad los organismos públicos están ofertando opciones para que inviertan en los sectores con potencial turístico en proyectos de desarrollo, cabe destacar que es importante considerar la demanda del sector para viabilizar la competitividad dentro de las actividades turísticas, por esa razón se deben ejecutar planes que sirvan como modelos de desarrollo cuyo impacto no sea solo de carácter local, este debe ser también nacional e internacional.

El crecimiento de la actividad turística en la comunidad de Curía es notorio, dentro de los beneficiarios directos se encuentran: la alternativa o mecanismo

de ventaja para no depender de otras actividades como las que no son sostenibles, el mejoramiento de la calidad de vida, obtención de recursos para el cuidado de los recursos turísticos y hacer frente a la responsabilidad social y ambiental, la valorización de la cultura y sentido de pertenencia, el empoderamiento por parte de la población frente al desarrollo de actividades productivas y aquellos que pueden considerarse como indirectos dentro de los que destaca el crecimiento de otras industrias abastecedoras para la actividad turística.

Los planes turísticos son muy importantes para las comunidades porque favorecen el desarrollo, tienen lineamientos para trabajar de forma decidida e instantánea conociendo las virtudes que posee, además de los defectos a corregir de manera que el aprovechamiento de los recursos sea racional.

Se pueden presentar obstáculos como la desconfianza por parte de los moradores al mantenerse aislado y no sentirse apoyado por entes gubernamentales cuando se plantean varios proyectos. Por eso es menester definir que para lograr el desarrollo turístico se requiere el compromiso de los moradores de la comuna como un todo y con el apoyo de la Municipalidad, con el fin de obtener buenos resultados convirtiéndose así en una estrategia participativa que fortalecerá elementos internos de la comuna Curía logrado así la posibilidad de un crecimiento hacia fuera.

La importancia de involucrar a esta comuna en la actividad turística, es incluir a los pobladores para desenvolverse en otra actividad económica pero lo fundamental es interactuar en el cuidado de la naturaleza, dándole la atención necesaria y la protección adecuada de estos atractivos muy importantes del entorno, además de permitir el compartir con los visitantes varias temáticas sobre el medio ambiente concienciando el respeto al entorno cultural y natural.

El desarrollo de este plan, considerando las normativas actuales existentes en el país y las comunidades, permite tener un modelo a seguir y efectuar un correcto

proceso en el trabajo del ámbito turístico, permitiendo de esta manera conocer los atractivos que posee la localidad, sus necesidades, sus fortalezas, su potencial, para poder trabajar de forma ordenada y organizada con responsabilidad social, ambiental y cultural en la definición de las estrategias que se utilizarán en los programas, proyectos y actividades que se aplicarán para lograr el Desarrollo Turístico de la Comuna Curía permitiendo tener una demanda turística aceptable durante todos los meses del año.

El plan de desarrollo turístico es un proceso que se realiza a partir de un levantamiento de información a través de la investigación de campo, se determina el estado situacional de las comunidades, considerando los aspectos más influyentes de forma interna y externa, se establecen los objetivos organizacionales, misión, visión y políticas, y finalmente el plan mismo que se encuentra compuesto por proyectos, estrategias y actividades

Para su mejor resultado es menester realizar estos trabajos de la forma participativa tomando en cuenta la opinión de todos los involucrados en el desarrollo de la empresa.

Las ventajas de la planificación en los destinos turísticos son la organización de las actividades, la prevención de problemas futuros, se cumplen objetivos, fomentan la responsabilidad social y ambiental. Una de las desventajas es la mala planificación, que consecuentemente podría obtenerse el no cumplimiento de los objetivos.

### **4.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO**

En la Comuna Curía de la Parroquia Manglaralto a los 15 días del mes de septiembre del año 2013 en Asamblea se procedió a dar a conocer la realización del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la comuna, por lo que fue necesario socializar el tema con los habitantes. Para esto se procedió a trabajar

primero con una breve explicación de planificación y en que puede ayudar al desarrollo de turismo sustentable para la comunidad. Brevemente se indicó que es necesario el diagnóstico situacional, y de la importancia de la participación de la población en su elaboración, para ello se invitó a toda la comunidad a una próxima reunión de trabajo para llevar a efecto dicho diagnóstico.

Para la realización de diagnóstico situacional, se procedió a la explicación del FODA, herramienta útil para la determinación actual de la Comunidad, por lo tanto se establecieron 4 grupos de trabajos con objetivos distintos, cada uno en un eje: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El FODA se tomó como base para la determinación de la aplicación de Matrices de Ambiente Interno (MEFI) y Externo (MEFE), que permitieron dar una ponderación para determinar cuál era el grado de las fortalezas y oportunidades que posee la localidad. En estos entornos se encuentra detallado cada uno de los puntos estudiados para la determinación del Diagnóstico Situacional.

#### **4.3.1. Análisis de oferta turística**

La comuna Curía oferta actualmente turismo de sol y playa, los motivos de visita son de relajación y descanso, dentro de sus atractivos turísticos se encuentran la playa, el bosque, tradiciones y costumbres, la gastronomía y el mirador turístico natural, se destacan las ferias de turismo, las aperturas de temporada, ferias artesanales, etc., atractivos con un índice de potencial alto, considerando así por su valor natural.

Cuenta con los servicios complementarios de hospedaje y alimentación, a esto se le añade la amabilidad de su gente al momento de comunicarse con un turista o visitante que se interesa por conocer la localidad, estando siempre predispuestos a ayudar en diversas situaciones que se presenten durante la estancia de estos y a su vez brindándole la hospitalidad necesaria para hacerles sentir como en casa.

#### 4.3.1.1. Servidores Turísticos (Estructura Turística)

A continuación se presentan las categorías de los servidores turísticos y los tipos existentes en el destino turístico Curía:

**CUADRO 2: Servidores Turísticos**

<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>
Servicio de hospedaje	Hostales Hosterías Hospederías Comunitarias Otros
Servicio de alimentos y bebidas	Cabañas comedores Restaurantes Bares

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Aplicación de inventarios - Curía, 2013.

##### 4.3.1.1.1. Servicio de hospedaje

La comuna Curía cuenta con 10 establecimientos de hospedaje clasificados en varios tipos como: Hospedería Comunitaria, Hostales, Hosterías, y otros.

Cabe destacar que estos complementos cubren 251 plazas que se encuentran disponibles para su uso durante todo el año, siendo esta una fortaleza al poseer la posibilidad de recibir turistas que puedan pernoctar en la comunidad, sin embargo es necesario destacar que estas no son aprovechadas en su totalidad por el hecho que se usan mayormente en tiempo de gran afluencia, lo cual se vuelve una oferta que es demandada mayormente como una segunda alternativa, sin embargo los clientes fieles de la comunidad, aseguran que visitan y pernoctan en la comunidad por factores como la tranquilidad y seguridad que proyecta el destino así como el ambiente de familiarización que se ofrece, a esto se suma la hospitalidad que es considerada como un valor agregado al servicio que oferta la comunidad.

A continuación se detallan los tipos de establecimientos con el número de habitación y de plazas de hospedaje, las mismas que se presentan en el siguiente cuadro:

**CUADRO 3: Inventario General de Alojamiento**

<b>Tipos</b>	<b>Números</b>	<b>N° Habitación</b>	<b>N° de Plazas</b>
Hostales	5	40	134
Hosterías	2	27	93
Hospedarías comunitarias	1	2	4
Otros, Cabañas	2	8	20
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>77</b>	<b>251</b>

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Aplicación de inventarios - Curía, 2013.

Para una mejor ilustración a continuación se presenta detalladamente la información que permitió la presentación del cuadro anterior, en donde se puede verificar los establecimientos de hospedaje con los que cuenta la comunidad, el número de habitaciones que posee, y el número de pasajeros que se pueden hospedar en los tipos de alojamiento existentes, se entiende entonces que existe la posibilidad de realizar acomodaciones para la ubicación de turistas permitiéndoles hospedarse desde un grupo conformado por 4 personas hasta grupos con un número de entre 45 y 48 huéspedes:

**CUADRO 4: Inventario de Tipo de Alojamiento**

<b>N°</b>	<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Tipo</b>	<b>N° de habitaciones</b>	<b>N° de paxs</b>
1	Playa Linda	Hospederías Comunitarias	2	4
2	Hostería del Sur	Hostería	15	45
3	Villa Curía	Hostería	12	48
4	La Casa de Curía	Hostales	4	12
5	Curía Hostal	Hostales	12	38
6	Hostal Don Vicente	Hostales	7	38
7	Casa de Maru	Hostales	12	48
8	Cálidos Atardeceres de Marcelo	Hostales	5	15
9	Mary Basilio	Hostales	4	12
10	Crason	Hostales	4	8
<b>Total</b>			<b>48</b>	

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Aplicación de inventarios - Curía, 2013.



#### 4.3.1.1.2. Sector de alimentos y bebidas

La comuna Curía cuenta con 7 establecimientos de alimentos y bebidas clasificados en varios tipos como: cabañas comedores, restaurantes y bares.

Se presenta a continuación el detalle de los establecimientos de alimentos que actualmente se encuentran en funcionamiento y que atienden en tiempo de mayor afluencia turística, o por solicitud de grupos o personas que visitan con frecuencia la comunidad:

**CUADRO5: Establecimientos de Alimentos**

Nº	Nombre del establecimiento	Tipo	Nº de mesas	Nº de personas.
1	Cabaña Don Vicente	Cabañas Comedores	4	16
2	Cabaña Andreita	Cabañas Comedores	2	10
3	Cabaña Elqui	Cabañas Comedores	4	16
4	Cabaña Viviana	Cabañas Comedores	4	16
5	Niño Danielito	Restaurantes	5	20
<b>Total</b>			<b>19</b>	<b>78</b>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de inventarios - Curía, 2013.

Se presenta a continuación los establecimientos de bebidas con los que cuenta la comunidad, con el respectivo número de plazas y que funcionan bajo la misma modalidad en el siguiente cuadro:

**CUADRO 5: Establecimientos de bebidas**

Nº	Nombre del establecimiento	Tipo	Nº de mesas	Nº de personas.
1	Cocteles Danilo	Bar	5	20
2	Cocteles Hernán	Bar	2	8
<b>TOTAL</b>			<b>7</b>	<b>28</b>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de inventarios - Curía, 2013.

Cabe desatacar que estos complementos cubren 106 plazas las mismas que serán presentadas en el siguiente cuadro:

**CUADRO 6: Inventario de Establecimientos de Alimentos y Bebidas**

<b>Tipos</b>	<b>Números</b>	<b>Nº Mesas</b>	<b>Nº de Plazas</b>
Cabañas comedores	4	14	58
Restaurantes	1	5	20
Bares	2	7	28
Total	7	26	106

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Aplicación de inventarios - Curía, 2013.

#### **4.3.1.2. Superestructura turística**

Está conformada por los entes regulatorios del Ministerio de Turismo, la Dirección Provincial de Turismo y por EMUTURISMO, de ellos no se sabe mucho en la Comunidad pues no existe ninguna intervención para el mejoramiento en el desarrollo de la actividad turística que haga referencia a Curía como destino.

Internamente cuenta con un Cabildo Comunal, que se encuentra integrado por Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretario y Síndico, quienes se encargan de dirigir la comunidad y todos los acontecimientos que en ella suscitan. La organización que ésta realiza sigue siendo insuficiente en temas relacionados a la actividad turística, pues en este ámbito es muy poco lo que se ha realizado debido a otras situaciones que se presentan dentro de los que destacan el litigio de tierras por personas de otros lugares del país.

Respecto al Comité de Turismo, este dejó de funcionar hace un año y medio, y estuvo vigente por el lapso de 5 años, durante este tiempo la participación fue activa, pues se encargaba de organizar las aperturas de temporadas, mingas de limpieza, asistir a capacitaciones, etc. Su decaimiento se debe a la falta de otros

líderes que continúen con el proceso que realizaba un único presidente vitalicio que por motivos personales abandonó su cargo.

#### **4.3.1.3. Infraestructura**

La comuna Curía cuenta con servicio telefónico convencional y celular, internet, vías de acceso y energía eléctrica en correcto funcionamiento. La transportación es cubierta por las Cooperativas CITUP, Manglaralto y Reales Tamarindos. Sus horarios son desde las 4:00 am hasta las 21:00 pm, y en feriados hasta las 22:00 pm. Sin embargo no cuenta con alcantarillado y el servicio de agua no es potable es únicamente entubada.

#### **4.3.1.4. Atractivos turísticos**

##### **4.3.1.4. 1. Inventario de atractivos turísticos**

De acuerdo a los grupos de atractivos naturales y culturales, el inventario y jerarquización presenta en su mayor parte atractivos naturales que hasta ahora no son reconocidos por los mismos moradores y he aquí la importancia de su identificación, de tal forma que garantice un aporte para el desarrollo turístico, siendo estos: el bosque húmedo y seco tropical, el mirador turístico, las artesanías, las playas de Curía, descanso y seguridad, la gastronomía del sector y otras áreas verdes.

De la recolección de datos que fueron aplicados en la comuna Curía se identificaron los atractivos antes mencionados correspondientes a los siguientes grupos como son: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales, cabe destacar que se los consideró en este estudio como una fortaleza para el destino turístico, los mismos que deben ser aprovechados para que los turistas y visitantes puedan realizar otras actividades como complemento a la diversificación de la oferta. Los mismos que se presentan a continuación:

**CUADRO 7: Inventario y Jerarquización de Atractivos Turísticos**

<b>NOMBRES</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>JERARQUÍA</b>
Bosque húmedo y seco	Sitio Natural	Bosque	Húmedo Tropical Occidental	II
Mirador turístico	Sitio Natural	Montaña	Cerro	II
Artesanías	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías	II
Playa de Curía	Sitio Natural	Costa o litoral	Playa	II
Gastronomía	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas típicas	II
Manglar La Piedra	Sitio Natural	Costa o litoral	Estero	I

**Fuente:** Aplicación de inventarios - Curía, 2013.

**Elaborado por:** Suárez M, (2013)

**ATRACTIVO N° 1 BOSQUE SECO Y HÚMEDO TROPICAL**



**CATEGORÍA:** Sitio Natural

**TIPO:** Bosque

**SUBTIPO:** Humedo y seco

**UBICACIÓN:** Vía vecinal cordillera Chongón Colonche, sus límites, comuna San José, comuna Curía, Parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena.

### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.**

Este atractivo se encuentra en terreno planos y cerros con abundante vegetación, entre fauna y flora 30 mts de altura sobre el nivel del mar su temperatura varía entre 27° a 31°.

### **DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO**

#### **Valor Intrínseco**

Este bosque aun no protegido pertenece a los moradores de la comunidad, posee una flora joven muy surtida, también habitan especies en peligro de extinción. Aquí se puede hacer avistamiento de aves, caminatas por todo el bosque, allí no hay senderos, pero si hay caminos que conducen de una colina a otra, no existen caudales de ríos, lagos, ni lagunas, sin embargo es un bosque húmedo por la existencia de árboles endémicos y muy altos.

Actualmente en varias áreas están plantados árboles cítricos, toquillales plantas de café, siendo notoria la tala de árboles pero en pequeña escala también los grandes las personas con poderíos económicos han hecho desbroce por los alrededores, hasta ahora se mantiene el bosque húmedo y la casa de animales aun todavía se da por personas que viven cerca en las poblados.

#### **Valor extrínseco**

Goza de muy buen estado, durante el verano de mayo a diciembre y en invierno se torna un poco complicado por los días en que se presentan las lluvias pero no es mayor problema porque al realizar la actividad el cuerpo se ejercita y puede

llegar sin problemas. Para ingresar a la visita de este atractivo se lo puede hacer de varias formas esta puede ser caminando, en caballos, también se puede usar bicicletas; por todos estos medios se puede trasladar al bosque, tiempo de viaje es de una hora caminando, y en bicicleta media hora, y en caballo unos 45 minutos. Este atractivo es reconocido en el ámbito local, ocupa el puesto II en el orden Jerárquico.

**OBSERVACIONES:**

Este atractivo tiene mucha potencialidad a pesar de no poseer la planta turística adecuada.

**ATRACTIVO N° 2 MIRADOR TURÍSTICO CURÍA.**



**CATEGORÍA:** Sitio Natural.

**TIPO:** Montaña.

**SUBTIPO:** Cerro.

**UBICACIÓN:** Vía vecinal, limita al norte con áreas de reserva de la comunidad, al sur propiedad privada, al este áreas verdes naturales, cementerio, y vía Techin oleoducto, al oeste vía principal Manabí-Santa Elena, en la comuna Curía, Parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena.

### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

Altura, 30mt. Sobre el nivel del mar, temperatura aproximada 28° C a 32°  
vegetación endémica y poca avistamiento de aves terreno arcilloso.

### **DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:**

Este mirador turístico natural, está situado en un pequeña colina de una aproximación de 30 metros de altura pero al este de la comunidad allí se pueden observar aves marinas y aves de bosque que vuelan sobrepasando el espacio del mirador, también se puede apreciar una gran vista que abarca desde el cerro de Olón hasta la isla de Salango en todo el perfil, las extensas aguas del océano Pacífico, la población de Curía, los profundos bosque que están más profundos y las estructuras del sector norte desde. Curía hasta La Entrada, este espacio también es aprovechado por los apicultores que mantienen sus enjambres, para cultivar miel de abeja; por otro lado este lugar también es víctima de los depredadores que se han aprovechado de las especie de plantas nativas del lugar, así como también la falta de lluvias que también ha repercutido en el deterioro de su espesor vegetal.

### **ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

En el levantamiento de información del atractivo se puede denotar que este es un bien de la comunidad que se encuentra conservado por los comuneros

### **INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO**

Para visitar este atractivo se lo puede hacer directamente, caminando que se vuelve más emocionante al arribar al lugar ya que está cerca de la población, y mientras camina puede disfrutar del paisaje que se puede apreciar por diversos lados, El acceso es normal durante el verano, e invierno.

Pero existe un segundo acceso que es denominado emergencia para el regreso porque evita las distancias, en caso de que el visitante se encuentre agotado.

**OBSERVACIONES:**

Es importante la implementación de facilidades pues esto aumenta la potencialidad del atractivo.

**ATRACTIVO N° 3 ARTESANÍA.**



**CATEGORÍA:** Manifestaciones Culturales

**TIPO:** Etnografía

**SUBTIPO:** Artesanía

**UBICACIÓN:** Las artesanías son confeccionada o armadas en casa de los distintos artesanos los exhiben en sus propias casas, en la comuna Curía que se encuentra ubicada a 5 minutos de Montañita.

Los límites son: al norte con la comuna San José, al Sur comuna Olón, al este Cordilleras Chongón Colonche-límites con comuna Olón y San José, al oeste Océano Pacífico en la Parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.



## **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

Elaborados artesanalmente, con materiales de la zona, como la paja toquilla, concha, coco, tagua, chanta de banano, bambú, madera. Tipos de objetos sombreros, carteras, individuales, bisutería etc.

## **DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO**

Las artesanías son parte de la atracción también tiene su punto relevante porque existe un taller comunal para elaborar objetos de cañas tagua cochas y otros las mujeres emprendedoras, son parte de esta actividades de elaboración de tejidos de sombreros y carteras. Como también el folclore que está presente en las personas. Las artesanías son parte de los ancestros, Curía es una comunidad que creció con el pasar de los días y tiene un historia profunda de cada una de ellas los sombrero tejidos a mano se elaboran desde tiempo inmemoriales de finos acabados, que era lo que le identificaba en la producción de la paja toquilla.

## **USOS SIMBOLISMO**

La artesanía es una fuente de trabajo para los que se dedican a la elaboración de este producto, en la actualidad hay una asociación de mujeres en su mayoría se dedica a la elaboración de sombreros que le permita el acabado perfecto, la agrupación de cañeros realiza objetos elaborados en bambú que tampoco puede llevar acabo su aspiración por la ineficiente energía para sus maquinarias.

## **ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

En el levantamiento de información del atractivo se puede denotar que este es un bien de la comunidad que se encuentra conservado por los comuneros y a su vez se desarrolla de manera consecutiva lo cual va mejorando el nivel de vida de quienes se benefician directamente de esta manera de hacer turismo en la localidad.

## **INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO**

Para visitar este atractivo se lo puede hacer en carro doble transmisión, motos o también caminado. El acceso es normal durante el verano, y en invierno se torna un poco difícil por las lluvias que humedece la vía natural

## **OBSERVACIÓN**

Es importante fortalecer el grupo de artesanas para mejorar la calidad de sus artesanías y fomentar la innovación en alta escala.

## **ATRACTIVO N° 3 PLAYA DE CURÍA**



**CATEGORÍA:** Sitio Natural

**TIPO:** Costa o Litoral

**SUBTIPO:** Playa

**UBICACIÓN:** Comuna Curía que se encuentra ubicada a 5 minutos de Montañita en la vía principal Santa Elena-Puerto López con más de un kilómetro de playa.

**Límites:** Al norte con la Comuna San José, al Sur comuna Olón, al este Cordilleras Chongón Colonche-límite con la Comuna Olón y San José, al oeste Océano Pacífico en la Parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

## **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

Temperatura 28°C a 30°C, playa extensa, marejadas aptas para el Surfing, también se puede caminar tanto para el norte como para el sur apreciando su paisaje y aire yodado.

## **DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO**

Extensa playas, protegida por la marina mercante, riqueza ictiológica, arena blanca, fina y suave, con sus especies únicas de los cangrejos paguroideos, y los fantasma, y ermitaños, Flora de la playa: bejuco de playa y orquídeas pobres. Avistamiento de aves marinas, fragatas, pelicanos, piqueros. Toma de sol recorridos en caballos en una longitud de aproximadamente 4 kilómetros de longitud y desde diciembre a mayo se puede disfrutar de bellos atardeceres y relax que permite un descanso innovador.

Las aguas del océano pacífico permite practicar el deporte del surf, apropiado para principiantes y también para profesionales hasta la actualidad ningún bañista se ha ahogado en las aguas del océano en esta playa. Alteración por los servidores turísticos con las construcciones de cabañas restaurantes y bares en la orillas de la playa, destrucción de la flora, contaminación auditiva provocada por la música, las especies sufren el contacto de los protectores solares que son usados por los turistas y dejan el efecto cuando se sumergen en el agua las especies.

## **USOS SIMBOLISMO**

Alteración por los servidores turísticos con las construcciones de cabañas restaurantes y bares en la orillas de la playa, las especies han sufrido el contacto de los protectores solares y otros productos que usan los turistas al exponerse al sol estos igualmente dejan el efecto cuando se sumergen en el agua las especies y no solo se ha destruido las especies que viven en el agua sino también la arena y los

desovaderos de tortugas, el desconocimiento de turistas que se moviliza con sus vehículo en estas áreas afecta la reproducción de la especie.

### **ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

En el levantamiento de información se puede denotar que se encuentra bien conservado por la comunidad.

### **INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO**

Para visitar este atractivo se lo puede hacer caminando, considerando que se encuentra ubicado muy cerca de población. El acceso es normal durante el verano, y en invierno

### **OBSERVACIONES**

El mejoramiento de las vías de acceso y la adecuación de los servidores turísticos puede mejorar la categorización del atractivo.

### **ATRACTIVO N° 4 LA PIEDRA**



**CATEGORÍA:** Sitio Natural.

**TIPO:** Costas o litorales.

**SUBTIPO:** Estero.

**UBICACIÓN:** Comuna Curía que se encuentra ubicada a 5 minutos de Montañita  
Limites: Al norte con la comuna San José, al Sur comuna Olón, al este Cordillera Chongón Colonche, al oeste Océano Pacífico en la Parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

Temperatura: 29°-30°

Salinidad: 25 p/p

Suelo: arenoso y arcilloso

Altitud: 60 cm sobre el nivel del mar

Especies: vegetal endémicas, crustáceo, aves.

### **DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO**

Esta área fue deteriorada en con el pasar de los años escasez de conocimientos de los nativos que explotaron sus especies hasta casi extinguirlos, tanto en aves y plantas como son los mangles rojos, jelices los mismo que en los antes pasados lo usaron como un filtro purificador de aire, para vivir mejor en el aspecto de la salud, el Manglar La Piedra que existe desde hace muchas décadas sirvió de gran parte de la comunidad aquí realizaban las actividad de la pesca también fue productor de crustáceo y patos cuervos que sirvieron para la sustentación de los hogares a las comunas aledañas para su sustento diario.

### **USOS SIMBOLISMO**

El manglar la piedra es una reforestación que tiene su inicio desde el año 2011 con la ayuda de una ONG internacional, la comunidad y los gestores han logrado conseguir los recursos para evitar que se pierdan los mangles endémicos, como lo que paso en los años pasado, el consumo de las pesca convirtió a esta sector en una área desértico recuperar la especie, como las aves marinas de varios tipos proteger las plantas existentes por décadas que son tres, y al reforestación con

semillas para obtener nuevas plantas de mangle rojo es la meta principal, de allí los cangrejos azules volverán solo ya que los desoves puede permanecer por mucho tiempo, y al volverse el suelo húmedo y con mucha fertilización del mangle es acto para ellos, las especie de aves que se muestran en la fotografía. También es muy grande probabilidad de que se reproduzca.

### **ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

El estado de conservación del atractivo se encuentra en recuperación y en buen estado.

### **INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO**

Para visitar este atractivo se lo puede hacer en recorridos o también caminado. Las lluvias no dificultan el acceso al manglar,

### **ATRACTIVO N° 5 GASTRONOMÍA**



**CATEGORÍA:** Manifestaciones Culturales

**TIPO:** Etnografía

**SUBTIPO:** Comidas y Bebidas Típicas

**UBICACIÓN:** Comuna Curía que se encuentra ubicada a 5 minutos de Montañita  
Limites: Al norte con la comuna San José, al Sur comuna Olón, al este Cordillera Chongón Colonche, al oeste Océano Pacífico en la Parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena.

### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

Son platos típicos de la zona, que son preparados con pescados, mariscos todo tipo por lo general los platos más consumidos son filetes apanados y camarones apanados más los patacones de plátanos, con su deliciosa ensalada.

### **DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO**

De acuerdo con los elementos culturales del destino, se considera el arte culinario para ofrecer al turista, el típico platillo de coctel de almejas, se encuentra con escasez debido a la extinción de las almejas. Como también los platos a la carta preparados en mariscos y pescados.

### **USOS SIMBOLISMO**

El plato típico de este destino se encuentra en estado precario durante los meses de mayo a noviembre afectado por el clima, otros factores que ha portada a la escasez del plato típicos la extracción de este crustáceo, aun este destino no solo cuenta con cabañas que brindan el servicio de alimentos y bebidas y no con un restaurante que pueda satisfacer a los visitantes.

#### **4.3.2. Análisis de demanda turística**

En base al trabajo de campo con la aplicación de la encuestas a turistas, se definió que en la actualidad el destino cuenta con una demanda de visitantes nacionales y extranjeros, quienes llegan en busca de aventura, sol y playa, diversión, en las que se destaca la práctica de deportes acuáticos, así como también en menor escala

aquellas personas que buscan el relax y menos contaminación sonora que este destino ofrece.

#### **4.3.2.1. Características de la demanda**

Mediante el trabajo de campo y aplicación de encuesta, se determinó que la comuna Curía percibe la visita de turistas, en su mayor parte son turistas nacionales, cuya presencia abarcaba a un 80% de ciudadanos de la provincia del Guayas, y el resto a distintos lugares del país.

En tanto la **frecuencia** de la demanda en este sitio es variable pues como se definió anteriormente, cuenta con la visita de turistas todos los días de la semana y feriados durante los meses de diciembre a abril, siendo diferente en los meses de mayo a noviembre variando de manera cuantitativa.

El **gasto promedio** de sus visitantes es aproximadamente de \$200 dólares por persona considerando que su estancia por lo general son los fines de semana, es decir llegan en la mañana y retornan a sus lugares de origen cuando ya cae el sol, entonces se concluyó que esta cantidad está destinada en lo que es consumo de alimentación y práctica de otras actividades.

#### **4.3.2.2. Perfil del turista en el destino.**

Según las encuestas aplicadas a los turistas en el último feriado de octubre del 2013, los resultados obtenidos con respecto al perfil de los turistas fue el siguiente:

1. La edad de los turistas se encuentra entre 20 a 30 años de edad.
2. El sexo es masculino.
3. Visita la comunidad solo por un día, algunas veces pernocta una noche.
4. El principal motivo de visita es el descanso, en segundo plano por visitar a amigos y familiares.



5. Prefieren los hostales como establecimientos de hospedaje.
6. Son respetuosos frente a las reglas comunales.
7. Se encuentran motivados por los atractivos.
8. Prefieren restaurantes con servicios completos.
9. El gasto diario es menor a \$50 dólares.

### 4.3.3. Análisis FODA

**CUADRO 9: Matriz FODA**

<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura Turística: Existencia de Hospedaje y servicios de alimentos y bebidas.</li> <li>• Ubicación geográfica cerca de Montañita Ruta del Spondylus</li> <li>• Infraestructura básica: luz, agua, internet vías de acceso, vías internas y teléfono.</li> <li>• Oferta Turística: Atractivos turístico naturales y culturales.</li> <li>• Recurso humano en proceso de capacitación. Profesional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura Turística: Carestía de un restaurante que oferte variedad de platos, atención no permanente de las cabañas restaurant servicios de alimentos y bebidas.</li> <li>• Superestructura Turística: Desorganización interna de la comuna, Insuficiente panificación comunal, falta de un plan de Turismo, escasa promoción del destino.</li> <li>• Infraestructura Turística: cuenta con agua entubada, escasez de parqueadero y falta de alcantarillado.</li> <li>• Oferta Turística: Poca capacitación y deforestación.</li> <li>• Escasa inversión de los comuneros.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda turística: Llegada de turistas en temporada alta.</li> <li>• Comunicación: Internet, Transporte, Vías de acceso.</li> <li>• Obras municipales.</li> <li>• Recomendaciones verbales de los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda Turística: Baja de turistas en los meses de mayo a noviembre.</li> <li>• Desastre natural</li> <li>• Inversionistas con poder adquisitivo.</li> </ul>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

El siguiente análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas) se obtiene de la información de campo a través de Asamblea de Comuna. Donde se explica de la importancia y el proceso respectivo para realizar un FODA (Análisis Interno y Externo), posteriormente se aplicó la técnica de la lluvia de ideas donde se identificaron cada uno de las aportaciones de los participantes. Y luego se organizó de acuerdo a lo correspondiente. De esta investigación de campo se elaboró el siguiente cuadro:

#### **4.3.3.1. Fortaleza**

Dentro de la estructura turística cuenta con servicios de alojamiento entre Hostales, Hosterías y Hospederías Familiares que cubren un total de plazas de 220, plazas en restaurantes para 100 personas esto es una fortaleza ya que contamos con este oferta de servicio que es representativa tanto en alimentos y hospedaje.

Dentro de la Infraestructura se puede tomar como fortaleza las buenas vías de acceso que han permitido disminuir el tiempo de viaje para llegar a la comunidad y la conexión con la ruta del Spondylus, más las aproximaciones de la Ciudades como Guayaquil, Santa Elena, Salinas, Manta y Montañita. El transporte ha dado su mayor aporte debido a que cuenta con tres líneas de transporte una intercantonal y dos interprovinciales. También la comunidad cuenta con construcciones de las calles aceras, bordillo y el parque infantil que tiene sus decoraciones con plantas mejorando así el ornato, dando mayor realce al destino.

La comuna Curía cuenta con fortalezas que son los atractivos turísticos de carácter natural y cultural como: la playa, el bosque el mirador turístico, atardeceres, artesanías, sitios de descanso, también se pueden realizar actividades como: cabalgatas, observación de especies: avistamiento de aves costumbres, tradiciones, gastronomía. Este destino cuenta con clima caliente, templado y frío durante el año cuenta con estas estaciones.

#### **4.3.3.2 Debilidades**

Respecto a la prestación de servicios turísticos es de bajo nivel por falta de concientización por parte de los servidores turístico, la importancia de la buena atención al cliente. Así como la poca oferta de servicios en temporada son factores que también afectan en la temporada de frío, pero en la época de afluencia de turistas en la comunidad existe la falta de plazas de alojamiento en feriados de temporada alta, así como de un establecimiento de alimentos y bebidas con una variedad de platos.

En las debilidades encontramos la desorganización, la misma que no nos permite planificar, falta de un plan de turismo que plantee estrategias de direccionamiento, y permita la difusión del destino, también existe la falta de creación de programas de señalización interna que permita recorrer la comunidad y llegar a los diferentes sitios.

Otra debilidad es la ausencia de un parqueadero que brinde seguridad a sus usuarios y que genera una gran demanda, también existe poca capacitación en temas como la atención al cliente, creación de proyectos, planificación turística, etc.

#### **4.3.3.3. Oportunidades**

Se destaca la playa que es muy bien aprovechado, en los meses de temporada alta este balneario se vuelve muy visitados todos los fines de semana y feriados.

La ubicación geográfica permite la visita de turistas al destino desde otros lugares, siendo el transporte público y el mejoramiento de la vía principal Puerto López-Santa Elena de gran aporte para la llegada de turistas internacionales por la distancia no pueden traer sus propios vehículos, y al visitar la comunidad hacen uso de este medio.

Con el Internet se presenta como una gran ventaja por ser la fuente que permite informar a grandes distancia también, se puede dar a conocer el destino a través de este tipo de canales. Las Obras municipales es gran beneficio porque ayuda a la adecuación de las calles mejorando el ornato de la comuna

Se pueden aprovechar las capacitaciones brindadas por ONGs como Municipio prefectura Organizaciones públicas privadas e Internacionales.

#### **4.3.3.4 Amenazas**

En las Amenazas se determinó que los desastres naturales posibles que se encuentran es el Fenómeno del Niño, los oleajes fuertes que podrían causar daño a la población con la erupción de los suelos, desbordes de los ríos, construcciones anti técnicas muy cerca de la playa, construcciones que no cumplen con las normativas que le sugiere el departamento de la construcción, estas también son una amenaza porque contribuye a la contaminación visual, impidiendo la vistas panorámicas, otra situación es que obstruyen el paso del viento hacia el este de la comunidad obligando a regresar al océano y esto hace que las olas pierdan la fuerza necesaria para su formación y disminuye la actividad de deporte del Surfing.

Los inversionistas con poder adquisitivo, con el tiempo dejaran sin capacidad de competencia a los nativos de la comuna, debido a la gran diferencia de inversiones, en construcción de hospedaje, como el servicio de alimentos y bebidas, los grandes inversionistas con una visión formada son una competencia para la inversión del comunero, todavía hace falta diversificación de la oferta de actividades turísticas que permitan al visitante tener más opción para pernoctar en esta comunidad, otro punto que afecta es el desconocimiento de los nativos al realizar sus planificaciones, falta de ofertar paquetes turísticos que llamen la atención de los visitantes, existe también el poco interés de actualizar sus conocimientos para ejercer caragos en todo aspecto todo esto son amenazas.

#### 4.3.4. Análisis del ambiente externo

##### 4.3.4.1 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

**CUADRO 10: Matriz de Evaluación de Factores Externos**

Factor Externo Clave	VARIABLES	Ponderaciones	Clasificación	Resultado ponderado
Demanda turística: Llegada de turistas en temporada alta.	Amenazas	0,25	1	0,25
Desastres Naturales	Amenazas	0,01	2	0,02
Impactos negativo por nuevas actividades	Amenazas	0,07	2	0,14
Inversionista con poder adquisitivo	Amenazas	0,15	1	0,15
Demanda Turística: Baja de turistas en los meses de mayo a noviembre	Oportunidades	0,3	4	1,2
Internet	Oportunidades	0,02	3	0,06
Accesibilidad de transportes	Oportunidades	0,09	4	0,36
Recomendaciones verbales de los turistas así otros turistas	Oportunidades	0,08	4	0,32
Obras para mejorar el ornato de parte de IMSE	Oportunidades	0,03	3	0,09
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2,59</b>

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

Para la elaboración del MEFE, se toma como punto de partida la aplicación de la Matriz FODA, únicamente los aspectos relacionados al ambiente externo (Oportunidades y Amenazas). Se considera los puntos relevantes clasificados en elementos del sistema turístico: Estructura, superestructura e infraestructura, así como de la oferta y demanda turística que también reflejan en este ámbito.

El valor de las ponderaciones y de la clasificación se establece según la importancia que le dé el investigador a cada uno de los factores claves, siendo el total de resultado ponderado de 2,59, lo que demuestra que es una comunidad con baja posición externa, para su análisis se toman en cuenta el análisis de la demanda turística como el principal factor externo clave para el destino, como se muestra en el cuadro anterior.

#### **4.3.5. Análisis del ambiente interno**

##### **4.3.5.1 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)**

Para la elaboración del MEFI, se toma como punto de partida la aplicación de la Matriz FODA, únicamente los aspectos relacionados al ambiente interno (Fortalezas y Debilidades). Se considera los puntos relevantes, clasificados en elementos del sistema turístico: Estructura, superestructura e infraestructura, así como de la oferta y demanda turística.

El valor de las ponderaciones y de la clasificación se establece según la importancia que le dé el investigador a cada uno de los factores claves, siendo el total de resultado ponderado de 2,58, lo que demuestra que es una comunidad con mediana posición interna, para su respectivo análisis se presentan a continuación el detalle de cada uno de los factores claves en la determinación del diagnóstico de la Comunidad de Curía.

Este análisis es indispensable para la búsqueda de soluciones a un problema determinado para una comuna en vía de desarrollo, para analizar su conducta externa que nos permite que el destino logre progresar de manera óptima tal como se determina el resultado del análisis, con el proceso respectivo realizado de acuerdo al método aplicado el mismo que busca las dar soluciones al problema

A continuación encontraremos el cuadro de evaluación del MEFI:

**CUADRO 11: Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)**

Factor Interno Clave	VARIABLES	Ponderaciones	Clasificación	Resultado ponderado
Existencia de Hospedaje y servicios de alimentos y bebidas.	Fortaleza	0,12	4	0,48
Infraestructura básica: luz, agua, internet vías de acceso, vías internas y teléfono.	Fortaleza	0,18	4	0,72
Atractivos turísticos naturales y culturales.	Fortaleza	0,17	4	0,68
Carencia de un restaurante que oferte variedad de platos, atención no permanente de las cabañas restaurant servicios de alimentos y bebidas.	Debilidad	0,09	2	0,18
Desorganización interna de la comuna, Insuficiente planificación comunal, falta de un plan de Turismo, escasa promoción del destino.	Debilidad	0,2	1	0,2
Infraestructura Turística: cuenta con agua entubada, escasez de parqueadero y falta de alcantarillado.	Debilidad	0,16	1	0,16
Oferta Turística: Poca capacitación y deforestación.	Debilidad	0,08	2	0,16
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2,58</b>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

#### **4.3.6 PEST (POLÍTICO, ECONÓMICO, SOCIO-CULTURAL TÉCNOLÓGICO)**

La aplicación del PEST en la comuna Curía funciona como un marco para analizar una situación, desde el punto de vista político, económico, social, tecnológico. Herramienta de gran utilidad que mide el mercado (competencia, clientes, movilidad, social, actualizaciones tecnológicas, innovaciones, etc.) en el que se encuentra el producto turístico Destino Curía.

**CUADRO 12: Matriz PEST**

POLÍTICO	ECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estatutos internos para regularizar la comuna.</li> <li>• Autoridades involucradas</li> <li>• Desconocimientos, de administración en los cabildos comunales.</li> <li>• Trabajo de grupo con la comunidad</li> <li>• Inestabilidad Política</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasez de fuentes de trabajo</li> <li>• Escasez de créditos</li> <li>• Regularización de impuesto por los entes competentes</li> <li>• Cambio del clima.</li> <li>• Turistas Nacional e internacional</li> </ul>
SOCIAL-CULTURAL	TECNOLÓGICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de educación primaria secundaria, superior</li> <li>• Idioma Español</li> <li>• Religión católicos practicantes</li> <li>• Costumbre tradicionales, gastronomía</li> <li>• Equidad de género participación</li> <li>• Visitantes que pernoctas des 2 días hasta un mes extranjeros</li> <li>• Recursos naturales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco interés de promocionar la oferta turística, con planificación</li> <li>• Técnicas innovadoras aplicada en los hostales</li> <li>• Reserva vía Internet de hospedaje</li> <li>• Contactos por correos electrónicos video llamadas clientes - servidores turísticos</li> </ul>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Observación Directa – Comuna Curía, 2013.

#### **4.3.6.1. Aspecto político**

La comuna Curía organizacionalmente se encuentra constituida, de la siguiente forma con un cabildo comunal constituida por cinco personas, presidente, vicepresidente, síndico, secretaria y tesorero. Estos están sujetos a la decisión del asamblea, los habitantes están consiente que se tiene que vivir en comunidad y esto lo que permite trabajar en mingas para el desarrollo de proyectos comunitarios, y se buscan estrategias para mejorar, la participación. Están en la obligación de pagar sus cuotas y cumplir con sus deberes como cumplimiento de sus obligaciones a la vez que cultivan sus tierras para su consumo. Asimismo, se busca establecer una segunda forma de tenencia de tierras por considerarse ancestrales, de producción y administrativas.



#### **4.3.6.2. Aspecto socio-cultural.**

En el aspecto social los comuneros se han caracterizado al interactuar ya sea dentro de la familia, en el trabajo, con los vecinos, o en asociaciones locales o clubes y otros comités que se forman dentro de la comunidad. Cada una de las familias que conforman esta comunidad son muy relacionadas entre ellos, son hospitalarios con las persona que aún no conocen, también se puede decir que existen personas profesionales que se podrían aportar directamente en el desarrollo de la comunidad, también forman parte de las redes sociales para darle mejor posibilidad al aspecto social, el mismo que está soportado por las dimensiones y afecciones de emocionales a afectivas, cabe recalcar dentro de la comunidad lo social siempre se manifiesta en la colaboración sus costumbres, sus usos, su lenguaje, sus creencias, sus inclinaciones artísticas.

Sus acciones tienden no sólo a ofrecer cultura a través de distintas actividades organizadas especialmente, sino también a extraer del seno de su comunidad los valores artísticos y proyectarlos al conocimiento de la región y del país y, al mismo tiempo, proporcionar acciones que tiendan a la formación de las personas a través de distintos cursos y talleres.

En referencia a la educación común cuenta con escuelas, tanto primarias como guardería, los adolescentes van hacer la secundaria en Manglaralto, Olón, y que contribuyen en gran medida a promocionar la vida cultural de la población, en la comuna sus habitantes son liderados por un cabildo comunal. Participan de sus fiestas patronales que son en diciembre, de acuerdo con sus costumbres participan de las tradiciones en la actualidad.

#### **4.3.6.3. Aspecto económico.**

El aspecto económico de la comuna Curía, no es tan relevante, sin duda alguna porque esta comunidad carece de fuentes de trabajo, por lo que la población se

dedica a desarrollar actividades distintas como la albañilería, empleos en el sector privado, entre profesionales y operativos, por otra parte se dedican al turismo en temporada alta, las mujeres se dedican a la elaboración de artesanía durante el año.

#### **4.3.6.4. Aspecto tecnológico**

Para la comuna Curía ha sido de gran ventaja la tecnología, porque les ha permitido más oportunidades como el internet se ha utilizado para vender sus productos turísticos como habitaciones y la playa, la tecnología también ha ayudado en la educación ya que permite tener acceso a información del mundo entero, también han logrado mantener contactos de diálogo de pequeños negocios con otras personas mediante video llamadas. Para la comunicación también hacen uso de la telefonía celular para buscar sus proveedores productos en este caso las tiendas de víveres de primera necesidad.

#### **4.4. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

El plan de desarrollo turístico tienen como misión planear y promover el desarrollo turístico sostenible y competitivo de la comuna Curía con la utilización de los atractivos naturales y la actividad turística mediante programas estratégicos y participativos dirigidos a los turistas nacionales y extranjeros y de esta manera convertir a la comuna Curía como un destino turístico de excelencia y mejorar la calidad de vida de la población.

Se evidencia la necesidad de generar acciones concretas tendientes al logro de su desarrollo estratégico que sean asumidas tanto por el gobierno seccional y de turno, como por el sector privado, con el fin de potenciar continuamente su actividad, así mismo viabilizar los mecanismos adecuados para masificar la ejecución de nuevos planes de desarrollos turísticos que engloben todos los atractivos turísticos que cada día van surgiendo y forman parte de las nuevas fuentes de ingreso para la comunidad.

**CUADRO 8: Matriz de Direccionamiento Estratégico**

Factores Externos  Factores Internos	<b>OPORTUNIDADES</b> <b>O1.</b> Demanda turística temporada alta. <b>O2.</b> Ubicación geográfica Ruta de Spondylus <b>O3.</b> Internet <b>O4.</b> Transporte <b>O5.</b> Vías de acceso <b>O6.</b> Recurso humano capacitándose.	<b>AMENAZAS</b> <b>A1.</b> deficit de demanda turística <b>A2.</b> Desastre natural <b>A3.</b> Impacto negativos. <b>A4.</b> Inversionistas con poder adquisitivo <b>A5.</b> Escasa visión <b>A6.</b> Escasa inversión de los comuneros
<b>FORTALEZA</b> <b>F1.</b> Estructura Turística: Existencia de Hospedaje y servicios de alimentos y bebidas. <b>F2.</b> Servicio básico, vías internas <b>F3.</b> Oferta Turística: Atractivos turístico naturales y culturales	(F1,O1) (F2,A1)(F3,O2)  Mejorar el ambiente paisajístico del destino.	(A5,O6)(O6,A3)  Mejorar la infraestructura turística
<b>DEBILIDADES</b> <b>D1</b> Carestía de un restaurante que oferte variedad de platos. <b>D2.</b> Desorganización interna de la comuna, <b>D3.</b> Insuficiente panificación comunal, <b>D4.</b> Escasez de un plan de Turismo, <b>D5.</b> Escasa promoción del destino. <b>D6.</b> Escasa capacitación <b>D7.</b> Deforestación.	(D1,O1)(D2,O3)(D3,O5) (D7, A3)  Mejoramiento del Recursos Humano.	(A5, D2) (D1,A6)  Marketing del destino

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Observación Directa - Comuna Curía, 2013.

Su visión es lograr para el año 2020 que la comuna Curía sea reconocida y posesionada en el mercado como el mejor destino turístico sostenible y competitivo del sector norte de la Provincia de Santa Elena, gracias a la calidez y el talento de su gente capacitada para brindar calidad y calidez en la oferta de servicios respetando la naturaleza, creando confiabilidad y fidelidad de quienes nos visitan. Las políticas del plan están sujetas al desarrollo social, económico, al cuidado y conservación de los recursos naturales y culturales, y el apoyo a la

creación de nuevos productos. Su principal objetivo es promover el desarrollo del turismo en la comuna Curía a través de programas estratégicos planificados, con talento humano calificado basados en principios de sostenibilidad permitiendo la eficiencia en la demanda turística durante todo el año.

#### **4.5. DEFINICIÓN DEL MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO**

El plan de desarrollo turístico es el resultado de un trabajo investigativo realizado en la comuna Curía, ubicada en la Parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena provincia del mismo nombre.

El modelo está basado en lo propuesto por (Pearce, 1988), consiste en el Análisis de la demanda turística para la propuesta de un plan.

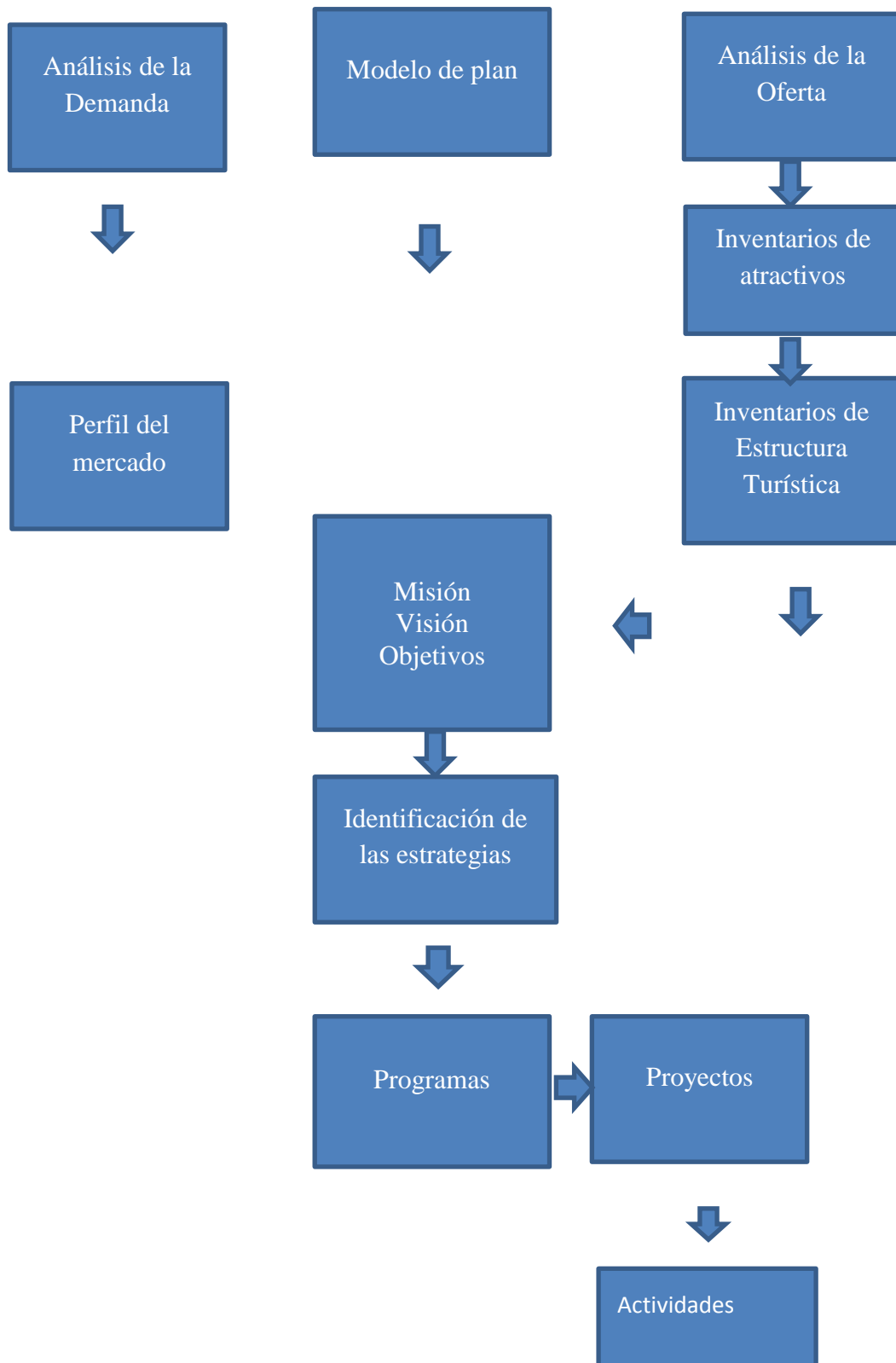
Previamente se realiza los diversos análisis situacionales como el FODA, MEFI y MEFE, que permiten ubicarse en la realidad actual que vive la población y sus efectos en la actividad turística.

Cuenta con misión, visión, objetivos, políticas y estrategias que se encuentran encaminadas a la solución de la problemática planteada en el anteproyecto de la investigación.

Con el cual se busca mejorar la calidad de vida de cada habitante de esta localidad como también mejorar el acogimiento del sector por turistas que la visitan siendo estos nacionales como internacionales

Está elaborado para un lapso de 5 años a partir del 2015, con la finalidad de dar un seguimiento al cumplimiento de los objetivos planteados en la presente propuesta, contando así con un cronograma individual e integrado, además del Cuadro de mando integral que permitirá el control respectivo en la ejecución del plan. Se presenta a continuación el gráfico para una mejor interpretación:

**GRÁFICO 27: Modelo del Plan de Desarrollo Turístico**



**Elaborado por:** Suárez M, 2013  
**Fuente:** Comuna Curía, 2013.

La comuna Curía se vuelve competitiva al momento que los turistas seleccionan este lugar como un lugar seguro y acto para el descanso, al aplicarse las nuevas estrategias, ayudará al desarrollo con la promoción de los atractivos del destino.

Se debe de analizar las funciones que puedan ser viables para tener una demanda y ventajas competitivas que puedan ser el progreso de la comunidad, siendo una de estas el destino, que cuenta con la estructura de hospedaje y atractivos naturales que son parte de oferta turística.

#### **4.5.1. Misión**

Planear y promover el desarrollo turístico sostenible y competitivo de la comuna Curía con la utilización de los atractivos naturales y la actividad turística mediante programas estratégicos y participativos dirigidos a los turistas nacionales y extranjeros y de esta manera convertir a la comuna Curía como un destino turístico de excelencia y mejorar la calidad de vida de la población.

#### **4.5.2. Visión**

Lograr para el año 2020 que la comuna, Curía sea reconocida y posesionada en el mercado como el mejor destino turístico sostenible de la provincia de Santa Elena y Dar a conocer una comunidad líder en la participación de micro empresarios turísticos que en alianza con los gobiernos descentralizados promuevan las actividad turística, no solo de sol y playa sino conocer su gente y cultura y otros atractivos naturales, como estrategias de desarrollo económico local y como alternativa de mejoramiento de nivel de vida de la comunidad, siendo pionera en desarrollo de proyectos turísticos.

#### **4.5.3. Políticas rectoras**

Las políticas rectoras del Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna Curía se encuentran alineadas al respeto hacia los seres humanos y al ambiente en donde se desenvuelve y se enmarcan a continuación:

- Planificación
- Organización.
- Desarrollo social.
- Apoyo al desarrollo económico de las comunidades locales.
- Cuidado y conservación de los recursos naturales y culturales.
- Fortalecimiento del recurso humano.
- Apoyo a la promoción del destino turístico.

#### **4.5.4. Sistemas de objetivos**

##### **4.5.4.1. Objetivo general**

Fortalecer el desarrollo turístico en la comuna Curía a través de la ejecución de programas y proyectos de mejoramiento y adecuación de la infraestructura, de los atractivos y servicios turísticos, y de la promoción del destino, basado en principios de sostenibilidad promoviendo así la eficiencia en la prestación de servicios y la oferta actual que tiene Curía.

##### **4.5.4.2. Objetivos específicos**

- Mejorar el ambiente paisajístico de la comunidad a través del fortalecimiento de las actividades de la educación ambiental en la comuna Curía y el proyecto de desechos sólidos mejorando así la imagen del destino.
- Adecuar lugares estratégicos como la señalización de senderos, centros de interpretación cultural, parqueadero y las cabañas- restaurantes para brindar un mejor servicio a los turistas que visitan el destino.
- Diversificar la oferta actual de la comuna Curía a través de la actualización y mejora de los atractivos y la creación de nuevos paquetes turísticos, fortaleciendo así el lugar a nivel de destino.

- Mejorar el servicio de atención al cliente a través de capacitaciones, talleres y cursos promoviendo el conocimiento y valorización del destino.
- Posicionar a la comuna Curía a través de mejoramiento de los canales de distribución y la aplicación de estrategias de promoción fortaleciendo y captando nuevos mercados turísticos.

#### 4.5.5. Formulación del plan de desarrollo turístico

##### 4.5.5.1. Cuadro de estrategias

A continuación se presenta el cuadro de estrategias con los respectivos objetivos:

**CUADRO 9: Estrategias**

Programas	Objetivo
1. Mejora del ambiente paisajístico del destino	Mejorar el ambiente paisajístico de la comunidad a través del fortalecimiento de las actividades de la educación ambiental en la comuna Curía y el proyecto de desechos sólidos mejorando así la imagen del destino.
2. Mejorar la infraestructura turística	Adecuar lugares estratégicos como la señalización de senderos, centros de interpretación cultural, parqueadero y las cabañas- restaurantes para brindar un mejor servicio a los turistas que visitan el destino.
3. Mejoramiento del Recurso Humano	Mejorar el servicio de atención al cliente a través de capacitaciones, talleres y cursos promoviendo el conocimiento y valorización del destino.
4. Marketing del destino	Posicionar a la comuna Curía a través de mejoramiento de los canales de distribución y la aplicación de estrategias de promoción fortaleciendo y captando nuevos mercados turísticos.

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía



#### 4.5.5.2. Plan de acción (programas de mejoras, cronogramas y presupuestos)

##### 4.5.5.2.1. Mejora del Ambiente Paisajístico

**CUADRO 10: Mejora del Ambiente Paisajístico.**

<b>LÍNEA ESTRATEGICA/ PROGRAM</b>	<b>Mejora del Ambiente Paisajístico.</b>
	El programa de mejoramiento del ambiente paisajístico está orientado a fortalecer los procesos existentes de la educación ambiental en la comuna Curía y el proyecto de desechos sólidos.
<b>OBJETIVO</b>	Mejorar el ambiente paisajístico de la comunidad a través del fortalecimiento de las actividades de la educación ambiental en la comuna Curía y el proyecto de desechos sólidos mejorando así la imagen del destino.
<b>PROYECTO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto de desecho solidos</li> <li>• Proyecto educación ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar el lugar designado para el proyecto de desechos sólidos.</li> <li>• Establecer los procesos para el manejo de desechos sólidos.</li> <li>• Ubicar separadores de basura en puntos estratégicos de la comunidad.</li> <li>• Fortalecer el programa de voluntarios PIKA RECICLA de la comunidad de Curía.</li> <li>• Realizar campañas de concientización a los turistas que visitan la comunidad.</li> <li>• Realizar campañas de concientización en los centros educativos.</li> </ul>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

## **Descripción de proyectos**

### **Proyecto 1: Desecho solidos**

#### **Objetivo:**

Mejorar la imagen del destino a través de proyectos de manejo de desechos sólidos como el reciclaje, y la implementación de los lugares de recolección y separación, optimizando la calidad de vida de sus habitantes y de los turistas que la visitan.

#### **Descripción:**

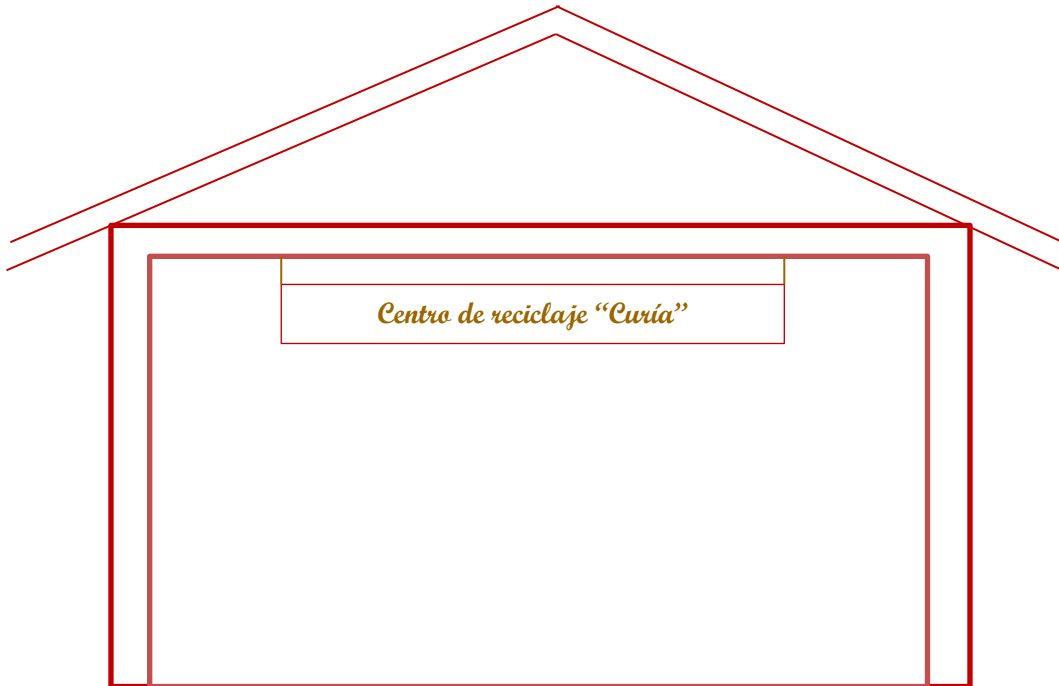
Se busca la viabilidad de mantener un turismo sostenible, el método del reciclaje de los desechos sólidos ayuda a mantener las calles de la población limpias y esto también aportará a las familias de la comunidad, para que al vender estos desechos tanto de plástico, como latas y cartonés obtendrán un ingreso mínimo. Pero se logra el gran objetivo de una comunidad limpia y segura de infecciones y a la vez protegiendo la carga de basura que sobrepasaría sin este proceso de reciclar, de esta manera también protegemos el medio ambiente.

#### **Actividades**

#### **Implementar el lugar designado para el proyecto de desechos sólidos.**

El terreno, en donde se realizará las adecuaciones para el Centro de Reciclaje contará con un espacio para la corrección de los desechos sólidos que pueden reciclarse como: plásticos, vidrios, papel y cartón, chatarra y metal, y en otros se ubicarán pinturas y aceites, pilas y baterías, y materiales textiles, también contará con oficinas administrativas(fuera del espacio del Centro de Reciclaje Curía) para el correcto direccionamiento de esta nueva empresa comunitaria que pretende reconocer la labor que vienen realizando el grupo ecológico de la comunidad a través de un salario digno y se encontrará distribuido de la siguiente manera:

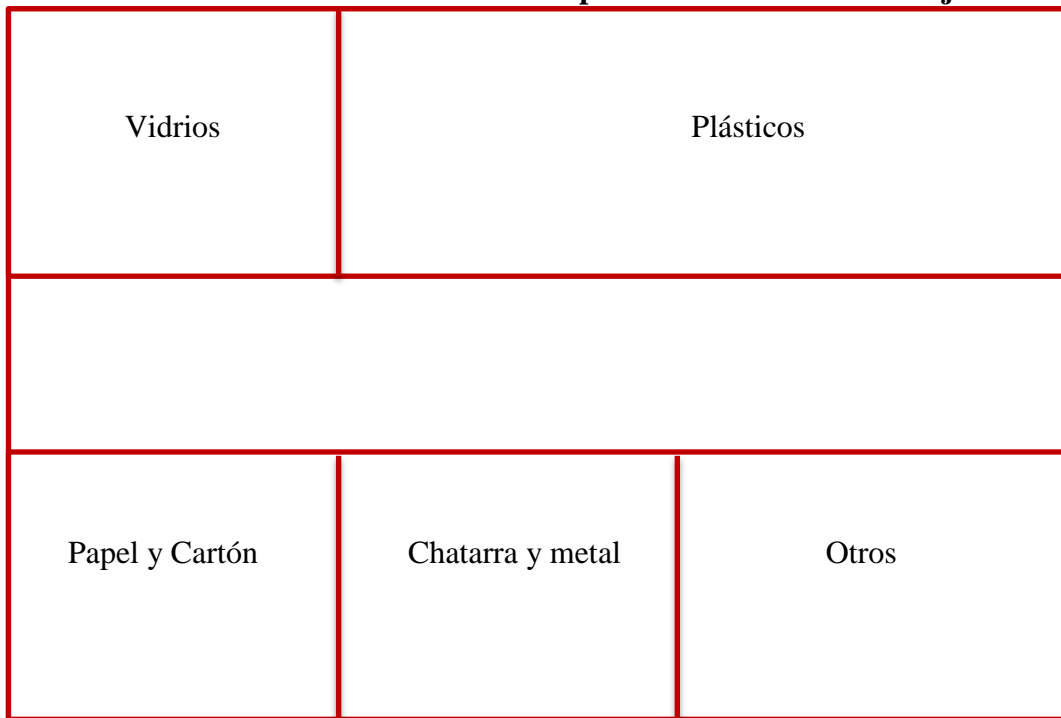
**GRÁFICO 28: Parte Frontal del Centro de Reciclaje “Curía”**



**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

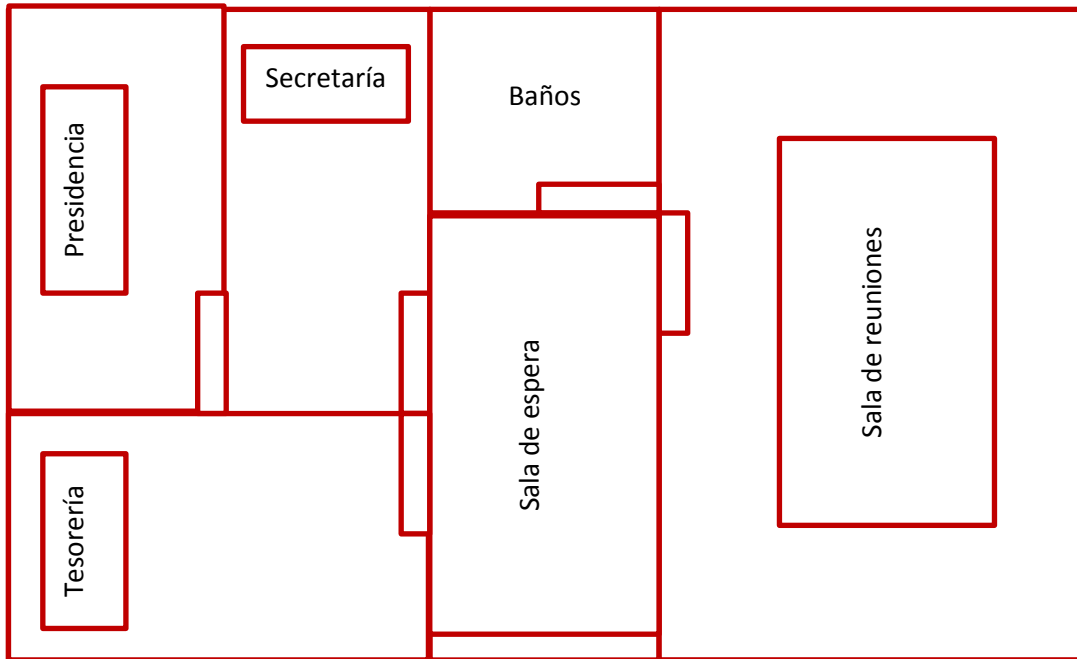
**GRÁFICO 29: Distribución del Espacio de Centro de Reciclaje**



**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

**GRÁFICO 30: Distribución de las Oficinas del Centro de Reciclaje “Curía”**

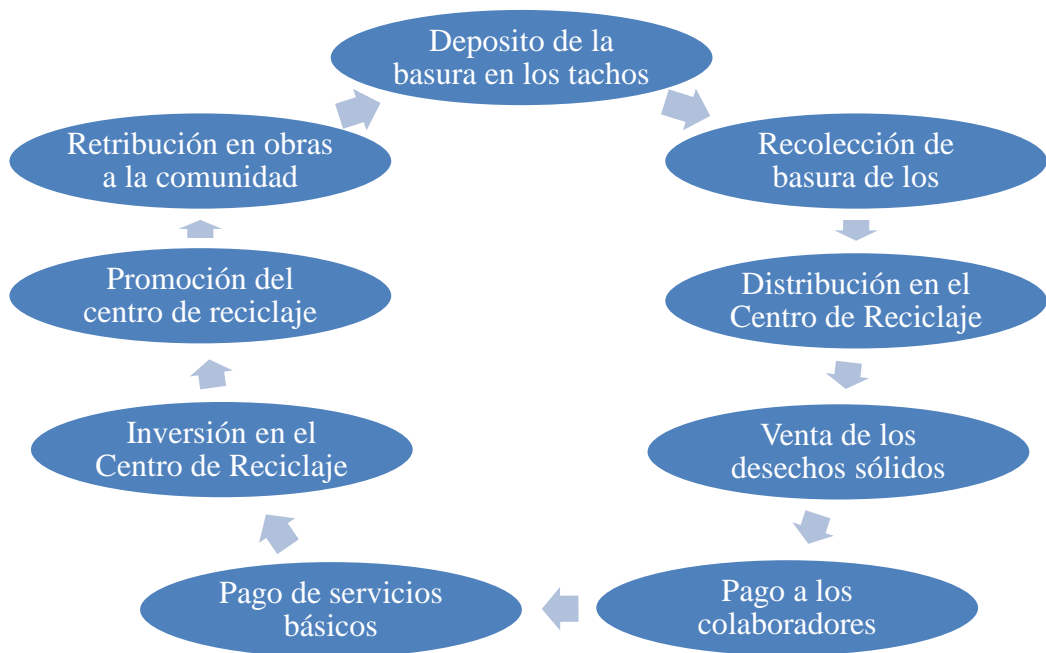


Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

**Procesos para el manejo de desechos sólidos.**

**GRÁFICO 31: Procesos para el Manejo de Desechos Sólidos.**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

## **Separadores de basura en puntos estratégicos de la comunidad.**

Se realizará nuevos convenios con la empresa PIKA, con la finalidad de solicitar nuevos tachos para usos exclusivos de reciclaje, para la recolección y separación de materiales, los mismos que se encontraran ubicados en lugares estratégicos, para un mejor manejo de los comuneros y visitantes a continuación se presenta el modelo de tachos a solicitar:

**GRÁFICO 32: Estaciones de Reciclaje**



Fuente: [www.pika.com.ec/Web/noticias2.htm](http://www.pika.com.ec/Web/noticias2.htm)

### **Financiamiento:**

La construcción del Centro estará a cargo de la Ilustre Municipalidad de Santa Elena, por ser la recolección de basura una de sus funciones, esta entidad invertirá en el proyecto, ya que se disminuirá en gran parte la cantidad de basura, por lo que únicamente recolectará los desechos orgánicos. La implementación de estaciones de reciclaje estará a cargo de la empresa PIKA a través de su programa de reciclaje y el grupo ecológico conformados en la comuna Curía.

## **Proyecto 2: Educación ambiental**

### **Objetivo:**

Concienciar a la comunidad de Curía y a los turistas que la visitan a través de campaña en la población, las instituciones educativas y sus visitantes incentivando la cultura de reciclaje.

### **Descripción:**

El proyecto consiste en fortalecer con capacitaciones al grupo ecológico de voluntarios de la comuna Curía, contribuyendo al mejoramiento de las actividades que ellos realizan, y creando campañas de concienciación dirigidas a los visitantes y a los pobladores dando una buena información, así como a las instituciones educativas recordando los conocimientos son los que nos juzgarán en el futuro esta actividad también se enfoca en disminuir la contaminación en el ambiente ayudara a mantener las calles limpias y más organizadas y evitar malos olores en la comunidad, mejorar la imagen de la población y contribuirá a la cultura en el futuro, en el mundo hay millones de toneladas de basura la misma que es difícil de deshacerse, por eso lo más aconsejable es que los plásticos, vidrios y los metales se vuelvan a reutilizar evitando así la sobre carga de basura en los sitios determinados para almacenar los residuos que son descartados por el hombre, inconsciente de la verdad.

### **Actividades:**

**Fortalecimiento del programa de voluntarios PIKA RECICLA de la comunidad de Curía.**

**OBJETIVO:** Mejorar los procesos del manejo de los residuos sólidos evitando así problemas de salud de los colaboradores del programa de voluntarios.

**DESCRIPCIÓN:** los colaboradores mejoraran los procesos al mismo tiempo que cuidaran de su salud al utilizar los equipos necesarios para prevenir enfermedades.

**POBLACIÓN OBJETIVO:** Colaboradores del programa de voluntarios del Grupo Ecológico de Curía.

**REQUISITOS:** Participar activamente del Grupo Ecológico de Curía.

**TEMÁTICAS O CURSOS:** Manejo de Desechos sólidos e Higiene en el manejo de desechos sólidos.

**NÚMERO DE HORAS:** 32.

**PERFIL DEL CAPACITADOR:** Profesional con experiencia en dictar cursos de capacitación de higiene en el manejo de desecho sólidos, conocimientos en didáctica y dominio de grupo.

**Campañas de concientización a los turistas que visitan la comunidad y en los centros educativos.**

Las campañas se realizaran a través de mingas de limpieza y la entrega de folletos a los involucrados en los procesos, así como ferias estudiantiles dirigidas a la población en general, así como también involucra a los turistas que nos visitan, para concienciar sobre el manejo de desechos y sobre el cuidado de las playas, además de promover una cultura de mantenimiento del medio uso adecuado de los sitios turísticos y conservación de la fauna y flora del destino.

A continuación se presenta la muestra de uno de los folletos que se utilizará para en la campaña de concienciación en el cuidado del sector turístico y manejo adecuado del mismo promocionado esta cultura para convertirlo en hábito en la comunidad, el tipo de folleto es el siguiente:

### GRÁFICO 33: Hoja Volante: Invitación para Reciclar



Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curia  
Elaborado por: Suárez M, 2013

#### Financiamiento: proyecto 2.

El comité de turismo en conjunto con la comuna será quien se encargue de buscar auspicio. Los cabañeros están en la obligación de contribuir con una cuota económica anual, para todo el año.

En cuanto a la campaña para educar al turista será los cabañeros y dueños de restaurantes quienes cubran estos gastos, que será un mínimo porcentaje porque, solo deben implementar televisor y videos.

La concientización a los niño de la escuela no correrá con gastos, ya que esta institución está en obligación de aportar y educar y concienciar en el cuidado del medio ambiente.

El programa PIKA recicla se incluirá como parte del grupo de quienes financiamiento pues los proyectos van encaminados a fortalecer la labor que se vienen realizando, sino que ellos serán los compradores de la basura reciclada.



**CUADRO 16: Mejorar la Calidad del Servicio Turístico.**

Línea estratégica / programa		CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO											Responsable	Presupuest o	Fuente de financiamiento	Priorida d	Plazo
		2014		2015		2016		2017		2018							
<b>Proyecto 1 Desecho solidos</b>	Acciones	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	Comuna. Comité de turismo PIKA recicla. Municipalidad de Santa Elena.	\$25000,00	Municipio de Santa Elena. Instituciones Educativas. Cabañeros. Dueños de establecimiento s.	Mediano	Largo Plazo	
	Implementar el lugar designado para el proyecto de desechos sólidos. Crear el programa y establecer los procesos para el manejo de desechos sólidos. Ubicar separadores de basura en puntos estratégicos de la comunidad.	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S						
<b>Proyecto 2 Educación ambiental</b>	Fortalecer el programa de voluntarios PIKA RECICLA de la comunidad de Curía. Realizar campañas de concientización a los turistas que visitan la comunidad. Realizar campañas de concientización en los centros educativos.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Comuna Comité de turismo	\$5000,00	Municipio de Santa Elena. Instituciones Educativas. Cabañeros. Dueños de establecimiento s.	Media	Largo Plazo	
	TOTAL																\$ 30000,00

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

#### 4.5.5.2.2. Mejorar la infraestructura turística

**CUADRO 17: Mejoras de la Infraestructura Turística**

PROGRAMA N° 2	Mejoras de la infraestructura turística
OBJETIVO	Crear un centro de interpretación cultural y fortalecer las cabañas restaurantes para brindar un mejor servicio a los turistas que visitan el destino.
<p>PROYECTO 1</p> <p>Crear un centro de interpretación cultural</p> <p>PROYECTO 2</p> <p>Fortalecimiento de las Cabañas - Restaurante</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuar un centro de información turística con un espacio para la venta de artesanías.</li> <li>• Establecer espacios para el esparcimiento y el intercambio cultural.</li> <li>• Determinar estructuras orgánicas funcionales para los establecimientos de alimentos y bebidas.</li> <li>• Mejorar la imagen de los locales.</li> <li>• Elaborar cartas y menú.</li> <li>• Crear convenios de cooperación para el fortalecimiento de los establecimientos.</li> </ul>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

#### Descripción de proyectos

La mejora de la infraestructura turística proyecta a cubrir dos necesidades presentadas para mejorar la imagen del lugar, que se las ha denominado como Señalización e identificación del sendero turístico y la creación un centro de interpretación cultural, y se describen a continuación: fortalecer el sector de alimentos y bebidas a través del fortalecimiento de las cabañas comedores, creando estrategias de adecuación del lugar respecto a la fachada, así como de la optimización del recurso humano que conforma este sector de servicios turísticos importantes de la localidad. Y de la adecuación de un parqueadero que organice de forma territorial la recepción de turistas y la ubicación vehicular de quienes se

trasladan hasta la localidad en vehículos, permitiendo tener un mayor espacio para el disfrute de todas las personas.

### **Proyecto 1: Centro de interpretación cultural**

#### **Objetivo:**

Crear un centro de interpretación cultural para la comuna Curía con la finalidad contar con un espacio que rescate mediante un resumen la vida de la comunidad, siendo una introducción para el comienzo de una nueva experiencia y el compartir con los demás.

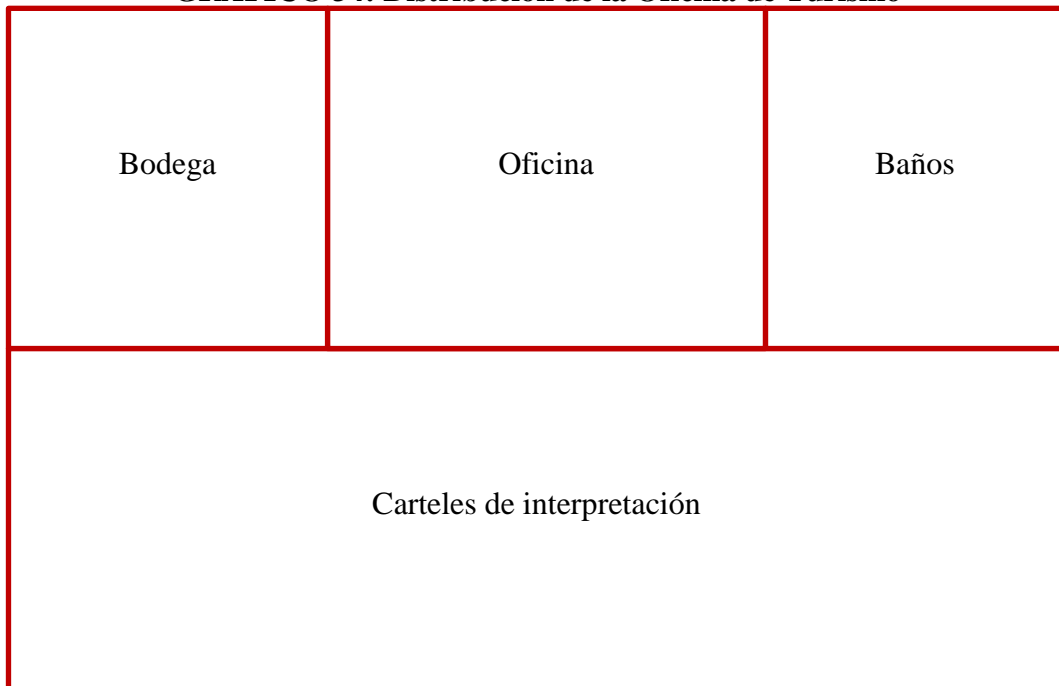
#### **Descripción:**

En un punto estratégico del área de reforestación se proyecta crear un centro de interpretación, donde los turistas y nativos pueden acudir para tener momentos de relax, este centro debe contar con instrumentos para que los turistas puedan ejercer esta actividad, allí encontraremos guitarras, libros, la historia de Curía, junto a esto estará la historia de la piedra (ecosistema manglar) y por qué se inclinó la comunidad a reforestarlo. Se podrán observar también reliquias de la comunidad, como la primera tabla de Surf, objetos representativos de la fauna y flora como la paja toquilla y de las artesanías que producen las mujeres emprendedoras utilizando materia prima del lugar.

#### **Adecuar un centro de información turística**

El centro de información turística contara con una oficina en donde también se exhibirán artesanías confeccionadas con materiales de la zona para la venta, información sobre el desarrollo de la comunidad desde sus inicios hasta el momento, baños, y una bodega para los instrumentos que se utilizaran en las diversas actividades de esparcimiento.

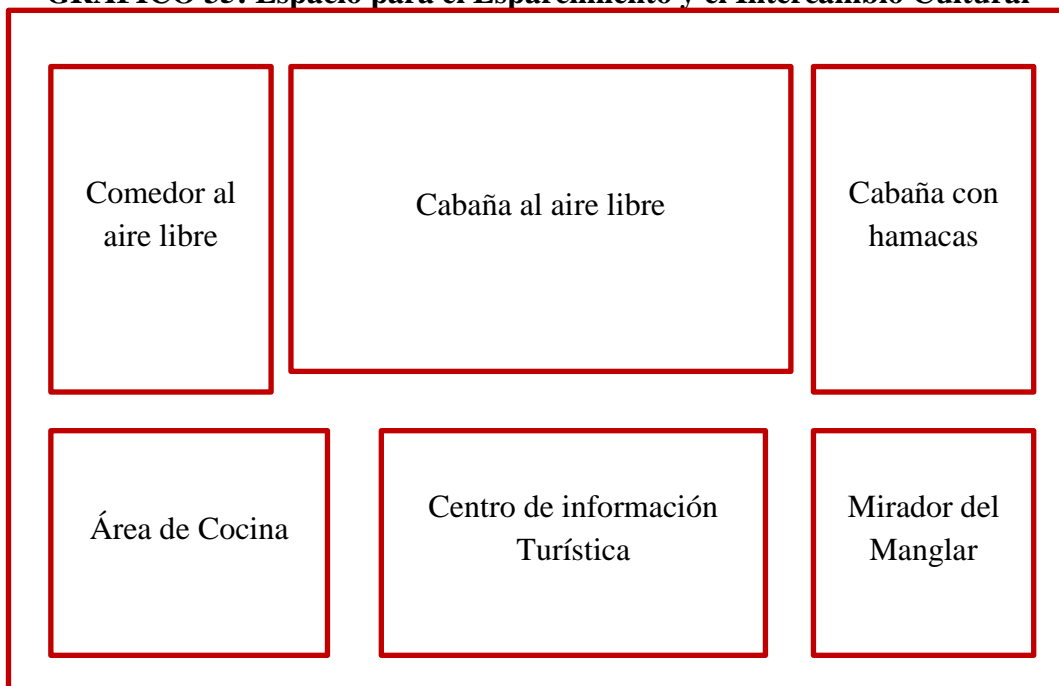
**GRÁFICO 34: Distribución de la Oficina de Turismo**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

**GRÁFICO 35: Espacio para el Esparcimiento y el Intercambio Cultural**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

Como se puede ver en el gráfico anterior los espacios del centro de interpretación serán un comedor al aire libre, una área de cocina rústica, cabañas al aire libre que se utilizara para las actividades grupales, el centro de información turística que se describió anteriormente, cabañas con hamacas y un mirador hacia el manglar.:

### **Financiamiento del Proyecto 1**

Este proyecto lo financiara la Prefectura, la compra de guitarra, y las vestimentas del grupo folklórico será gestionada a través del Ministerio de cultura, la comuna Hará un traspaso de su biblioteca para que cumplan función de ser usados por los moradores y turista.

### **Proyecto 2: Fortalecimiento de las Cabañas – Restaurantes**

#### **Objetivo:**

Fortalecer el servicio de alimentos y bebidas que ofertan las cabañas comedores y restaurante de la comuna Curía a través de la diversificación de la oferta, la organización administrativa interna y la fachada de los mimos a fin de mejorar el servicio que ofertan cada uno de los establecimientos.

#### **Descripción:**

Es realmente necesario el fortalecimiento de las cabañas y restaurante, la gastronomía es el pilar fundamental de un destino turístico no puede haber destinos sin gastronomía o viceversa, este proyecto es un índice para seguir en el turismo, tanto los dueños de restaurantes como los de las cabañas deben invertir en libros de cocina y cursos que ayuden a profesionalizar su actividad, tener en cuenta que deben elaborar cartas para darle al cliente mayor alternativa e identificar la especialidad de la casa. Así como la mejora de la fachada para cambiar la imagen del lugar viéndosela como un destino preocupado e innovador frente a los cambios del mercado.

## **Determinar estructuras orgánicas funcionales para los establecimientos de alimentos y bebidas.**

Las estructuras orgánicas funcionales pretenden brindar un modelo del cuál los establecimientos de alimentos y bebidas puedan tener una dirección de como determinar funciones al personal que labora y mejorar por ende el servicio que estas ofertan a cada uno de los clientes que tienen las cabañas-comedores y restaurantes de la localidad, orientada a la eficiencia y eficacia de la prestación de servicios, a continuación se presentan las funciones designadas a cada uno de los puestos considerados y el modelo de la estructura:

### **Dueño del establecimiento.**

El dueño del establecimiento tendrá las siguientes funciones:

- Designar funciones al personal.
- Contratar al personal.
- Autorizar compras.
- Autorizar presupuesto.
- Autorizar permisos y salidas tempranas.
- Autorizar los planes para la captación de clientes.

### **Administrador del establecimiento.**

El administrador del establecimiento tendrá las siguientes funciones:

- Todas las funciones del dueño del establecimiento en caso de su ausencia.
- Designar, controlar y evaluar las actividades del personal a su cargo.
- Presentar el presupuesto y las órdenes de compras al dueño del establecimiento.
- Presentar los horarios respectivos y coordinar los permisos para evitar perjudicar a la empresa con la salida de los trabajadores.

### **Asistente Contable.**

El asistente contable, será externo, por lo que trabajara únicamente dos días a la semana y tendrá las siguientes funciones:

- Llevar la contabilidad de la empresa en todos los aspectos.
- Elaborar el presupuesto anual del establecimiento.

### **Cocinero.**

El cocinero o cocinera del establecimiento tendrá las siguientes funciones:

- Preparación de los alimentos.
- Solicitud de compras.
- Elaboración de la carta y establecimiento de costos de los platos en conjunto con el contador.
- Innovación de los platos y diseño de las presentaciones de los alimentos.

### **Bar-tender.**

El Bar-tender del establecimiento tendrá las siguientes funciones:

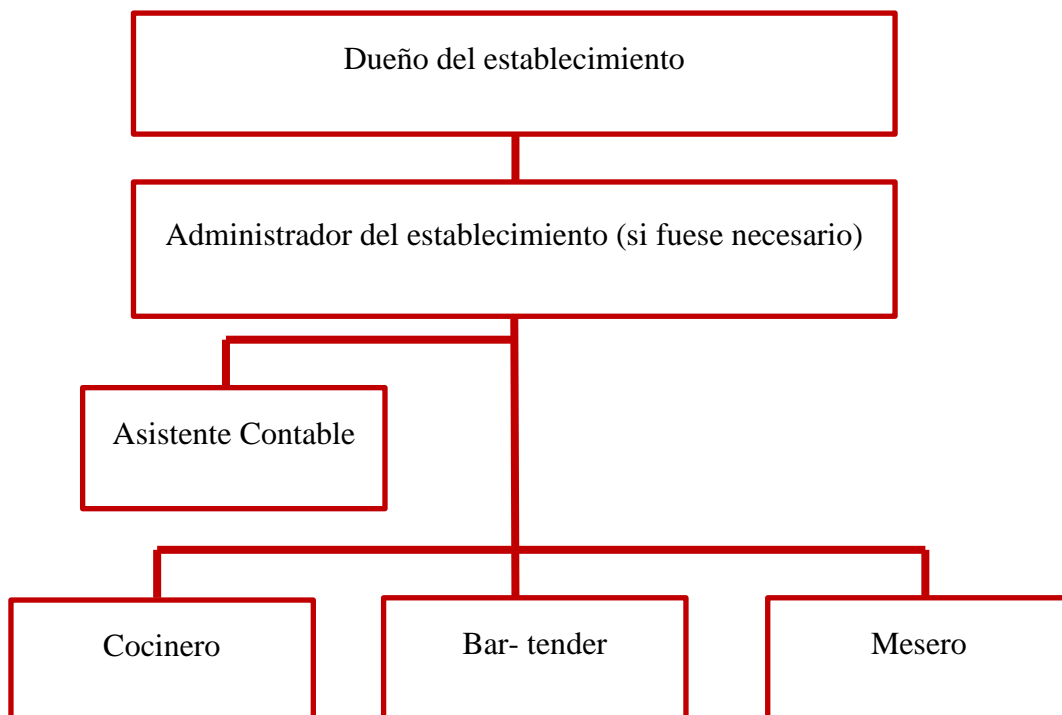
- Preparación de las bebidas.
- Solicitud de compras.
- Elaboración de la carta de bebidas.
- Establecimiento de costos de las bebidas en conjunto con el contador.
- Innovación de las bebidas y diseño de las presentaciones de las bebidas.

### **Mesero.**

El Mesero del establecimiento tendrá las siguientes funciones:

- Ser la carta de presentación de los clientes.
- Atraer clientes hacia los establecimientos.
- Atender el pedido de los clientes.
- Servir los alimentos y bebidas a los clientes.

**GRÁFICO 36: Modelo de Estructura Orgánica Funcional de los Establecimientos de Alimentos y Bebidas.**



Elaborado por: Suárez M, 2013  
Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

### **Mejorar la imagen de los locales.**

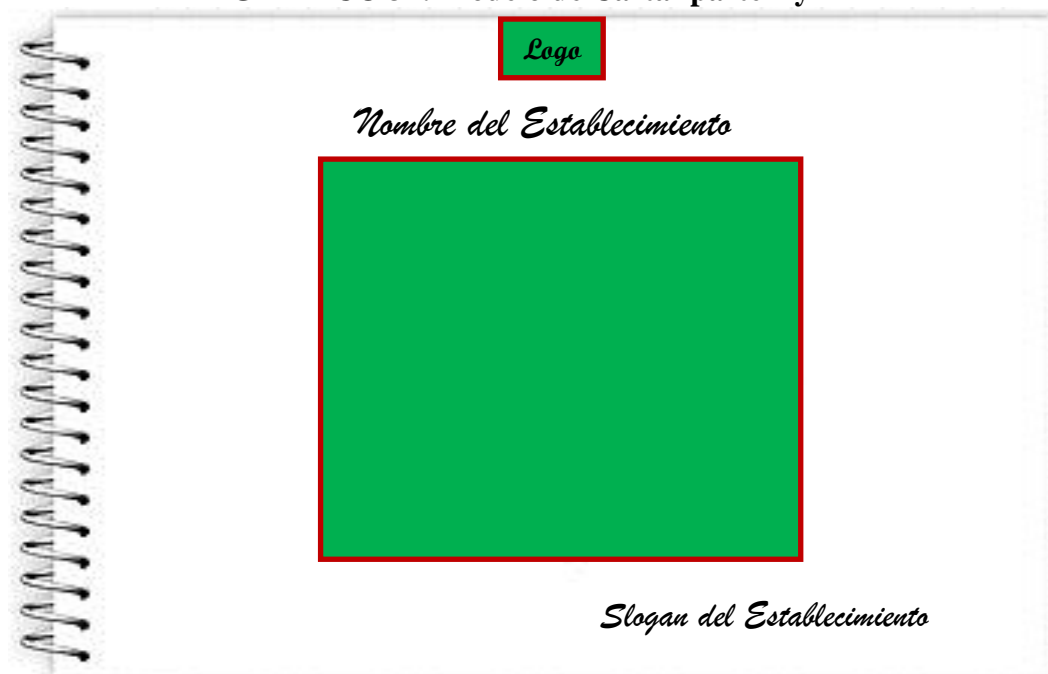
El mejoramiento de los locales prestadores de servicios, estará a cargo de los dueños de los establecimientos, por lo que el proyecto incentivará la realización de esta actividad a través de un concurso anual en el que se premiará a quienes hayan mejorado en mayor porcentaje por las dos categorías: Establecimiento de hospedaje y establecimiento de alimentos y bebidas. Los premios será solicitados a organismos públicos y estarán relacionados al servicio que ofertan.



### **Elaborar cartas y menú**

Se presenta a continuación un modelo de cartas para los establecimientos de alimentos y bebidas, que consiste en una libreta dividido en 4 partes, en la parte frontal se muestra nombre, fotografía del establecimiento, slogan y logo, en la 2 parte los alimentos, en la tercer parte las bebidas y en la última parte los contactos telefónicos y lugares turísticos de Curía, se presenta a continuación la portada de la carta:

**GRÁFICO 37: Modelo de Carta "parte 1 y 4"**



Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

### **Crear convenios de cooperación para el fortalecimiento de los establecimientos y el financiamiento del plan.**

Los convenios de cooperación se realizarán con las instituciones que apoyaran logística y económicamente las actividades contempladas en el programa y en todo el plan, y se presenta a continuación el listado de las instituciones consideradas dejando la posibilidad de que nuevas instituciones se adhiera al proyecto:

**CUADRO18: Matriz de Convenios con Instituciones Públicas y Privadas.**

<b>Instituciones</b>	<b>Convenios</b>
Municipalidad de Santa Elena	Salvavidas en las playas. Servicios Básicos.
Ministerio de Turismo.	Capacitaciones para guías nativos. Programa de sueldos para los guías nativos. Proyecto de Señaléticas en los puntos estratégicos. Centro de Información Turística. Actualización de atractivos turísticos. Programar actividades turísticas como ferias, festivales, concursos para la diversificación de la oferta. Fortalecimiento del Recurso Humano.
Prefectura de Santa Elena.	Mejoramiento del parqueadero. Espacios para el esparcimiento y el intercambio cultural. Programar actividades turísticas como ferias, festivales, concursos para la diversificación de la oferta. Implementar áreas de descanso y adecuación de los atractivos.
PIKA	Convenio de compra y venta de productos reciclados.
Escuela de Curía	Campañas de Concienciación en los centros educativos.
UPSE	Fortalecimiento del Recurso Humano.
Empresas de Comunicación	Medios de promoción del atractivos, cuñas radiales, televisivas, y volantes.

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

### **Financiamiento: Proyecto 2.**

Para realizar este proyecto, se realizaran prestamos al banco Nacional de Fomento, este prestamos será devuelto a el 5%. En el tiempo y fecha acordada. En cuanto a los programas de capacitación considerados en este proyecto serán realizados por el Ministerio de Turismo en convenio con la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**CUADRO19: Cronograma Mejorar la Infraestructura Turística**

Línea estratégica / programa		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES MEJORAR LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA														
Mejoras de la infraestructura turística		2014		2015		2016		2017		2018		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
Proyecto	Acciones	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
		S	S	S	S	S	S	S	S	S	S					
<b>Proyecto 1</b> <b>Crear un centro de interpretación cultural</b>	Crear un espacio para la recepción de turistas y la interpretación del lugar. Adecuar un centro de información turística. Establecer espacios para el esparcimiento y el intercambio cultural.					X	X	X	X			Comuna Comité de turismo	\$5600,.00	Municipio	Mediana	Largo Plazo
<b>Proyecto 2</b> <b>Fortalecimiento de las Cabañas - Restaurante</b>	Determinar estructuras orgánicas funcionales para los establecimientos de alimentos y bebidas. Mejorar la imagen de los locales. Elaborar cartas y menú. Crear convenios de cooperación para el fortalecimiento de los establecimientos.	X		X		X		X		X		Comité de turismo Comuna.	\$10330,00	Inversión privada		largo
Total												\$15930,00				

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

#### 4.5.5.2.3. Mejoramiento de Recursos Humanos

**CUADRO 20: Mejoramiento de Recursos Humanos**

<b>PROGRAMA</b>	<b>Mejoramiento de Recursos Humanos</b>
<p>Para una mejora en la atención del servicio al cliente es necesaria la realización de talleres, capacitación y otros cursos que permitan el mejoramiento del mismo.</p>	
<p>OBJETIVO</p>	<p>Mejorar el servicio de atención al cliente a través de capacitaciones, talleres y cursos promoviendo el conocimiento y valorización del destino.</p>
<p><b>PROYECTO 1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar el conocimiento en cultura e información turística.</li> </ul> <p>Proyecto 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de incentívación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el conocimiento de la cultura del atractivo en el destino</li> <li>• Priorizar la cultura que posee el destino turístico</li> <li>• Mejorar la atención del servicio al cliente.</li> <li>• Concienciar la conservación del recurso turístico.</li> <li>• Elección del mejor servidor turístico, el morador más hospitalario, y el que mayor aportación le da al turismo.</li> <li>• Orientar la legalización de los establecimientos de servicios turísticos.</li> </ul>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

## **Proyecto 1: Fomentar el conocimiento en cultura e información turística.**

### **Objetivo:**

Promover el conocimiento de las tradiciones y costumbres desarrolladas por los ancestros a fin de que los jóvenes de la comunidad conozcan y den a conocer su cultura hacia los demás.

### **Descripción de proyectos**

El mejoramiento del recurso humano se encuentra direccionado en dos ejes de capacitaciones: fomentar el conocimiento en cultura e información turística y programas de capacitación incentivación. Este proyecto se aplicara con a finalidad de ayudar a los comuneros a conocer un poco más de la comunidad donde viven, otros delo puntos específicos es que aprenda a identificar las oferta turística que conozcan que es un potencial turístico y la aplicación de la inversión transversal garantizar la participación de toda la comunidad .

### **Priorizar la historia que posee el destino turístico**

Es tarea de todos los habitantes servidores Turístico, conocer la historia de este destino, se realizaran conversaciones con los nativos antiguos que aún viven, para indagar sobre la evolución, esto lo realizarán, el comité de turismo y la directivos de la comuna, para la gente e informe mejor se escribirá la historia y se lo exhibirá en la caseta de información turística

### **Concienciar la conservación de los destinos turístico**

Se aprovechará todo taller y reunión, y también contara en el reglamento interno de comuna como un literal, para lograr mejor captación y respeto por lo que tiene el balneario.

## **Financiamiento.**

Este trabajo lo realizará la escuela los jóvenes y los adultos, la dirigencia comunal en concordancia con el comité de turismo, para planificar un eslogan que contemple la identificación de del destino, de la misma forma se encargaran los miembros de cada organización en transmitir este mensaje para educar sin que tengan que reunirse en otras lugares ni momentos. El banner lo facilitará la junta regional de agua Olón, quienes se tendrán que unir a esta causa ya que en su objetivo de la institución contemplan el desarrollo de los pueblos.

## **Proyecto 2: emprendimiento social**

### **Objetivo proyecto 2**

Inmiscuir a los moradores, y autoridades para que todos formen parte del desarrollo sin discriminación.

### **Descripción:**

Con los siguientes programas se busca la participación de la comunidad en general para su libre comercio del turismo y la preservación de los recursos naturales identificados como atractivos turístico, el aporte al desarrollo socio económico.

### **Taller de elaboración de proyectos**

El cabildo en unión con la asociación de mujeres emprendedoras y comité de turismo se reunirán para determinar fechas y hora de solicitud del taller de elaboración de proyectos, viabilizando el mejoramiento del sitio turístico creando nuevas formas de hacer turismo en la localidad, esto conjuntamente con la ayuda de la institución y departamento de Ministerio de Turismo.

### **Programar talleres de salud y salvavidas.**

Coordinar con el hospital Manglaralto las brigadas médicas para el año y a la vez solicitar talleres de capacitación en primeros auxilios y salvavidas, los encargados de realizar esta actividad serán el cabildo comunal, y el comité de turismo, la Asociación de Mujeres Emprendedoras, y los moradores, mientras que los gastos de los aperitivos, serán cubiertos por los establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas, y el Gobierno Autónomo de Manglaralto.

De la misma manera se puede coordinar brigadas de apoyo y enseñanzas con el Cuerpo de Bomberos de Manglaralto o el COE provincial, ya que estos son antes gubernamentales que prestan servicios a la comunidad, estos a su vez pueden brindar talleres de aislamiento y de seguridad ciudadana en caso de alguna emergencia a causa de desastres naturales.

### **Organizar talleres, cursos de inglés, y guía turístico.**

Los encargados de organizar esta actividad será el comité de turismo con el apoyo de la comuna se seleccionará un grupo determinados que tenga interés de aprender, dominar y ser interactivos con los visitantes, un nuevo idioma y talleres de hospitalidad, este mismo grupo será el que prepare para ser guía natural del destino y proporcionar información a visitantes así como incursionar en los futuros proyectos que demanden desarrollo turístico, los dirigentes de la comuna están en la obligación de enviar las solitudes de estos talleres con la cantidad de participantes en los mismos, que serán solicitados en el Gobierno Descentralizado Municipal, Junta Parroquial, ministerio de turismo.

### **Financiamiento.**

Los encargados de financiar este proyecto serán municipio a través del municipio, los dueños de alojamientos, y propietarios de restaurantes y cabaña.

**CUADRO 21: Recursos Humanos**

Línea estratégica		Cronograma y presupuesto del Programa de Mejoramiento del Recurso Humano														
Mejora de infraestructura Servicios básicos		2014		2015		2016		2017		2018		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
Proyectos	Acciones	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
		S	S	S	S	S	S	S	S	S	S					
<b>Proyecto 2</b>	Promover el conocimiento del atractivo Priorizar la cultura que posee el destino Turístico	X	X									Cabildo comunal Comité de Turismo  Ministerio de Turismo Municipio de Santa Elena	2400,00	Mintur Municipio de Santa Elena	<b>Media</b>	<b>corto</b>
<b>Proyecto 2</b>	Elección del mejor servidor turístico, el morador más hospitalario, y el que mayor aportación le da al turismo. Orientar la legalización de los establecimientos de servicios turísticos.	X		X		X		X		X		Cabildo comunal Comité de Turismo  Ministerio de Turismo Municipio de Santa Elena	\$2400,00	Mintur Municipio de Santa Elena	<b>Media</b>	<b>corto</b>
<b>Total</b>													<b>\$ 4800,00</b>			

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía



#### 4.5.5.2.4. Marketing Turístico

**CUADRO 22: Marketing Turístico**

PROGRAMA	5.- Marketing del destino
<p>El programa busca la transmisión a los mercados viables a nivel nacional e internacional de todo los recursos que posee el destino, en búsqueda de un posicionamiento para crear una imagen del destino en conjunto con estudios de desarrollo para el mejoramiento de los canales de distribución</p>	
OBJETIVO	<p>Posicionar a la comuna Curía a través de mejoramiento de los canales de distribución y la aplicación de estrategias de promoción fortaleciendo y captando nuevos mercados turísticos.</p>
<p>PROYECTO</p> <p>Programa de promoción turística para el destino</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de producto.</li> <li>• Estrategias de precio.</li> <li>• Estrategias de promoción.</li> <li>• Estrategias de publicidad.</li> </ul>

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

#### **Proyecto 1: Programa de promoción turística para el destino**

##### **Objetivo:**

Posicionar a la comuna Curía a través de mejoramiento de los canales de distribución y la aplicación de estrategias de promoción fortaleciendo y captando nuevos mercados turísticos.

##### **Descripción:**

Siendo el Marketing fundamental para dar a conocer los destinos turísticos, es necesario el planteamiento de estrategias de producto, precio, plaza y promoción a

fin de que la Comuna Curía se fortalezca turísticamente y el plan de turismo tenga efecto. El programa de promoción turística para el destino, se realizará el diseño de la marca turística mediante un estudio técnico. Se firmaran convenios de cooperación entre la empresa privada y pública, a fin de establecer compromisos para el beneficio mutuo. Además de la creación de convenios con medios de comunicación a fin de cooperar en actividades de apoyo interinstitucional. Se establecen medios de promoción turística: páginas web, cuñas publicitarias y volantes.

### **Actividades Proyecto 1.**

**Estrategia de Producto:** para la integración del producto destino turístico Curía, se presenta a continuación el modelo de un paquete turístico que incluye actividades actuales y complementarias que oferta la Comuna Curía y posee las siguientes características:

- ✓ Conservación ambiental.
- ✓ Seguridad.
- ✓ Comodidad.
- ✓ Hospitalidad.
- ✓ Atracción turística.
- ✓ Actividades recreacionales.
- ✓ Lugares de esparcimientos.
- ✓ Buen clima
- ✓ Paquetes turísticos integrales.

En este proyecto primero se realizó un inventario de atractivos turísticos que posee la comunidad, así como los servicios que esta oferta, buscando acaparar clientes que se sientan atraídos por un servicio completo y diversificado incluido en un paquete asegurando que el mayor ingreso económico sea para los pobladores.

El paquete turístico de Curía cuenta con servicios de hospedaje, alimentación y guianza, considerando la realización de actividades incluidas obligatoriamente y otras de elección del turista, en este paquete se consideran también los proyectos que se realizarían con la ejecución del plan de turismo para la comunidad, como el Centro de Interpretación Cultural y El Centro de Reciclaje, para su integración se ha considerado la realización de un itinerario para 40 personas, en donde se enlistan las actividades a realizar con el tiempo respectivo:

Itinerario Destino Turístico Curía				
<b>1er día</b>				
07:00 – 08:00	Desayuno	\$ 3,00	40	\$ 120,00
09:00 – 09:30	Ingreso al hotel	\$ 10,00	40	\$ 400,00
10:30 – 13:30	Descanso			
14:00 – 15:00	Almuerzo	\$ 3,00	40	\$ 120,00
15:30 – 17:30	Visita al Centro de Interpretación	\$ 2,00	40	\$ 80,00
19:30 – 20:30	Merienda	\$ 3,00	40	\$ 120,00
21:00 – 23:00	Descanso			
02:00 Hora máxima de entrada al hotel (mayores de edad) 00:00 Hora máxima de entrada al hotel (menores de edad)				
<b>2do día</b>				
08:00 – 09:00	Desayuno	incluido		
09:00 – 12:00	Ruta del Bosque	\$ 2,00	40	\$ 80,00
13:00 – 14:00	Almuerzo	\$ 3,00	40	\$ 120,00
14:30 – 15:30	Visita al Centro de Reciclaje			
15:30 - 18:30	Visita al Manglar	\$ 1,00	40	\$ 40,00
18:30 - 19:30	Descanso			
19:30 – 20:30	Merienda	\$ 3,00	40	\$ 120,00
21:00	Noche de integración	\$ 3,00	40	\$ 120,00
02:00 Hora máxima de entrada al hotel (mayores de edad) 00:00 Hora máxima de entrada al hotel (menores de edad)				
<b>3er día</b>				
08:00 – 09:00	Desayuno	incluido		
10:00 – 10:30	Salida del hotel (Cobro de segunda noche)	\$ 10,00	40	\$ 400,00
<b>SUB TOTAL GASTOS</b>		\$ 43,00	40	\$ 1.720,00
IMPREVISTOS 10%		4,3		\$ 172,00
<b>TOTAL GASTOS</b>		\$ 47,30		\$ 1.892,00
Ganancia 15,08%		7,10		283,80
<b>Total del Tour</b>		\$ 54,40		\$ 2.175,80

Se determina que las estrategias a aplicar cubrirán la preventa, la venta y la postventa, por lo que el proceso incluye el conocimiento de los atractivos en agencias de viaje, así como la reglamentación para dar seguridad a los visitantes, la venta en donde se presenta el proceso de atención al cliente y en la postventa una calificación del servicio utilizado a través de un buzón de sugerencia, ubicado en el hostel en donde se hayan hospedado los turistas.

**Estrategia de precio:** se determina que el precio por persona se encontrará entre los \$55 dólares por 3 días y 2 noches como se presentó anteriormente, todo esto puede variar según las actividades y el número de días y noches que deseen quedarse en el destino. Es importante mencionar que el precio no incluye transportación, pues el paquete empieza con la llegada y salida al destino.

Para la reducción del precio se buscará reducir los costos en los establecimientos hoteleros y de alimentos y bebidas, de tal manera que los proveedores sean los dueños directos de las microempresas o empresas que oferten alimentos o productos de limpieza evitando así los intermediarios, se realizará compras al por mayor de manera comunitaria para lograr descuentos de estas empresas, y se buscará la optimización del recurso humano a través del programa de capacitaciones planteado anteriormente y finalmente se realizaran descuentos a grupos según el número de integrantes, de días y de actividades que desarrollen en la comunidad.

**Estrategia de plaza:** para la distribución de los paquetes turísticos se realizara a través de las agencias de viajes quienes incluirán un todo o parcialmente integrándolos con otros destinos para el enganche si fuese necesario.

Son otros medios de distribución los medios de comunicación: oral y escrita, siendo estos Radio Genial, Radio Disney, Tele amazonas por ser medios que son escuchados a nivel provincial y nacional, con cuñas que se proyectaran en las temporadas de verano para captar turistas para estas fechas.

**Estrategias de comercialización:** Las estrategias de comercialización están encaminadas a cubrir la promoción, publicidad y ventas del destino turístico que se detallan a continuación:

**Promoción:** La captación de los clientes se realizara a través de promociones de descuentos tales como: Por cada 15 personas que compre un paquete turístico homogéneo se otorgará una gratuidad en todos los aspectos. Premiación a la fidelización de los clientes con descuentos que puede fluctuar entre el 10 hasta el 15% de descuentos por más de tres visitas al año. La venta de suvenires incluidas dentro de los paquetes y promociones de los productos turístico según su producción mensual. Descuentos a instituciones que firman convenios anuales para visitar el destino, estas pueden ser agencias de viajes, educativas, publicas e inclusive privadas.

**Publicidad:** la publicidad se desarrollara en base a la marca turística, y la firma de convenios y la determinación de los medios que se utilizaran para dar a conocer el producto determinado y se presentan a continuación:

### **Marca turística.**

La marca turística de Curía se encuentra compuesta por el logo la misma que posee una ola, el sol y las palabras Destino Turístico Curía, los símbolos de estos elementos representa: las olas su inmenso mar y su cielo, el sol sus riquezas como la hospitalidad, sus atractivos y sus ganas de mejorar la calidad de su gente, se considera también los colores utilizados en las letras siendo el negro la competitividad, el color verde la responsabilidad con el ambiente que se desprende de la actividad turística y el azul oscuro representa su inmersión en la actividad turística de manera organizada, así como la preparación de su población para recibir a los turistas. El slogan es “Curía, tu destino turístico”, tiene como objetivo crear un ambiente de pertenencia de quienes habitan en el destino, para que estos puedan trasmitirlos hacia sus habitantes quienes también se sentirán

Identificados con la frase, se presenta continuación la marca propuesta:



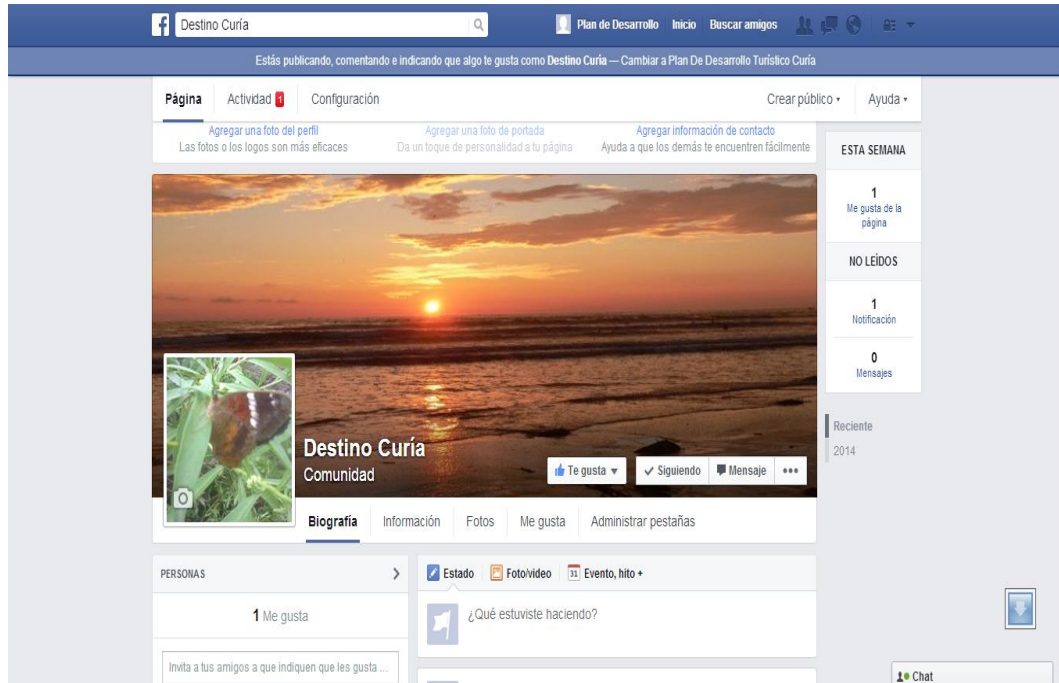
**Crear convenios de cooperación entre la empresa privada y pública y con medios de comunicación.**

Tanto la comuna como el Comité de Turismo, serán los encargados de gestionar, los convenios con la empresa privada y este tema ya fue considerado dentro de los convenios establecidos en la estrategia N° 2. Los directivos de la comuna buscaran a los medios de comunicación, con el fin de intercambiar, sus productos serán los dueños de restaurantes y establecimientos de bebidas, establecimientos de alojamiento, quienes ayuden a realizar esta actividad.

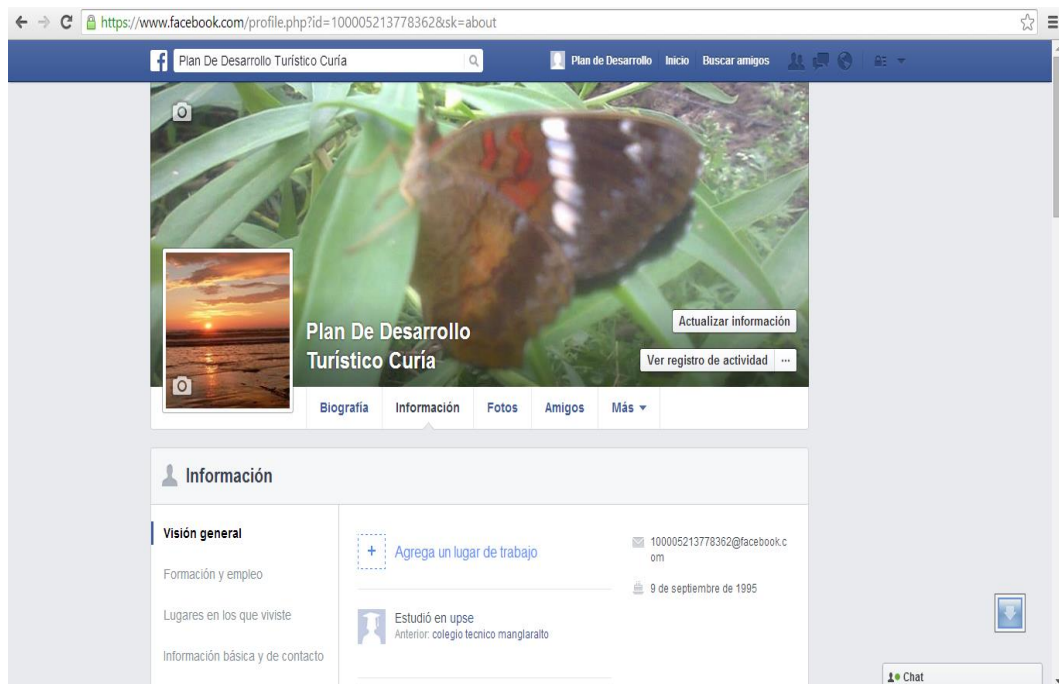
**Establecer medios de promoción turística: páginas web, cuñas publicitarias, trípticos.**

Para llevar a cabo la publicidad de la promoción turística del atractivo se presentan los siguientes medios:

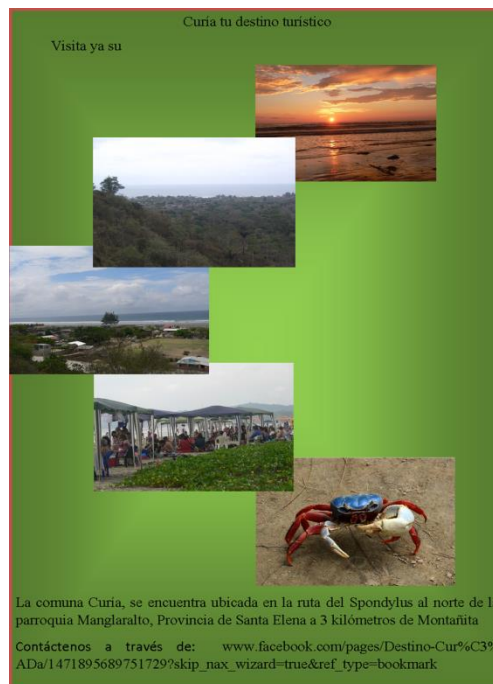
**Página oficial en Facebook:** [www.facebook.com/pages/Destino-Cur% C3% ADa/1471895689751729?skip\\_nax\\_wizard=true&ref\\_type=bookmark](http://www.facebook.com/pages/Destino-Cur%C3%ADa/1471895689751729?skip_nax_wizard=true&ref_type=bookmark)



**Red social Facebook: Plan De Desarrollo Turístico Curía.**



Se presenta también la siguiente hoja volante



**Ventas:** para el desarrollo de las ventas se la realizará mediante la firma de convenios con instituciones públicas y privadas, por recomendaciones y por lo canales de distribución como agencias de viajes y los medios de comunicación establecidos anteriormente. Dentro de sus políticas de ventas se maneja la hospitalidad como es de costumbre de todos los miembros de la comunidad, así como la proyección de valores éticos y morales de todos sus integrantes, y la motivación frente al compromiso social y la responsabilidad natural y cultural. La presentación de la oferta a través de paquetes turísticos y los descuentos según se presentaron anteriormente son estrategias de ventas.

### **Financiamiento del Proyecto.**

En este financiamiento se dará apertura a la inversión privada correspondiente a los habitantes de la comunidad los dueños de negocios de la comuna Curía, empresas privadas. Del mismo modo participara el departamento de turismo del Municipio, la Dirección Provincial de Turismo y la Prefectura.



**CUADRO 23: Cronograma y Presupuesto del Marketing Turístico**

Línea estratégica / programa		MARKETING DEL DESTINO														
Mejora Marketing Turístico		2014		2015		2016		2017		2018		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
Proyecto 1 <b>Programa de promoción turística para destino</b>	<b>Acciones</b>	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	Cabildo comunal Comité de Turismo  Ministerio de Turismo Municipio de Santa Elena  UPSE	\$ 1000,00	Prefectura Ministerio de Turismo Prefectura. Ministerio de turismo		Largo
	Diseñar la marca turística. Crear Convenios de cooperación entre la empresa privada y pública. Crear convenios con medios de comunicación. Establecer medios de promoción turística: Páginas web, cuñas publicitarias y volantes.	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S					
<b>Total</b>													\$ 4000,00			

Elaborado por: Suárez M, 2013

Fuente: Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

#### 4.6. Presupuesto general

**CUADRO 24: Presupuesto General**

<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
1. Mejora del ambiente paisajístico.	\$ 30000,00
2. Mejorar la infraestructura turística	\$ 15930,00
3. Mejoramiento del Recursos Humano	\$ 4800,00
4. . Marketing del destino	\$4000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 50.730,00</b>

**Elaborado por:** Suárez M, 2013

**Fuente:** Plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía

## CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación es de mucha utilidad pues permitió conocer el estado actual en el que se encuentra la Comuna Curía a nivel de destino turístico, a través de un diagnóstico situacional que se presenta con el uso de la matriz FODA.

El resultado del diagnóstico que toma como referencia la información procesada obtenida de las encuestas y entrevistas aplicadas demuestra la comprobación de la hipótesis propuesta “La planificación interactiva y consensuada mejorará la deficiente demanda turística fortaleciendo el crecimiento del destino turístico de la comuna Curía”.

Se presenta un Plan de Turismo para la Comuna Curía que cuenta con cuatro programas que se relacionan en un marco lógico, proyectado a mejorar los procesos actuales del plan, siendo estos: Mejora del ambiente paisajístico, Mejora de la infraestructura, Mejoramiento de Recurso Humano, Mejoramiento del marketing turístico, cada una de ellos con actividades propuestas que tienen como objetivo fortalecer el desarrollo turístico en la comuna Curía a través de la ejecución de programas y proyectos de mejoramiento y adecuación de la infraestructura, de los atractivos y servicios turísticos, y de la promoción del destino, basado en principios de sostenibilidad promoviendo así la eficiencia en la prestación de servicios y la oferta actual que tiene Curía.

El modelo sirve como referencia para la elaboración de nuevos patrones organizacionales en nuevos destino turísticos que deseen fortalecer sus procesos de forma administrativa que contribuyan a mejorar su comercialización a través de la planificación de sus actividades y la promoción de sus productos. Finalmente los resultados indican que hay que saber combinar lo típico con la técnicas de la actualidad promover eficiente mente el turismo sostenible, con intervención de los actores principales para dar paso a la economía de la provincia.

## **RECOMENDACIONES**

Ejecutar inmediatamente el plan de desarrollo turístico de la Comuna Curia, a fin de fortalecer el desarrollo turístico en la comuna Curía a través de la ejecución de programas y proyectos de mejoramiento y adecuación de la infraestructura, de los atractivos y servicios turísticos, y de la promoción del destino, basado en principios de sostenibilidad promoviendo así la eficiencia en la prestación de servicios y la oferta actual que tiene Curía.

Realizar campañas en la comunidad y para los turistas sobre la conservación de los recursos naturales, puntualmente la playa, las especies, hacer uso del reciclaje no depositar basura en el mar, posteriormente los comuneros deberán tomar una posición más activa para engancharse a la cadena productiva.

Se recomienda la búsqueda del financiamiento para la puesta en marcha del plan de desarrollo turístico de la Comuna Curía a fin de que se pueda ejecutar los programas establecidos en la presente propuesta.

Fortalecer el destino turístico de la Comuna Curía a través de la ejecución de los programas: Mejora del ambiente paisajístico, Mejora de la infraestructura, Mejoramiento de Recurso Humano y Mejoramiento del marketing turístico.

Utilizar el plan como referencia para la elaboración de nuevas investigaciones a destinos turísticos que deseen mejorar sus procesos de planificación turística que deseen mejorar la oferta que poseen.

Se recomienda la integración como gremios para promover el turismo y satisfacción de los cliente esto, haría más fuerte, además de la conveniente gestión con entidades gubernamentales promotoras de turismo, para de esta manera mejorar los estándares de calidad del ámbito turístico, dando al visitante mayor credibilidad y aceptación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (s.f.).
- 449, R. O. (2008). *ORDENANZA “REGULATORIA DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS PROVINCIA DE SANTA ELENA*. SALINAS: Lcdo. Silvio Del Pezo Rosales .
- ACEVEDO, E. (s.f.).
- ACEVEDO, E; GONZALEZ, R; GONZALEZ, C. (AGOSTO de 2003). *PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA CON ENFOQUE HOLISTICO EN LOS MANDOS MEDIOA QUE GENERE COMPETITIVIDAD DE LAS MEDIANAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE MUEBLES MECANICOS PARA OFICINAS UBICADAS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR*. Recuperado el 10 de FEBRERO de 2014, de [www.wisis.ufg.edu.sv/wwwisis/documentos/TE/684.105-A174p/684.105-A174p-CAPITULO%20IV.pdf](http://www.wisis.ufg.edu.sv/wwwisis/documentos/TE/684.105-A174p/684.105-A174p-CAPITULO%20IV.pdf)
- Andrés, F. R. (2010). *Dirección Y Planificación Etraéegica En La Empresas Y Organizaciones*. Madrid España: Díaz de Santos,S.A.
- Aogusto, B. T. (2008). *metodologia de la investigacio para la administracion Administracion*. México: PEARSON EDUCACION.Ec.
- ASAMBLEA, C. (2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. MONTECRISTI.
- ASAMBLEA, C. (2008). *CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR*. MONTECRISTI.
- Baca A. (14 de OCTUBRE de 2012). *Slideshare*. Recuperado el 14 de OCTUBRE de 2013, de <http://www.slideshare.net/aniatauro/planeacin-14718391>
- Belaire, B. f. (2011). *Programacion Matematica Para la Economia Y la Empresa*. Valencia España: Priesco.
- BETEMAN T. (2004).
- BLASCO, M. (2005). *Jornadas sobre Turismo Sostenible en Aragón 2005*. Recuperado el 18 de OCTUBRE de 2013, de [www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf](http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf)
- Carreto J. (2008). Estrategias. En Carreto J, *Enatiosel organitacional*. Berlin: Springer.
- Carreto J. (2008). *planeacion-estrategica.blogspot.com/*. Recuperado el 16 de OCTUBRE de 2013, de [planeacion-estrategica.blogspot.com/](http://planeacion-estrategica.blogspot.com/)
- CHIAVENATO, I. (2009). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL LO DINÁMICO Y ÉXITO EN LAS ORGANIZACIONES SEGUNDA EDICIÓN*. MÉXICO: MCGREW - HILL.
- CONGRESO, N. (2003). *LEY DE TURISMO*. QUITO.
- CONGRESO, N. (2003). *REGLEAMENTO A LA LEY DE TURISMO*. QUITO.
- CORREA, S. (2011). *UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA*. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de [ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/954/Gestion%20OSO.pdf?sequence=1](http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/954/Gestion%20OSO.pdf?sequence=1)

- DAFT, R. (2012). *TEORIA Y DISEÑO ORGANIZACIONAL DÉCIMA EDICIÓN*. MÉXICO: CONSEGRAFT.
- definicionabc tu diccionario hecho fácil*. (2007). Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de <http://www.definicionabc.com/general/recursos-materiales.php>
- DEL PEZO, S. (2008). *ORDENANZA "REGULATORIA DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS PROVINCIA DE SANTA ELENA*. SALINAS: REGISTRO OFICIAL, 449.
- Diario, E. o. (15 de Septiembre de 2013). Plan De Reordenamiento Territorial. *El observador*, pág. 2.
- ELORRIAGA. (1991). Recuperado el 9 de 12 de 2014
- ESPINOZA DIANA; YEPEZ LILIANA. (24 de ABRIL de 2012). ¿CUÁL ES LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LAS EMPRESAS? COLOMBIA: COMPLEJO TECNOLÓGICO PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL - SENA.
- Europraxis, E. C. (2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR*. Ecuador : Mintuor .
- Fernandez A. (2010). *Dirección Y Planificación Estratégica En Las Empresas Y Organizaciones*. Madrid España: Díaz de Santos,S.A.
- Fernandez V. (2002). *ASISTENCIA TÉCNICA EN PLANIFICACIÓN TURÍSTICA*. Recuperado el 24 de NOVIEMBRE de 2013, de Portal de Colombia:  
[http://preapp01.comunidadandina.org/obatur/obatur\\_contenido/html/files/ESTADISTICA/COLOMBIA%20002.pdf](http://preapp01.comunidadandina.org/obatur/obatur_contenido/html/files/ESTADISTICA/COLOMBIA%20002.pdf)
- Fernández, A. (2010). *DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICAS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES*. MADRID: DIAZ DE SANTOS.
- FERNANDEZ, V. (2002). *ASISTENCIA TÉCNICA EN PLANIFICACIÓN TURÍSTICA*. Recuperado el 24 de NOVIEMBRE de 2013, de Portal de Colombia:  
[http://preapp01.comunidadandina.org/obatur/obatur\\_contenido/html/files/ESTADISTICA/COLOMBIA%20002.pdf](http://preapp01.comunidadandina.org/obatur/obatur_contenido/html/files/ESTADISTICA/COLOMBIA%20002.pdf)
- FONART. (2010). *FONART*. Recuperado el 23 de 12 de 2013, de FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS.:  
[http://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DG/Diagnostico\\_FONART.pdf](http://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DG/Diagnostico_FONART.pdf)
- Francisco, C. A. (2008). *Turismo Rural y Desarrollo Local*. Cuenca Sevilla España: UNIVERSIDAD DE SEVILLA SECRETARIADO DE PUBLICACIONES.
- Francisco, C. A. (2008). *TURISMO RURAL Y DESARROLLO LOCAL*. Cuenca Sevilla España: UNIVERSIDAD DE SEVILLA, SECRETARIADO DE PUBLICACIONES.
- GALAN M. (NOVIEMBRE de 2006). LA CALIDAD EN LAS ENSEÑANZAS Y SERVICIOS UNIVERSITARIOS. HUELVA, ANDALUCÍA, ESPAÑA: UNIVERSIDAD DE CÁDIZ.
- GIL F. (2004).

- giovartectp.blogspot.com/*. (06 de 06 de 2012). Recuperado el 07 de 01 de 2014, de *giovartectp.blogspot.com/2012/06/clasificacion-de-la-artesania.html*
- Gorka F. (12 de MARZO de 2013). *SLIDESHARE*. Recuperado el 15 de OCTUBRE de 2013, de *www.slideshare.net/gorkafm/planificacin-y-estrategia-en-la-empresa*
- GROSS M. (08 de 05 de 2010). *manuelgross.bligoo.com/*. Recuperado el 31 de 12 de 2013, de *manuelgross.bligoo.com/content/view/780384/Cuatro-Modelos-de-Comportamiento-Organizacional.html*
- Guayaquil, F. S. (2012). *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del gobierno Autonomo Desaentalizado Provincial Santa Elena* . Santa Elena : Subsecretaria de Tierras y reformas agrarias.
- GUERRERO, J. (2008). *DIMENSIÓN EMPRESARIAL*. Obtenido de *dimensionempresarial.com/estilos-administrativos/*
- Heras, p. M. (2010). *Manual de Turismo Sostenible*. Barcelona España: Aedos,S.A.
- Hernández, D. B. (2009). *DISEÑO ORGANIZACIONAL BAJO UN ENFOQUE SISTEMATICO PARA UNIDADES EMPRESARIALES AGROINDUSTRIALES*. MEDELLIN: UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, SEDE MEDELLIN 2009.
- INEC. (NOVIEMBRE de 2010). Censo Poblacional del Ecuador. SANTA ELENA, SANTA ELENA, ECUADOR.
- Jimenez L. (JUNIO de 2002). *revistasice*. Recuperado el 17 de OCTUBRE de 2013, de *http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE\_800\_65-84\_9104052062A6C18EDC01F0D7CB42BC1E.pdf*
- Juan, N. (2009). *Gestion y Promoción del Desarrollo local*. Valencia: Estudio y documentos.
- JURAN G. (1993). Recuperado el 5 de 10 de 2012
- LIRIANO, F. (2013). *DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA EMPRESA COMERCIAL DISTRIBUIDORA PLASTICOS UNIVERSAL DEL CANTÓN SANTA ELENA*. LA LIBERTAD: UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.
- LORIÑO. (1993).
- Luis, M. (2009). *Planificacion de Empresas*. Barcelona España: Profit.
- MADRAZO, L. (2009). CONCEPTUALIZACIÓN DE LA DEMANADA TURÍSTICA. *CIENCIAS HOLGUIN*, # 2.
- María, C. P. (2008). *Marketing Sectorial* . Madrid España.: ESIC.
- MARIN, Y. (05 de 03 de 2012). *SLIDESHARE*. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de *www.slideshare.net/yovana93/artesania-11863869*
- Marketing Turistico (Hoteleria Y Turismo)*. (2008). España.: VERTICES.
- MÉXICO, G. D. (2011). *GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO*. Recuperado el 6 de DICIEMBRE de 2013, de *portal2.edomex.gob.mx/edomex/temas/turismo/artesantias/index.htm*
- MINTUR. (12 de 06 de 2007). *PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO*. Recuperado el 23 de 12 de 2013, de *www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf*
- MINTUR. (2010). *PLANDETUR 2020*. Ecuador.

- MOLINA, Y. L. (2004). *PLAN DE DINAMIZACION PARA EL DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE DE LA ENTRADA*. COMUNA LA ENTRADA: TESIS.
- MUNIZ, L. (2010). *PRACTICA PARA MEJORAR UN PLAN DE NEGOCIOS*. BARCELONA: S.L.BARCELONA 2010.
- MUNIZ, L. (2010). *PRACTICA PARA MEJORAR UN PLAN DE NEGOCIOS* . BARCELONA: S.L.BARCELONA 2010.
- MUÑOZ, M. (2012). *DISEÑO DE UN MODELO DE GESTION ADMINISTRATIVO*. Recuperado el 2 de 10 de 2013, de [dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/2/Capitulo%201.pdf](http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/2/Capitulo%201.pdf)
- Nacional, A. (2009). *Constitución de la Republica*. Montecrist: cep.
- Nacional, a. (2009). *costitucion de la Republica* . Montecrist: cep.
- Noelia, C. (2006). *Promción y Ventas de Servicios Turisticos: Comercializacion de Servicio*. España: S.L.
- OMT. (1993). Conferencia Euro mediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible. *Tourism the year 2000*, #1.
- OMT. (2005). *Gobierno de Aragon*. Recuperado el 15 de 06 de 2014, de [www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf](http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf)
- ORDAZ, L. P. (2006). *PLAN DE DINAMIZACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL SENDERO DE LA ENTRADA*. COMUNA LA ENTRADA: Santa Elena.
- Ortiz S. (2009). *Planificacion Estrategicas*. Argentina: PeliKano.
- ORTIZ, S. (2009). PLANIFICACION. En *Mexica Politica bibliographie*. MEXICO: OURTH.
- Ortiz, S. s. (2009). *Planificacion Estrategicas*. Argentina: PeliKano.
- Paredes G, W. (2009). *Investigacion Accion*. Mexico: RIJABAL.
- PAREDES W. (2009). *COMO DESARROLLAR UNA TESIS*. BIGcopy.
- PAREDES, G. W. (2009). *COMO DESARROLLAR UNA TESIS*. GUARANDA: S Y S CIA LTDA.
- Ponce Talancón, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, 4,5,6.
- PROECUADOR. (2013). *INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*. Recuperado el 06 de DICIEMBRE de 2013, de [www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/](http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/)
- PROESA, A. (2 de MARZO de 2011). *SLIDESHARE*. Recuperado el 6 de DICIEMBRE de 2013, de [www.slideshare.net/fundacion\\_proesa/las-artesanas-a-nivel-mundial](http://www.slideshare.net/fundacion_proesa/las-artesanas-a-nivel-mundial)
- PUERTA H. (07 de 04 de 2011). *Metodología de la Investigación*. Recuperado el 11 de 10 de 2013, de Slideshare: [www.slideshare.net/cayarmen/metodologia-de-la-investigacin-11491531](http://www.slideshare.net/cayarmen/metodologia-de-la-investigacin-11491531)
- QUIROZ, M. (2012). *Los Modelos Administrativos en el contexto de la sociedad*. MEXICO: MEXICO.
- RAMIREZ, M. M. (2012). PLANEACIÓN. MÉXICO.



- REGISTRO OFICIAL, 4. (2008). *ORDENANZA “REGULATORIA DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS PROVINCIA DE SANTA ELENA. SALINAS*: Lcdo. Silvio Del Pezo Rosales.
- RÍOS M, TELLEZ M, GUERRA J. (27 de 01 de 2010). *SCIELO*. Recuperado el 31 de 12 de 2013, de SCIELO: [www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422010000200006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422010000200006&script=sci_arttext)
- Rodríguez C. (2009). *SLIDESHARE*. Recuperado el 2 de NOVIEMBRE de 2013, de [www.slideshare.net/guestac53ba8/marketing-turistico](http://www.slideshare.net/guestac53ba8/marketing-turistico)
- Romero W. (2002). *EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE DESCONTAMINACIÓN DE LAS AGUAS*. COSTA RICA.
- Salazar F. (2004). *GESTIÓN ESTRATEGICA DE NEGOCIOS*. QUITO.
- SENPLADES. (2013). *BUEN VIVIR PLAN NACIONAL* . Recuperado el 12 de DICIEMBRE de 2013, de [www.buenvivir.gob.ec/presentacion](http://www.buenvivir.gob.ec/presentacion)
- SENPLADES. (2013). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*. Recuperado el 23 de 12 de 2013, de [www.buenvivir.gob.ec/presentacion](http://www.buenvivir.gob.ec/presentacion)
- Services, T. &. (agosto de 2009). [www.metropolitantouring.com](http://www.metropolitantouring.com) . Recuperado el 16 de 09 de 2009, de [www.metropolitantouring.com](http://www.metropolitantouring.com) : [www.slideshare.net/quitoturismo/ecuador-ministry-of-tourism-marketing](http://www.slideshare.net/quitoturismo/ecuador-ministry-of-tourism-marketing).
- SONORA, I. T. (2012). *RECURSOS Y ASPECTOS PARA INICIAR UNA EMPRESA*. Recuperado el 10 de NOVIEMBRE de 2013, de [http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias\\_administrativa/oa12/recursos\\_iniciar\\_empresa/index.htm](http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa12/recursos_iniciar_empresa/index.htm)
- Tolidito. (15 de septiembre de 2013). Pla de Reordenamiento Territorial. *El Observador*, pág. 2.
- TOMILLO, F. (2000). *Museo y Entorno. Patrimonio cultural y turismo*. turismo, m. d. (2010). *Plan tour 2020*. Ecuador.
- Turismo, M. d. (año 2009). *Plan Tour 2020*. Santa Elena : Ministerio de Turismo.
- VANEGAS, J. M. (10 de ABRIL de 2013). [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net). Recuperado el 07 de NOVIEMBRE de 2013, de <http://www.slideshare.net/lmanotas/concepto-origen-y-precursos-de-la-gestin-administrativa>
- VILADAS, X. (2006). *Fundación Prodintec*. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de [www.prodintec.es/catalogo/ficheros/aplicaciones/fichero\\_16\\_4747.pdf](http://www.prodintec.es/catalogo/ficheros/aplicaciones/fichero_16_4747.pdf)
- Yopez A, A. (2010). *la Investigacion Cientifica*. Ecuador: Publicaciones de Legislación.
- Zambrano A. (2007). *PLANIFICACION ESTRATÉGICA: PRESUPUESTO Y CONTROL DE LA GESTIÓN PÚBLICA*. CARACAS: UCAC.
- ZAMBRANO, A. B. (2007). *PLANIFICACION ESTRATÉGICA: PRESUPUESTO Y CONTROL DE LA GESTIÓN PÚBLICA*. CARACAS: UCAC.
- ZANCHEZ, J. (2009). *IMAGEN CORPORATIVA: INFLUENCIA EN LA GESTION EMPRESARIAL*. MADRID ESPAÑA: ESIC.

# ANEXOS

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1: Artículos de Ley que fundamentan el marco legal.**

#### **La Constitución de la República del Ecuador, 28/Mayo/2010**

Según La Constitución de la República del Ecuador que entro en vigencia desde el 28 de mayo del 2010 promueve la planificación de los pueblos y su capacidad para organizarse en los artículos 3, 57 y 276, haciendo referencia a que son deberes primordiales del Estado planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir, el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización. Es decir que desde los principios del Estado se fomenta la creación de planificaciones en los territorios que fortalezcan la sostenibilidad de las poblaciones a través de la explotación racional de sus recursos. (ASAMBLEA, CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, 2008)

También se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos: Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras; Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural; se establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad; Desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral. (ASAMBLEA, CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, 2008)

Teniendo dentro de sus objetivos la carta magna: Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución; Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable; Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural; Promover un ordenamiento territorial equilibrado, que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión; Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio. (ASAMBLEA, CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, 2008)

### **La Ley de Turismo, 19/Febrero/2003**

Según el Reglamento a la Ley de Turismo que se publicó el 19 de febrero del 2003 según el registro oficial N° 733, en los artículos 3 hace referencia a la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos; y reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo. (CONGRESO, N, 2003)

### **El Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013 - 2017**

Según el Plan Nacional para el Buen Vivir que se publicó el 5 de noviembre del 2009, que se encuentra direccionado a consolidar el Estado democrático y la

construcción del poder popular; Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad; Mejorar la calidad de vida de la población; Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía; Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad; Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos; Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad territorial y global. (SENPLADES, 2013)

### **Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomías y Descentralización 2008**

Según el COOTAD, en el Art. 54 en los literales a, f, g, k, m y n, establece las funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales.

Al **Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal** le compete Art. 2 Al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal le compete: Adecuar el Plan de Ordenamiento Urbanístico a lo previsto en la planificación Provincial y Nacional (zonificación); Solicitar el apoyo a las Instituciones del Estado para la administración especial de los recursos naturales y turísticos y la colaboración a organizaciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras para el desarrollo de proyectos e implementación turística; Colaborar en la implementación de programas de categorización y señalización de las playas; Gestionar el mantenimiento de las condiciones de limpieza, higiene y salubridad pública en las playas y balnearios, así como en el cumplimiento de normas e instrucciones sobre salvamento y seguridad de los seres vivos; Establecer mecanismos para asignar recursos presupuestarios para la dotación de servicios (seguridad y limpieza) y la preservación del recurso natural playa; Solicitar la colaboración a la Capitanía del Puerto, a la Policía Nacional y Municipal en la vigilancia y control de las actividades que se desarrollen en las playas; Velar por el desarrollo turístico conforme a la planificación del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial y Gobierno Nacional aplicado a nuestra realidad local. (DEL PEZO, 2008)

## ANEXO 2: Formatos de encuestas



### UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

Objetivo: identificar los motivos de visitas y el perfil de consumo de los turistas que visitan la Comuna Curía mediante la aplicación del instrumento de recolección de datos que permitan el establecimiento de lineamiento para el desarrollo de u plan turístico sostenible año 2013.

Encuestador: Maryure Suárez S.

1. Género: Masculino
- Femenino
2. Edad: 15-19  20-30
- 31-40  41-50

3. ¿Por cuantos días visita la comunidad?

- ( ) Un día
- ( ) Dos día
- ( ) Una semana
- ( ) Más tiempo.....

4. ¿Cuál es el motivo principal por la que usted, visita a esta comunidad?

- ( ) Descanso
- ( ) Gastronomía
- ( ) Cultura
- ( ) Artesanía
- ( ) Visitas a familiares, amigos
- ( ) Otros.

**5. ¿Cómo se enteró que existe este destino turístico?**

Puede marcar una de las opciones.

- Por publicidad
- Internet
- Amistad
- Agencia de viaje
- Otros.....

**6. ¿Qué tipo de alojamiento ha empleado durante su estancia en esta comuna?**

- Hostal
- Hostería
- Casa de Familiares
- Casa de amigos
- Casa de Renta
- Otro: especifique

**7. ¿Cómo califica el servicio de hospedaje en caso de pasar su estadía en un establecimiento hotelero de la comunidad?**

- Excelente
- Muy bueno.
- Bueno
- Regular
- Malo

**8. ¿Para hacer turismo sostenible considera usted que los turistas deben colaborar también con este balneario? (el turista responsable debe)**

- Depositar los desechos en el lugar adecuado
- Evitar bajar vehículos a la playa
- Contribuir con las ordenanzas de la comunidad
- Evitar maltratar las especies como almejas, corredores, muro natural rastrero entre otros
- Evitar todo tipo de contaminación en la comunidad

**9. ¿Considera usted que es importante la identificación de atractivos turísticos para el aumento de la demanda turística en temporadas bajas ya que se pueden realizar otras actividades?**

Si

No

**10. ¿Cómo considera el servicio al cliente de los actuales servidores turísticos en la Gastronomía?**

- Excelente
- Muy bueno.
- Bueno
- Regular
- Mal

**11. ¿Qué tipo de establecimientos de servicios alimentarios le gustaría que se implementen dentro del destino?**

- Restaurantes de servicios completos
- Restaurantes de platos a la carta
- Restaurantes de diferentes especialidades des de mariscos
- Restaurantes de comida rápidas
- Cafetería

**12. ¿Cuánto es su gasto diariamente, en servicios durante su estadía en la comuna Curía?**

(Considere uno de los siguientes rubros).

- Menos de \$ 50
- \$ 50 – \$ 70
- \$ 80 –\$ 100
- \$ 100 – \$ 150
- \$ 160 – \$ 200
- \$ 200 --\$ 300





**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**

**Objetivo: Identificar el criterio general de los jefes de familia respecto al conocimiento de la actividad turística desarrollada en la Comuna Curía. Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis, Elaborar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Año 2013.**

**Encuestador: Maryure Suárez S.**

**1. Género:** Masculino

Femenino

**2. Edad:** 15—19  20—30  31—40

41—50  51 en adelante

**3. ¿Cuál es su nivel de estudio?**

Primaria  Secundaria  universitaria    
postgrado/especialización

**4. ¿Cómo califica usted la gestión del cabido Comunal?**

- ( ) Excelente
- ( ) Muy bueno
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo

**5. ¿Cree que usted la economía de la comunidad se puede mantener con uno de los siguientes ítems?**

- ( ) Agricultura
- ( ) Turismo
- ( ) Ganadería
- ( ) Pesca
- ( ) Artesanía
- ( ) Otros.

**6. ¿Para aplicar el desarrollo de un turismo sostenible debe existir responsabilidad por parte de todos, que opciones de las mencionadas considera más importantes?**

- Planificar
- Organizar
- Usar técnicas
- Buscar estrategias
- Otros

**7. ¿Cree usted que es importante la planificación y organización para realizar turismo en este destino?**

- Si
- No

**8. ¿Conoce usted que es un atractivo turístico natural y cultural?**

- Si
- No

**9. ¿Qué atractivos turísticos considera usted que existen en la comuna Curía**

- Playa
- Montaña
- Artesanías
- Tradiciones
- Otro (especifique)

**3. ¿Cómo califica usted el servicio de los actuales servidores turísticos en su comunidad?**

- Bueno
- Excelente
- Regular
- Malo

**4. Para mantener la demanda turística en temporada baja, considera usted que se debe elaborar un plan de desarrollo turístico sostenible para su comunidad?**

- Si
- No

**ANEXO 3: Formato de entrevistas**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**

**Objetivo: entrevistar, al cabildo de la Comuna Curía sobre su administración. Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis, Elaborar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Año 2013**

**Encuestador: Maryure Suárez S.**

1. **¿La directiva de la comuna ha realizado un diagnóstico situacional para determinar el estado actual de la población en el ámbito turístico?**  
.....  
.....
  
2. **¿La comuna dispone de estudios con base turística para emprendimientos y proyecto?**  
.....  
.....
  
3. **¿Cuenta la comuna con una visión o una misión determinada que les permita lograr los objetivos en el ámbito turístico?**  
.....  
.....
  
4. **La localidad poseen productos turístico reconocidos, menciónelos**  
.....  
.....
  
5. **¿conoce usted si los servicios que actualmente ofertan los servidores turísticos satisfacen la necesidad de los visitantes?**

- .....  
.....
6. **¿La comunidad se encuentra capacitada para recibir turistas y promocionar el destino?**  
.....  
.....
7. **¿Usted como dirigente cuantas veces ha planificado durante su periodo de administración? Planificación del cabildo**  
.....  
.....
8. **¿Considera importante la organización para realizar sus actividades en la comuna?**  
.....  
.....
9. **¿Considera que la demanda turística debe mantenerse en temporada baja por medio de alternativas? Cuáles.**  
.....  
.....

**ANEXO 4: Ficha de atractivos turísticos**

**Ficha # 1**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**  
**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURISMO**  
**FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**Bosque Seco y Húmedo**



**1. DATOS GENERALES:**

<b>1.1 ENCUESTADOR:</b>		Suarez Suárez Maryure		
<b>1.2. FECHA:</b>	16 /Octubre/2013	<b>1.3 FICHA No</b>	1	
<b>1.4. NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		Bosque Seco y Humedo		
<b>1.5. CATEGORÍA:</b>		Natural		
<b>1.6. TIPO:</b>		Otros		
<b>1.7. SUBTIPO:</b>		Bosque		
<b>2.-UBICACIÓN:</b>				
<b>2.1 PROVINCIA:</b>	<b>2.2 CANTÓN:</b>	<b>2.3 Parroquia:</b>		
Santa Elena	Santa Elena	Manglaralto-Curía		
<b>2.4 CALLE:</b>	Vías camino vecinal cordillera Chongón colonche imites, Comuna San José.			

<b>3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>			
<b>C A L O R I N T R Í N S E D C O</b>	<b>V</b>		
	<b>A</b>	<b>4.1 ALTURA</b>	<b>TEMPERATURA:</b>
	<b>L</b>		
	<b>O</b>	30 mts.snm.	23°C
	<b>R</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:</b>	
<b>I</b>	Este Bosque aun no protegido pertenece a los moradores de la Comunidad		
<b>N</b>	posee una flora joven muy surtida también habitan especies en peligro de		
<b>T</b>	extinción. Aquí se puede hacer aditamento de aves, también pose fauna, se		
<b>R</b>	puede realizar caminatas por todo el bosque allí no hay sendero, pero si hay		
<b>Í</b>	caninos que conducen de una colina a otra, No existen caudales de ríos, lagos		
<b>N</b>	ni lagunas, sin embargo es un bosque húmedo por la existencia de árboles		
<b>S</b>	endémicos y muy altos.		
<b>E</b>			
<b>D</b>			
<b>C</b>			
<b>O</b>			
<b>USOS SIMBOLISMO</b>			
<b>E X T R Í N S E D C O</b>	El uso actual en varias áreas están plantados con árboles cítricos, toquillales plantas de café, es notorio la tala de árboles pero en pequeña escala también los grandes las personas con poderíos económicos han hecho desbroce por los alrededores, hasta ahora se mantiene el bosque humedo y la casa de animales aun todavía seda por personas que viven en cerca en las poblados.		
<b>4. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
<b>4.1 ALTERADO</b>	X	<b>4.2 NO ALTERADO</b>	
<b>4.3 CONSERVADO</b>		<b>4.4 DETERIORADO</b>	
<b>4.5 CAUSAS</b>	Por vías de acceso		
<b>5. ENTORNO</b>			
<b>5.1 CONSERVADO</b>		<b>5.2 PROC./DETER.</b>	X
<b>5.3 DETERIORADO</b>			
<b>CAUSAS:</b>	La tala de árboles y las ventas a particulares.		

<b>6. INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO</b>												
<b>A P O Y O</b>											Temperatura.	
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSP	FRECUENCIAS				Acceso	
			Bueno	Regular	Malo		Día	mes	año	Evento	Meses / año	
	Terrestre	Sendero	X			Automóvil 4 por 4	X				Todo el año	
						Motos	X				Días / mes	
											Todos los días	
		ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			X	bicicleta	X				Mayo a Julio	
	SERVICIOS	A y B	X	Plata de Curía	X	A.V.			X			
OBSERVACIONES:												
Este atractivo tiene mucha potencialidad a pesar de no poseer la planta turística adecuada.												
<b>S I G N I F I C A D O</b>	<b>7. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>											
	<b>LOCAL</b>			X								
	<b>PROVINCIAL</b>											
<b>NACIONAL</b>												
<b>INTERNACIONAL</b>												

<b>JERARQUIZACIÓN</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>CALIDAD</b>	
Valor Intrínseco	<b>15</b>
Valor extrínseco	12
Entorno	5
Estado de conservación	4
<b>APOYO</b>	
Acceso	2.5
Servicios	0
Asociación con otros atractivos	1
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local	0
Provincial	2
Nacional	0
Internacional	
<b>TOTAL</b>	<b>41.5</b>
<b>EQUIVALE</b>	<b>JERARQUÍA II</b>



**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**FICHA N° 2**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURISMO**

**FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Mirador Turístico Curía.



**1. DATOS GENERALES:**

<b>1.1 ENCUESTADOR:</b>		Suárez Suárez Maryure	
<b>1.2. FECHA:</b>	16 /Octbre/2013	<b>1.3 FICHA No</b>	1
<b>1.4. NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		Mirador Turístico Curía.	
<b>1.5. CATEGORÍA:</b>		Sitios Natural	
<b>1.6. TIPO:</b>		Otros	
<b>1.7. SUBTIPO:</b>		Miradores Naturales	
<b>2.-UBICACIÓN:</b>			
<b>2.1 PROVINCIA:</b>	<b>2.2 CANTÓN:</b>	<b>2.3 Comuna Curía - PARROQUIA:</b>	
Santa Elena	Santa Elena	Manglaralto	
<b>2.4 CALLE:</b>	Camino Vecinal		

3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.				
C A L I D A D	V A L O R I N T E R Í N S E C O			
		4.1 ALTURA	TEMPERATURA:	
			32°C	
		<b>DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:</b>		
		Este mirador turístico natural, está situado en un pequeña colina de una aproximación de 40 metros de altura pero al este de la comunidad allí se puede observar aves marinas y aves selváticas que vuelan sobre pasando el espacio del mirador también se puede apreciar una gran vista que abarca desde el cerro de Olón hasta la isla de Salango todo el perfil las grandes aguas del océano Pacífico la población de Curí los profundos bosque que están más profundo y las estructuras que del sector norte desde Curí a La Entrada,		
USOS SIMBOLISMO				
C A L I D A D	E X T R Í N S E C O	En este espacio es aprovechado por los apicultores que mantienen los enjambres de abejas, para cultivar miel de abeja, por ser muy un lugar muy cercano a la comunidad es víctima de los depredadores, que se han aprovechado de las especie de plantas nativas del lugar como la falta de lluvia ha repercutido para se pierda su espesor vegetal.		
		4. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO		
		4.1 ALTERADO	4.2 NO ALTERADO	
		4.3 CONSERVADO en el levantamiento de información del atractivo se puede denotar que este es un bien de comunidad que se encuentra conservado por los comuneros.	4.4 DETERIORADO	
		4.5 CAUSAS		
		5. ENTORNO		
		5.1 CONSERVADO	5.2 PROC./DETER.	X
		5.3 DETERIORADO		
		CAUSAS:	Ninguna.	

6. INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO											
										Temp. 26-30	
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSP	FRECUENCIAS				Acceso
A			Bueno	Regular	Malo		Día	mes	año	Evento	Meses / año
P	terrestre	sendero	X			Automóvil 4 por 4	X				Todo el año
O						motos	X				Días / mes
Y						caminata	X				Todos los días
O											
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			X							
	SERVICIOS		A y B	X			A.V.			X	
OBSERVACIONES:											
Este atractivo tiene mucha potencialidad a pesar de no poseer la planta turística adecuada.											
S	7. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO										
I											
G											
N	LOCAL		X								
I											
F											
I	PROVINCIAL										
C											
A											
D	NACIONAL										
O											
	INTERNACIONAL										

Fuente: Pan de Desarrollo turístico Sostenible Para La Comuna Curía, Año 2013

<b>JERARQUIZACIÓN</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>CALIDAD</b>	
Valor Intrínseco	<b>15</b>
Valor extrínseco	12
Entorno	5
Estado de conservación	3
<b>APOYO</b>	
Acceso	5
Servicios	0
Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local	2
Provincial	0
Nacional	0
Internacional	0
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>
<b>EQUIVALE</b>	<b>JERARQUÍA II</b>

## FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

### FICHA N° 3



**UNIVERSIDAD ESTADAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURISMO**

**Artesanía**



**1. DATOS GENERALES:**

<b>1.1 ENCUESTADOR:</b>		Suparez Suárez Maryure		
<b>1.2. FECHA:</b>	16 /Octbre/2013	<b>1.3 FICHA No</b>	1	
<b>1.4. NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		Artesanías		
<b>1.5. CATEGORÍA:</b>		Manifestaciones Culturales		
<b>1.6. TIPO:</b>		Etnografía		
<b>1.7. SUBTIPO:</b>		Artesanía		
<b>2.-UBICACIÓN:</b> General				
<b>2.1 PROVINCIA:</b>	<b>2.2 CANTÓN:</b>	<b>2.3 Comuna Curía - PARROQUIA:</b>		
Santa Elena	Santa Elena	Manglaralto		
<b>2.4 CALLE:</b>				

<b>3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>			
<b>C A L O R I T Í N S E D C O</b>	<b>V A L O R I T Í N S E D C O</b>	<b>4.1 ALTURA</b>	<b>TEMPERATURA:</b>
			32°C
	<b>DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:</b>		
	Las artesanías son parte de la atracción también tiene su punto relevante porque existe un taller comunal para elaborar objetos de cañas tagua cochas y otros las mujeres emprendedoras, son parte de esta actividades de elaboración de tejidos de sombreros y carteras. Como también el folclore que está presente en las personas. Las artesanías son parte de los ancestros, Curía es una comunidad que creció en con el pasar de los días y tiene un historia profunda de cada una de ellas los sombrero tejidos a mano se elaboran desde tiempo inmemoriales que de finos acabados, que era lo que le identificaba en la producción de la paja toquilla.		
<b>USOS SIMBOLISMO</b>			
<b>C A L O R I T Í N S E D C O</b>	<b>E X T R Í N S E C O</b>	La artesanía es una fuente de trabajo para los que se dedican a la elaboración de Si tanto que en la actualidad hay una asociación que sus socias en su mayoría se dedica a la elaboración de sombreros pero no cuentan con maquinaria que le permita el acabado perfecto.	
		Así mismo los agrupación de cañeros realizan objetos elaborar de en bambú que tampoco puede llevar acabo su aspiración por suficiente energía para sus maquinarias.	
<b>4. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
<b>A D</b>	<b>4.1 ALTERADO</b>		<b>4.2 NO ALTERADO</b>
	<b>4.3 CONSERVADO</b> X		<b>4.4 DETERIORADO</b>
<b>D</b>	<b>4.5 CAUSAS</b>		
	<b>5. ENTORNO</b>		
	<b>5.1 CONSERVADO</b>		<b>5.2 PROC./DETER.</b> X
	<b>5.3 DETERIORADO</b>		
	<b>CAUSAS:</b>	Ninguna.	

6. INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO											
A											Temp.
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSP	FRECUENCIAS				Acceso
P			Bueno	Regular	Malo	Caminando	Día	mes	año	Event	Meses / año
	ambiente	sendero	X				X				Todo el año
O						Motos	X				Días / mes
											Todos los días
Y											
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				X	Bicicleta	X				Mayo a Julio
O	SERVICIOS		A y B	X		X	A.V.			X	
OBSERVACIONES:											
Este atractivo tiene mucha potencialidad a pesar de no poseer la planta turística adecuada.											
S I G N I F I C A D O	<b>7. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	<b>LOCAL</b>		X								
	<b>PROVINCIAL</b>										
<b>NACIONAL</b>											
<b>INTERNACIONAL</b>											

JERARQUIZACIÓN	
VARIABLE	PUNTUACIÓN
<b>CALIDAD</b>	
Valor Intrínseco	15
Valor extrínseco	12
Entorno	5
Estado de conservación	4
<b>APOYO</b>	
Acceso	2.5
Servicios	0
Asociación con otros atractivos	1
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local	0
Provincial	2
Nacional	0
Internacional	
<b>TOTAL</b>	<b>39.5</b>
<b>EQUIVALE</b>	<b>JERARQUÍA II</b>

**Ficha 4**

**FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURISMO  
FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**Playas de Curía**



**1. DATOS GENERALES:**

<b>1.1 ENCUESTADOR:</b>		Suárez Suárez Maryure		
<b>1.2. FECHA:</b>	16 /Octubre/2013	<b>1.3 FICHA No</b>	1	
<b>1.4. NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		Playas de Curía		
<b>1.5. CATEGORÍA:</b>		Natural		
<b>1.6. TIPO:</b>		Costas		
<b>1.7. SUBTIPO:</b>		Playas		
<b>2.-UBICACIÓN:</b> vía la principal al oeste de la población.				
<b>2.1 PROVINCIA:</b>		<b>2.2 CANTÓN:</b>		<b>2.3 Comuna Curía - PARROQUIA:</b>
Santa Elena		Santa Elena		Manglaralto
<b>2.4 CALLE:</b>		Playa		



3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.				
C A L O R I T Í N S E C O	V A L O R	<b>4.1 ALTURA</b>	<b>TEMPERATURA:</b>	
		0 mts.snm.	25°C a 34°C	
	L I T Í N S E C O	<b>DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:</b>		
		Extensa playas, protegida por la marina mercante, riqueza ictiológica, arena blanca, fina y suave, con sus especies únicas de Los cangrejos paguroideos, y los fantasma, y ermitaños, Flora de la playa: bejuco de playa y orquídeas pobres. Avistamiento de aves marinas, fragatas, pelicanos, piqueros. Toma de sol recorridos en caballos en una longitud de aproximadamente 4 kilómetros de longitud y desde diciembre a mayo se puede disfrutar de bellos atardeceres y relax que permite un descanso innovador. Las agua del océano pacíficos permita practicar el deporte de Surfing es apropiados para principiantes y también para profesionales hasta la actualidad ningún bañista se ha ahogado en l aguas del océano e esta playa		
USOS SIMBOLISMO				
C A L I D A D	E X T R Í N S E C O	Alteración por los servidores turísticos con las construcciones de cabañas restaurantes y bares en la orillas de la playa, destrucción de la flora, contaminación auditiva provocada por la música, las especie sufren el contactos de los protectores solares que son usados por los turista y dejan el efecto cuando se sumergen el agua las especies.		
		<b>4. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
D	<b>4.1 ALTERADO</b>		<b>4.2 NO ALTERADO</b>	
	<b>4.3 CONSERVADO</b>		<b>4.4 DETERIORADO</b>	
	<b>4.5 CAUSAS</b>	Por vías de acceso		
	<b>5. ENTORNO</b>			
	<b>5.1 CONSERVADO</b>		<b>5.2PROC./DETER.</b>	X
	<b>5.3 DETERIORADO</b>			
	<b>CAUSAS:</b>	Desconocimiento.		

6. INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO										
A										Temp.
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSP	FRECUENCIAS			Acceso
			Bueno	Regular	Malo		Día	mes	año	Event
P	terrestre	Asfaltado	X							
O						Caminando	X			Días / mes
										Todos los días de sol
Y										
O	ASOCIACIÓN CON OTROS			X		bicicleta	X			Diciembre - mayo
	SERVICIOS		A y B	X		X	A.V.		Guia.	X
OBSERVACIONES:										
Este atractivo tiene mucha potencialidad a pesar de no poseer la planta turística adecuada.										
S I G N I F I C A D O	7. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO									
	LOCAL			X						
	PROVINCIAL			X						
NACIONAL			X							
INTERNACIONAL			X							

<b>JERARQUIZACIÓN</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>CALIDAD</b>	
Valor Intrínseco	<b>10</b>
Valor extrínseco	10
Entorno	5
Estado de conservación	5
<b>APOYO</b>	
Acceso	5
Servicios	5
Asociación con otros atractivos	5
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local	2
Provincial	4
Nacional	
Internacional	
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>
<b>EQUIVALE</b>	<b>JERARQUÍA III</b>

Ficha 5

FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
 LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURISMO  
 FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Manglar la Piedra



1. DATOS GENERALES:

<b>1.1 ENCUESTADOR:</b>		Suarez Suárez Maryure		
<b>1.2. FECHA:</b>	16 /Octubre/2013	<b>1.3 FICHA No</b>	5	
<b>1.4. NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>Descanso.</b>		
<b>1.5. CATEGORÍA:</b>		Manifestaciones Culturales		
<b>1.6. TIPO:</b>		Enografía		
<b>1.7. SUBTIPO:</b>		Manifestaciones religiosa Tradiciones y creencia Populares		
<b>2.-UBICACIÓN:</b>				
<b>2.1 PROVINCIA:</b>	<b>2.2 CANTÓN:</b>	<b>2.3 Comuna Curía - PARROQUIA:</b>		
Santa Elena	Santa Elena	Manglaralto		
<b>2.4 CALLE:</b>	Generalizado			

<b>3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>					
<b>C A L O R I T Í C O</b>	<b>V A L O R I T Í C O</b>	<b>4.1 ALTURA</b>	<b>TEMPERATURA:</b>		
	<b>DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:</b>				
	El manglar la Piedra es un área verde este destino, y con una variada des especies tanto en aves y plantas como son los mangles rojos los mismo que en los antes pasados lo usaron como un filtro purificador de aire, para vivir con menos enfermedades el Manglar La Piedra que existe desde hace cientos de años gran parte de la comunidad realizaban las actividad de la pesca también fue productor de crustáceo y patos cuervos que sirvieron a las comunas aledañas para su sustento diario.				
<b>USOS SIMBOLISMO</b>					
<b>E X T R Í N S E C I O  A D A</b>	<b>C R Í S T I C O</b>	Con el pasar de los años, el consumo de las pesca convirtió a esta sector en una área desértico, pero con la ayuda de ONG. Internacionales se han vuelto recuperar la especie del mangle rojo y esta especie de aves a se muestran en la fotografía. También han mucha probabilidad de que se reproduzca el cangrejo azul único de la zona.			
		<b>4. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
		<b>4.1 ALTERADO</b>		<b>4.2 NO ALTERADO</b>	
		<b>4.3 CONSERVADO</b>	X	<b>4.4 DETERIORADO</b>	
		<b>4.5 CAUSAS</b>			
		<b>5. ENTORNO</b>			
		<b>5.1 CONSERVADO</b>		<b>5.2 PROC./DETER.</b>	X
		<b>5.3 DETERIORADO</b>			
		<b>CAUSAS:</b>		Sobrecarga temporada alta.	

6. INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO											
A										Tempo.	
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSP	FRECUENCIAS				Acceso
			Bueno	Regular	Malo		Día	mes	año	Evento	Meses / año
P	terrestre	manifestaciones	X			Bus	X				Todo el año
O						Motos	X				Días / mes
Y						Autos privado					Todos los días
O	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				X	bicicleta	X				Mayo a Julio
	SERVICIOS		A y B	X		X	A.V.		Guía.	X	
OBSERVACIONES:											
Este atractivo tiene mucha potencialidad a pesar de no poseer la planta turística adecuada.											
S I G N I F I C A D O	<b>7. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	<b>LOCAL</b>			X							
	<b>PROVINCIAL</b>										
	<b>NACIONAL</b>										
	<b>INTERNACIONAL</b>										

<b>JERARQUIZACIÓN</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>CALIDAD</b>	
Valor Intrínseco	<b>6</b>
Valor extrínseco	6
Entorno	3
Estado de conservación	5
<b>APOYO</b>	
Acceso	8
Servicios	0
Asociación con otros atractivos	0
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local	0
Provincial	6
Nacional	0
Internacional	6
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>
<b>EQUIVALE</b>	<b>JERARQUÍA I</b>

**Ficha 6**

**FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**  
**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURISMO**  
**FICHAS PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**Gastronomía**



**1. DATOS GENERALES:**

<b>1.1 ENCUESTADOR:</b>		Suarez Suárez Maryure		
<b>1.2. FECHA:</b>	16 /Octubre/2013	<b>1.3 FICHA No</b>	1	
<b>1.4. NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		Platos Típicos del Sector		
<b>1.5. CATEGORÍA:</b>		Manifestaciones Culturales.		
<b>1.6. TIPO:</b>		Etnografía.		
<b>1.7. SUBTIPO:</b>		Comidas y Bebidas Típicas		
<b>2.-UBICACIÓN:</b>				
<b>2.1 PROVINCIA:</b>	<b>2.2 CANTÓN:</b>	<b>2.3 Comuna Curía - PARROQUIA:</b>		
Santa Elena	Santa Elena	Manglaralto		
<b>2.4 CALLE:</b>	Vías cordillera Chongón colonche imites Comuna San José			



<b>3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>				
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R I N T E R Í N S E C O</b>	<b>4.1 ALTURA</b>	<b>TEMPERATURA:</b>	
		<b>DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO:</b>		
		De acuerdo con los elementos culturales del destino, se considera el arte culinario para ofrecer al turista, el típico platillo de coctel de almejas, se encuentra con escasez debido a la extinción de las almejas. Como también los platos a la carta preparados en mariscos y pescados.		
<b>USOS SIMBOLISMO</b>				
<b>C A L I D A D</b>	<b>E X T R Í N S E C O</b>	El plato típico de este destino se encuentra en estado precario durante los meses de mayo a noviembre afectado por el clima, otros factor que ha portada a la escasez del plato típicos la extracción de este crustáceo, aun este destino no solo cuenta con cabañas que brindan el servicio de alimentos y bebidas y no con un restaurante que pueda satisfacer a los visitante.		
<b>4. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>				
<b>A D</b>	<b>4.1 ALTERADO</b>	<b>X</b>	<b>4.2 NO ALTERADO</b>	
	<b>4.3 CONSERVADO</b>		<b>4.4 DETERIORADO</b>	
	<b>4.5 CAUSAS</b>			
	<b>5. ENTORNO</b>			
	<b>5.1 CONSERVADO</b>		<b>5.2 PROC./DETER.</b>	<b>X</b>
	<b>5.3 DETERIORADO</b>			
	<b>CAUSAS:</b>	Poca inversión		

6. INFRAESTRUCTURA SOCIAL Y DE ACCESO											
A										Temp.	
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSP	FRECUENCIAS				Acceso
		Bueno	Regular	Malo		Día	mes	año	Evento	Meses / año	
P	Historia	Fiestas patranales	X			buses	X			Todo el año	
O						autos	X			Días / mes	
Y						otros				Todos los días	
O	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRATIVOS			X		tradiciones y costumbre	X				
	SERVICIOS		A y B	X		X	A.V.		Guia.	X	
OBSERVACIONES:											
Este atractivo tiene mucha potencialidad a pesar de no poseer la planta turística adecuada.											
S I G N I F I C A D O	<b>7. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	<b>LOCAL</b>			X							
	<b>PROVINCIAL</b>			X							
<b>NACIONAL</b>											
<b>INTERNACIONAL</b>											

<b>JERARQUIZACIÓN</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>CALIDAD</b>	
Valor Intrínseco	<b>8</b>
Valor extrínseco	4
Entorno	2
Estado de conservación	6
<b>APOYO</b>	
Acceso	2
Servicios	
Asociación con otros atractivos	1
<b>SIGNIFICADO</b>	
Local	5
Provincial	5
Nacional	0
Internacional	
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>
<b>EQUIVALE</b>	<b>JERARQUÍA II</b>

## **ANEXO 5: Fotografías**

### **Fotografía # 1: Bosques Naturales**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

### **Fotografía # 2: Mirador Natural de Curía**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

### **Fotografía # 3: Tradiciones y Artesanía**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía #4: Playas de Curía**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía # 5: Caída del sol en la playa de Curía**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía #6: Ecosistema**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía # 7: Manglar la Piedra Curía**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía # 8: Cabalgatas de playa.**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía # 9: Encuesta a Jefes de familia.**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía # 10: Encuesta a Jefe de Familia**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*



**Fotografía #11: Encuesta a Jefes de Familia**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía #12: Encuesta a Jefes de Familia**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía # 13: Encuesta a Jefes de familia**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*

**Fotografía # 14: Encuesta a Jefes de Familia**



*Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Para la Comuna Curía, Año 2013*