



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE
MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN TURISMO**

TEMA:

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL
APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS
NATURALES Y CULTURALES EN EL HUMEDAL LA SEGUA,
CANTÓN CHONE Y TOSAGUA.**

AUTORES:

BASURTO ARÁUZ MARÍA ELENA

BRAVO ALONZO MARÍA MAGDALENA

TUTOR:

ING. NELSON GARCÍA REINOSO, M Sc

CALCETA, AGOSTO 2015

DERECHOS DE AUTORÍA

María Elena Basurto Arauz y María Magdalena Bravo Alonzo, declaran bajo juramento que el trabajo descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento

.....

MARÍA E. BASURTO ARAUZ

.....

MARÍA M. BRAVO ALONZO

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Ing. Nelson García Reinoso, M Sc, certifica haber tutelado la tesis DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES EN EL HUMEDAL LA SEGUA, CANTÓN CHONE Y TOSAGUA, que ha sido desarrollada por María Elena Basurto Arauz y María Magdalena Bravo Alonzo, previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo, de acuerdo al REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

.....

ING. NELSON GARCÍA REINOSO, M Sc

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han APROBADO la tesis DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES EN EL HUMEDAL LA SEGUA, CANTÓN CHONE Y TOSAGUA, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por María Elena Basurto Arauz y María Magdalena Bravo Alonzo, previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo de acuerdo al REGLAMENTO PARA LA ELABORACION DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....

AB. JUAN VILLACRESES VITERI

MIEMBRO

.....

MGTR. SWEN WATERREUS

MIEMBRO

.....

MGTR. YAMIL DOUMET

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

A sus docentes que han sido pilar fundamental en nuestra formación profesional y que fueron guías y ejemplo en todo momento

A Dios, que con su bendición nos ha permitido llegar a cumplir una meta más en nuestras vidas, alcanzando uno de nuestros mayores sueños.

A nuestros padres y demás familiares por siempre apoyarnos y motivarnos en este camino de vida universitaria.

A todas las personas, amigos, maestros y compañeros que aportaron con su granito de arena para la realización de este gran logro a todos ellos, muchas gracias.

MARÍA ELENA BASURTO ARAUZ

MARÍA MAGDALENA BRAVO ALONZO

DEDICATORIA

A Dios porque sin la fortaleza y bendición en cada momento de nuestras vidas no seríamos capaces de vencer obstáculos y sobrepasar barreras que se presenten en el camino.

A nuestros padres, y abuela por la sabiduría que les acompaña y la cual nos han brindado a nosotras en el trayecto de la vida, por su entrega y apoyo en el cumplimiento de nuestras metas.

A nuestros hermanos que son nuestros mejores amigos y en ocasiones nuestro ejemplo a seguir.

A mi esposo Miguel por ser mi apoyo incondicional en mi preparación como profesional y ser humano.

A toda nuestra familia en general por cada palabra de aliento y consejos que nos impulsaron a seguir a delante y cumplir con nuestros sueños

MARÍA ELENA BASURTO ARAUZ

MARÍA MAGDALENA BRAVO ALONZO

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
CONTENIDO GENERAL.....	vii
CONTENIDO DE CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICOS	ix
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	4
1.2.1 JUSTIFICACIÓN METODOLÒGICA.....	4
1.2.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	4
1.2.3. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL.....	4
1.2.4. JUSTIFICACIÓN SOCIOECONOMICA	5
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.4. HIPÓTESIS, PREMISAS Y/O IDEAS A DEFENDER.....	6
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. MARKETING TURÍSTICO.....	9
2.2. ACTIVIDAD TURÍSTICA	10
2.2.1. DEMANDA TURÍSTICA	11
2.2.2. OFERTA TURÍSTICA.....	11
2.2.2.1 PRODUCTO TURÍSTICO	12
2.2.2.2. PRODUCTOS DE NATURALEZA	14
2.2.2.3 TURISMO SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE	15
2.3. HUMEDAL	17
2.3.1. FUNCIÓN DE LOS HUMEDALES	18
2.3.2. CLASIFICACIÓN DE LOS HUMEDALES	20
2.4. ECUADOR COMO DESTINO DE TURISMO DE NATURALEZA	22

2.4.1. DESTINO HUMEDAL LA SEGUA CHONE TOSAGUA	23
2.5 DESARROLLO TURÍSTICO	24
2.6. RECURSO TURÍSTICO PILAR FUNDAMENTAL DEL TURISMO ..	25
2.6.1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS	27
2.6.2. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.....	28
2.6.3. PLANTA TURÍSTICA.....	29
2.6.4. PROMOCIÓN TURÍSTICA	31
2.7. ECOSISTEMA O HÁBITAT	33
2.7.1 ECOSISTEMAS DE HUMEDAL.....	34
2.7. 2. ECOSISTEMAS TERRESTRES.....	35
2.7.3. ECOSISTEMA FLUVIALES	36
2.7. 4. ECOSISTEMAS DE MANGLAR	37
2.7.5. ECOSISTEMA HERBAZALES.....	38
2.8. MODALIDADES DEL TURISMO.....	40
2.8.1. TURISMO DE NATURALEZA.....	40
2.8.2. TURISMO CIENTÍFICO	41
2.9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS	42
2.9.1 SENDERISMO.....	42
2.9.2 PESCA DEPORTIVA	44
2.9.3 OBSERVACIÓN DE AVES	45
2.9.4 FOTOGRAFÍA.....	47
2.9.5 CAMPING	48
2.9.6 TREKKING	49
CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO II	50
CAPÍTULO III DISEÑO METODOLÓGICO	51
3.1. METODOLOGÍAS FUNDAMENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN	52
3.1.1. METODOLOGÍA DE LA DRA. ESTHER LIDIA MACHADO CHAVIANO Y YANETH HERNÁNDEZ 2007.....	52
3.2. METODOLOGÍA APLICADA.....	55
3.2.1. PRIMERA FASE – DIAGNÓSTICO SITUACIONAL E INVENTARIO DE RECURSOS.....	55
3.2.2. SEGUNDA FASE – DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO CON SU RESPECTIVO MARKETING MIX	57

3.2.3. TERCERA FASE – RETROALIMENTACIÓN	59
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	60
4.1. PRIMERA FASE.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL E INVENTARIO DE RECURSOS.....	60
4.1.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO	60
4.1.2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL HUMEDAL LA SEGUA.....	62
4.1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	66
4.1.3.3 ENTREVISTAS	89
4.1.4. INVENTARIO DEL HUMEDAL LA SEGUA.....	91
4.1.5. MATRIZ DE LEOPOLD.....	92
4.1.6. ANÁLISIS DAFO.....	98
4.2. SEGUNDA FASE.- DISEÑO DE PRODUCTO Y DISEÑO DEL MARKETING MIX	100
4.2.1 DISEÑO DEL PRODUCTO.....	100
4.2.2. DISEÑO DEL MARKETING MIX.....	105
4.2.2.1 PRECIO	105
4.2.2.2 PLAZA	107
4.2.2.3 PROMOCIÓN	109
4.3. TERCERA FASE RETROALIMENTACIÓN	113
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
CONCLUSIONES:	115
RECOMENDACIONES:.....	116
BIBLIOGRAFÍA	117
ANEXOS	129

CONTENIDO DE CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICOS

CUADROS

Cuadro 4.1. Aves más comunes del Humedal La Segua	64
Cuadro 4.2. Oferta de transporte terrestre hacia el humedal la Segua.	65
Cuadro 4.3. Variable sexo.	67
Cuadro 4.4. Variable edad.....	68

Cuadro 4.5. Procedencia del visitante.....	69
Cuadro 4.6. Formación académica del visitante o turista.....	70
Cuadro 4.7. Ocupación del visitante o turista.....	71
Cuadro 4.8. Personas que lo acompañaron en su visita.....	72
Cuadro 4.9. Variable cantidad de personas con las que viaja.....	73
Cuadro 4.10. Variable medio de información que consulto sobre el humedal.....	74
Cuadro 4.11. Variable Motivación del Visitante.....	75
Cuadro 4.12. Variable factores positivos encontrados por visitante.....	76
Cuadro 4.13. Variable Sugerencias para mejorar el humedal.....	77
Cuadro 4.14. Cuanto estaría dispuesto a pagar por este producto.....	78
Cuadro 4.15. ¿Ha visitado otros humedales a parte de este?.....	79
Cuadro 4.16. Es su primera vez visitando al humedal la segua.....	80
Cuadro 4.17. Variable Regreso del visitante.....	81
Cuadro 4.18. Variable conocimiento de los Moradores acerca del Humedal.....	83
Cuadro 4.19. Variable desarrollo de la comunidad.....	84
Cuadro 4.20. Variable de forma de desarrollo de la comunidad a través del humedal.....	85
Cuadro 4.21. Variable impulso turístico.....	86
Cuadro 4.22. Variable Capacitación sobre Ecología y Medio Ambiente... ..	87
Cuadro 4.23. Variable beneficios generados por el Humedal Segua.....	88
Cuadro 4.24. Variable Interés sobre capacitaciones.....	89
Cuadro 4.25. Factores ambientales del Humedal La Segua.....	93
Cuadro 4.26. Actividades turísticas propuestas en el Humedal la Segua.....	93
Cuadro 4.27. Valores para evaluar los impactos.....	94
Cuadro 4.28. Matriz de Leopold.....	96
Cuadro 4.29. Principales impactos ambientales negativos.....	97
Cuadro 4.30. Matriz DAFO del Humedal La Segua.....	98
Cuadro 4.31. Itinerario y cronograma de actividades.....	102
Cuadro 4.32. Itinerario 1.....	103
Cuadro 4.33. Itinerario 2.....	104
Cuadro 4.34. Logotipo y Slogan del producto.....	110

FIGURAS

Figura 2.1. Hilo conductor.....	7
Figura 2.2. Procesos para el diseño de una oferta turística.....	8
Figura 3.1. Diseño Metodológico.....	54

GRÁFICOS

Gráfico. 4.1. Variable Sexo.....	67
---	----

Gráfico. 4.2. Variable Edad.	68
Gráfico. 4.3. Procedencia del visitante.	69
Gráfico. 4.4. Formación Académica del visitante o turista.....	70
Gráfico. 4.5. Ocupación del visitante o turista.	71
Gráfico. 4.6. Personas que lo acompañan en su visita.	72
Gráfico. 4.7. cantidad de personas con las que viaja	73
Gráfico. 4.8. Medio de información que consulto sobre el humedal	74
Grafico. 4.9. Motivación del Visitante	75
Grafico. 4.10. Factores positivos encontrados por visitante	76
Grafico. 4.11. Sugerencias para mejorar el humedal	77
Grafico. 4.12. Disponibilidad de pago por el producto.....	78
Grafico. 4.13. Conocimiento acerca de sitios similares.	79
Grafico. 4.14. Es su primera vez visitando el Humedal La Segua.....	80
Grafico. 4.15. Regreso del Visitante.....	81
Grafico. 4.16. Conocimiento de los moradores acerca del Humedal.....	83
Grafico. 4.17. Desarrollo de la comunidad.	84
Grafico. 4.18. Forma de desarrollo de la comunidad a través del humedal.	85
Grafico. 4. 19. Impulso turístico.....	86
Grafico. 4. 20. Capacitación sobre ecología y medio ambiente.....	87
Grafico. 4. 21. Beneficios generados por el Humedal La Segua.....	88
Grafico. 4. 22. Interés sobre capacitaciones.	89

IMÁGENES

Imagen 4. 1. Ubicación geográfica del Humedal La Segua.....	63
Imagen 4. 2. Ruta hacia el Humedal La Segua.	108
Imagen 4. 3. Ruta hacia el Humedal La Segua e Isla Corazón	108
Imagen 4. 4. Trictico del Humedal La Segua.....	111

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un producto turístico para el aprovechamiento del potencial de los recursos naturales y culturales en el humedal la Segua, cantón Chone y Tosagua, se tomó como referencia la metodología de: Dra. Esther Lidia Machado Chaviano y Yanet Hernandez 2007, puesto que abarca en su totalidad el tema de estudio, una vez estructurada la metodología se realizó un levantamiento de información general sobre la parroquia San Antonio del Cantón Chone, punto de referencia para la llegada hacia el humedal la Segua y donde se encuentra el 75% del atractivo, para después realizar un diagnóstico de la situación actual del Humedal la Segua con su respectivo inventario turístico, mediante la matriz DAFO se determinaron las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que existe en el Humedal, Con la información recopilada se procedió al estudio de mercado mediante encuestas a los visitantes del humedal y entrevistas a los propietarios. Se diseñó el respectivo slogan, logotipo e itinerario y se determinó el marketing mix del producto con sus propias estrategias. Se puede concluir que existe interés por parte de las autoridades competentes en preservar un ecosistema tan basto como lo es el Humedal la Segua por otra parte se considera factible el producto diseñado ya que los actores sociales creen que puede ser una ayuda para el desarrollo de los cantones donde se encuentra el recurso, los mismos que están interesados en involucrarse en la actividad turística.

PALABRAS CLAVES

Oferta turística, Humedal, Desarrollo sostenible, producto turístico

ABSTRACT

The present work aims to design a tourist product for a better use of the natural and cultural resources in the Segua wetland, Chone and Tosagua canton, it was taken as reference the methodology of Dr. Esther Lidia Machado Chaviano and Yanet Hernandez 2007, it covers entirely the subject of study, once structured the methodology a survey of general information about the parish of San Antonio in Chone Canton was applied, the starting point the arrival of the La Segua wetland and where is was held 75 % of the attraction, then a diagnosis of the current situation of La Segua Wetland with their respective tourist inventory, using the SWOT matrix to analyze weaknesses, threats, strengths and opportunities that exist in the wetland with the information collected is determined proceeded to market research by surveying visitors to the wetland and interviews with the owners. The respective slogan, logo and itinerary was designed and the marketing mix was determined with their own strategies. It can be concluded that there is an interest from the competent authorities in preserving the wetland's ecosystem otherwise the product designed is considered feasible for the community, local government and participants. They believe that it may help the development of the cantons where the resource is located, they are interested in getting involved in tourism.

KEY WORDS

Tourism, wetlands, sustainable, development, tourism product.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Ecuador está posicionando su oferta turística a nivel mundial con su logo que refleja la biodiversidad y riqueza del país e invita a conocer y amar la experiencia única que el país ofrece el mismo que está enfocando en un turismo responsable y sostenible, turismo consiente, esto hace que la oferta turística que promociona el Ecuador sea conocida en todos los continentes, por medio de las diferentes ferias internacionales y eventos turísticos.

"La provincia de Manabí está siendo promocionada a nivel nacional con su eslogan "Ven a Manabí te espero..." la misma que el Gobierno Provincial, impulsa en el país y el mundo para dar a conocer a la provincia en todas sus potencialidades turísticas, que van desde arqueología, agroturismo, gastronomía, cultura, aventura, ríos y playas (GPM, 2012).

"La isla Corazón y el Pital, son dos proyectos de turismo comunitario de la provincia de Manabí que participaron en la Feria de Turismo de Ecuador FITE como parte de la oferta turística de la provincia, que brinda apoyo a ambos proyectos con el fin de contribuir a la preservación y los recursos naturales, al mejoramiento de la calidad de vida. Esta participación además de visualizar el producto que ofrece, permitió que se inserten dentro de la oferta turística nacional" (ESQUEL, 2007)

El Cantón Chone es el cantón más extenso de la provincia de Manabí y cuenta con un sin número de recursos turísticos, los cuales el municipio no los ha inventariado en su totalidad por lo que carece de una de las bases primordiales para la planificación turística del cantón y por lo consiguiente no cuenta con una oferta turística enfocada a los recursos que posee. La poca promoción que se da en este cantón de sus recursos más destacados, se basa en los diferentes eventos y ferias turísticas a nivel nacional como la FITE (Feria Internacional de Turismo en Ecuador). El G.A.D (Gobierno Autónomo Descentralizado) del Cantón Chone con su departamento de turismo es el encargado de promocionar los diferentes atractivos y recursos del cantón sin

embargo no existe un plan de promoción para dar a conocer a los turistas y visitantes las riquezas que posee.

Los humedales son los ecosistemas más productivos del planeta, en ellos habita una megadiversidad de flora y fauna donde lo más sobresaliente son las aves y estas pueden ser endémicas como también migratorias. Los humedales que poseen una riqueza biológica y que cumplen con un sin número de características de importancia internacional son registrados como Sitio Ramsar.

La Convención Internacional sobre Humedales, en el cual participaron 18 estados se creó el 2 de febrero de 1971 en la ciudad Iraní Ramsar y entro en vigencia en 1975 para salvaguardar y proteger uno de los ecosistemas más importantes del planeta, definiendo así a los humedales: “las extensiones de marismas, pantanos y turberas, o superficies cubiertas de aguas, sean éstas de régimen natural o artificial, permanentes o temporales, estancadas o corrientes, dulces, salobres o saladas, incluidas las extensiones de agua marina cuya profundidad en marea baja no exceda de seis metros” (Peck, 2010).

Por su diversidad de flora y fauna que existe en estos ecosistemas, los humedales se han vuelto atractivos para el turismo, estudios realizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) muestran que cada vez los Sitios Ramsar son visitados por turistas “en el año en el 2010 el número de turistas internacionales alcanzo la cifra de 940 millones y se estima que para el 2020 la cifra suba a 1.600 sin incluir los turistas nacionales y los que realizan viajes recreativos sin pernoctar. En todo el mundo existen aproximadamente 1.970 humedales de categoría Sitio Ramsar y entre esos esta Ecuador con 14 Sitios Ramsar los cuales 9 se encuentran en la región litoral o costa (Molina, 2011).

El Humedal La Segua se encuentra en una gran parte en este Cantón y el resto en el Cantón Tosagua todos estos de la provincia de Manabí. Es parte de la Convención desde el 7 de junio del 2000 con el número de humedal 1.028. Su importancia reside en su diversidad íctica importante para la subsistencia de las comunidades; estabilizador natural de inundaciones; densas poblaciones

de aves acuáticas que se refugian en este sitio, contribuyendo así una gama de biodiversidad de flora y fauna (López, 2000).

A pesar de su belleza paisajística e importancia natural este atractivo turístico carece de una infraestructura y equipamientos idóneos para realizar sus actividades turísticas, y así prestar un excelente servicio a sus visitantes, por otra parte las comunidades que rodean a este atractivo ignoran del potencial que posee causando malas prácticas ambientales que afectan la naturaleza del mismo, como contaminación, tala de árboles, pesca indiscriminada, especies de peces introducidas, etc., prácticas que año a año van desgastando a un ecosistema muy importante como lo son los humedales.

En otro ámbito las autoridades del cantón Chone y su departamento de turismo y de Medio ambiente que son los encargados de gestionar y cuidar este atractivo carecen de métodos para el desarrollo turístico y ambiental. Ya que no existe una vinculación o interés por parte de las autoridades tanto cantonal como provincial en definir estrategias de publicidad y comercialización de este atractivo es por eso que la actividad turística se torna un poco escasa, ya que los turistas que llegan al cantón o la provincia no conocen el potencial que este recurso encierra, como consecuencia de esto el recurso, la parroquia y el cantón está perdiendo de generar recursos económicos que ayuden a toda la comunidad involucrada en el sector turístico, por ende se hace necesario una oferta turística para el desarrollo turístico del Humedal la Segua y la comunidad.

¿De qué manera un producto turístico permite aprovechar el potencial turístico del humedal La Segua en función de su sustentabilidad y el desarrollo turístico en el cantón Chone?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

El proceso para el diseño de un producto turístico tiene como referencia las metodologías: Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba publicada en el 2007, Metodología de la secretaria de turismo de México publicada en el 2006, Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable publicada en el 2008, y Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización publicada en el 2009, las mismos que proponen un procedimiento estructurado, y participativo entre los factores implicados en la concepción del diseño de un producto turístico, entonces a través de su aplicación, permita el desarrollo turístico del Humedal La Segua.

1.2.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Este proyecto permitirá identificar necesidades en cuanto al uso y manejo adecuado del Humedal La Segua, ya que es un instrumento de mucha importancia para orientar la toma de decisiones sobre cómo iniciar un producto turístico, mejorar o expandirlo; de esta manera este instrumento permitirá conocer todas las ventajas con las que cuentan y mejorar la rentabilidad de los servicios turísticos que ofertara.

1.2.3. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL

La OMT guía y apoya al sector turístico en su esfuerzo por comprender mejor la relación entre el turismo y el medio ambiente, la Organización ha preparado directrices para los gobiernos sobre políticas de turismo sostenible, ha diseñado indicadores de sostenibilidad turística, y participa en iniciativas mundiales como la de los Criterios Globales de Turismo Sostenible, que establecen los requisitos mínimos que hoteles y tour operadores deben cumplir en materia de sostenibilidad. El futuro del sector turístico depende que se proteja la vida en toda su diversidad, especialmente en la ecológica, por ejemplo conservar las áreas naturales para desarrollar el turismo (OMT, 2012).

En el Ecuador existe la Ley de gestión ambiental (2004), la cual, expresa en su Art. 16.- El Plan Nacional de Ordenamiento Territorial es de aplicación obligatoria y contendrá la zonificación económica, social y ecológica del país sobre la base de la capacidad del uso de los ecosistemas, las necesidades de protección del ambiente, el respeto a la propiedad ancestral de las tierras comunitarias, la conservación de los recursos naturales y del patrimonio natural. Debe coincidir con el desarrollo equilibrado de las regiones y la organización física del espacio. El ordenamiento territorial no implica una alteración de la división político administrativa del Estado.

Según la Ley de turismo (2002) en su capítulo 1, artículo 4 literal b habla sobre la obligación que debe tener la política estatal, con relación al sector del turismo, y dice que: Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.

1.2.4. JUSTIFICACIÓN SOCIOECONOMICA

Según La Constitución Política del Ecuador (2008) en los Derechos del Buen Vivir artículo 14, se especifica que se debe garantizar la sostenibilidad del medio y el aprovechamiento de los recursos para el desarrollo social, ambiental y económico de la población.

La necesidad de diseñar un producto turístico que considere la importancia medioambiental del Humedal La Segua, respetando los recursos naturales que posee y que se integre como potencial para fomentar el turismo ecológico en las parroquias San Antonio, La Sabana, La Segua, perteneciente al Cantón Chone y Puerto Larrea perteneciente al Cantón Tosagua y que ésta a su vez promueva al visitante o turista la importancia de conservar la naturaleza y proteger el medio ambiente.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un producto turístico para el aprovechamiento del potencial de los recursos naturales y culturales en el humedal la Segua, Cantón Chone y Tosagua

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una revisión teórica conceptual que garantice la calidad del proceso de diseño del producto turístico.
- Definir las fases, etapas y técnicas metodológicas que faciliten el diseño de un producto turístico para estos tipos de destinos
- Proponer el procedimiento para el diseño de un producto turístico en El Humedal La Segua, ubicada en los cantones Chone y Tosagua que contribuyan a su desarrollo.

1.4. HIPÓTESIS, PREMISAS Y/O IDEAS A DEFENDER

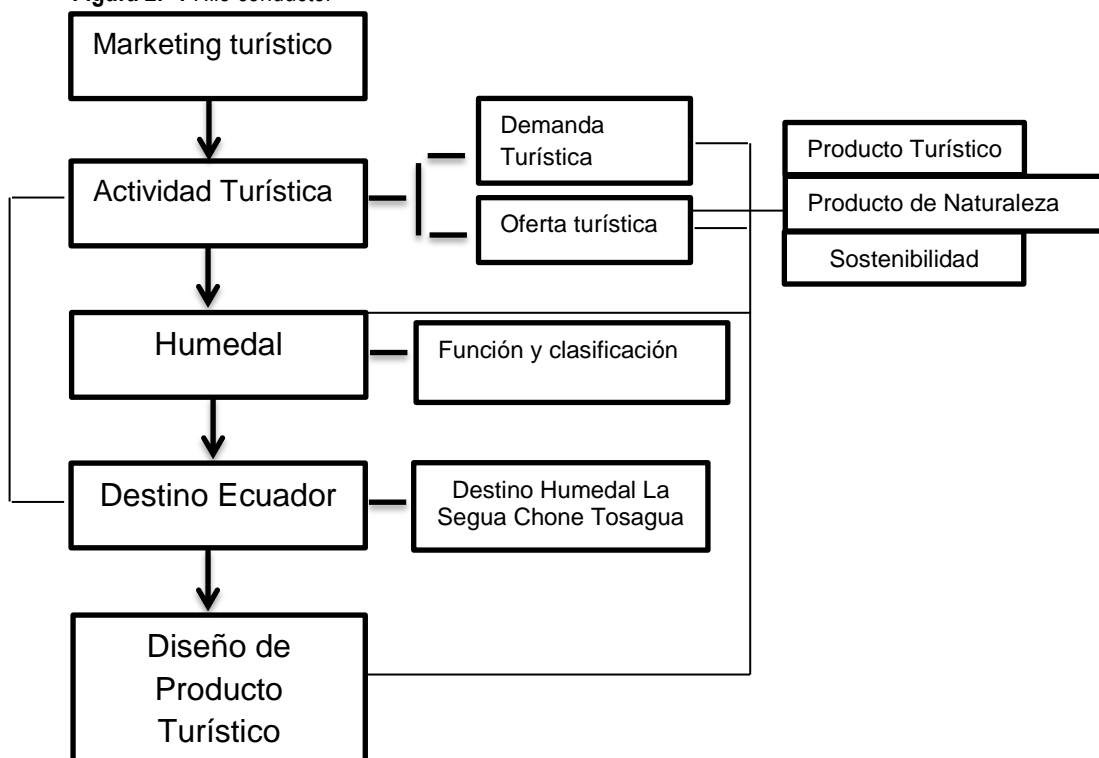
Si se diseña un producto turístico entonces se mejorará el aprovechamiento del Potencial de los Recursos Naturales y Culturales en el Humedal La Segua, Cantón Chone y Tosagua.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

En este capítulo se exponen los preceptos teóricos que rigen el tema de Diseñar un producto turístico para el aprovechamiento del potencial de los recursos naturales y culturales en el humedal la Segua, Cantón Chone y Tosagua, sustentados por diferentes autores de forma sistematizada y ordenada para la mejor comprensión del tema de estudio.

Los contenidos a abordar se aprecian en el hilo conductor por el que se rige esta investigación en la figura número 2.1. Mientras que en la figura 2.2 se especifica los diferentes conceptos que se empleara para el desarrollo de este capítulo como los componentes de la oferta turística, los ecosistemas y habitas que están involucrados en el sitio a investigar, las diferentes modalidades de turismo o segmentación del destino turístico y las actividades turísticas que se darían en el sitio.

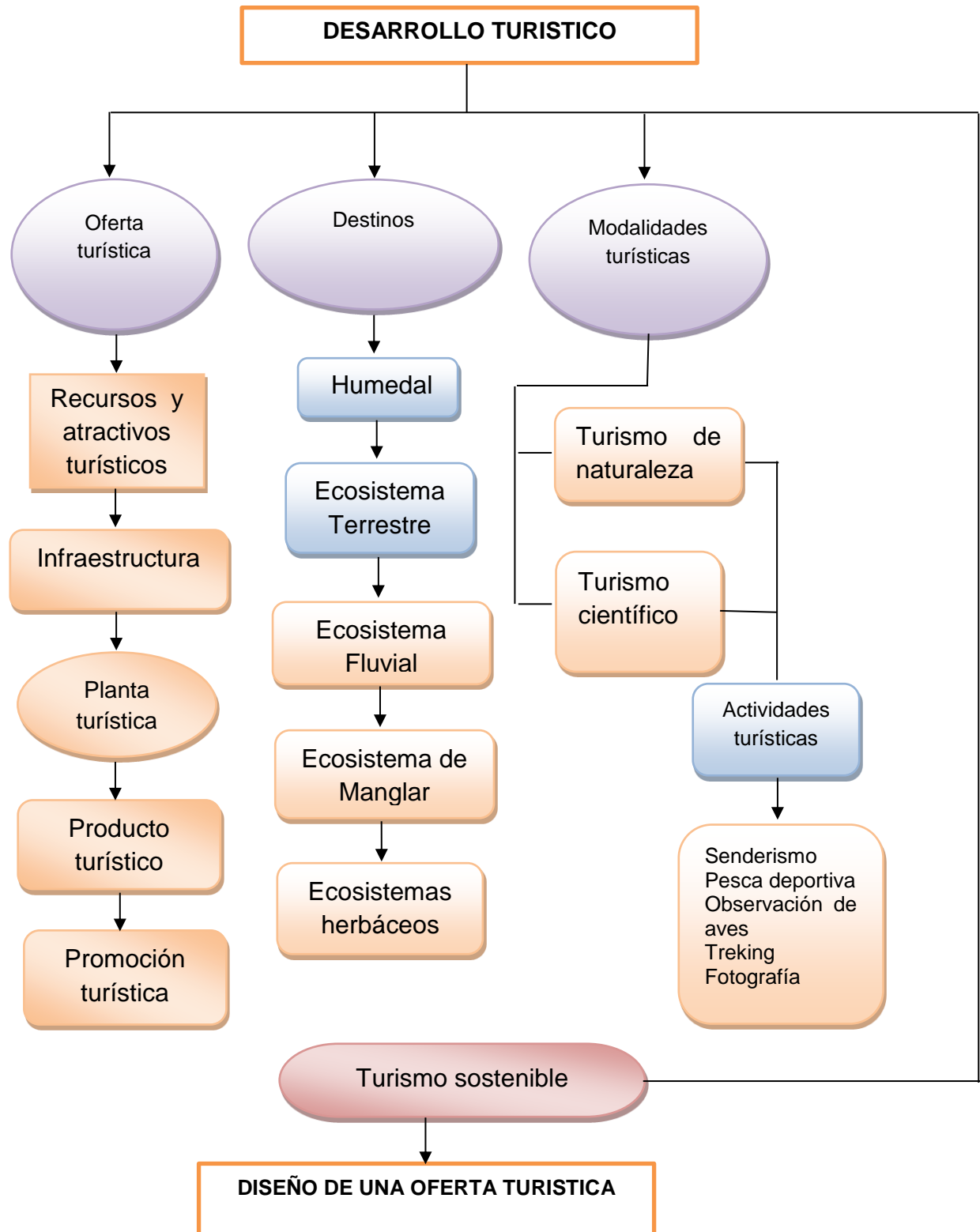
Figura 2. 1 Hilo conductor



Fuente: elaboración de los autores

Partiendo del análisis del hilo conductor consideramos que para diseñar un producto turístico debe tenerse en cuenta los siguientes elementos.

Figura 2. 2. Procesos para el diseño de un producto turístico.



Fuente: elaboración de los autores

2.1. MARKETING TURÍSTICO

El marketing turístico en su esencia requiere acción, no admite además otra finalidad que un proceso de decisión que permite la acción de la empresa turística en la mejor sección del mercado de demanda (Santos, 2003).

El marketing es un proceso de gestión responsable de identificar, anticiparse a las necesidades de los consumidores de forma satisfactoria, cuyo objetivo es conocer y entender al cliente, que el producto o servicio que le ofrezca se ajuste a sus necesidades. Por tanto el marketing no es el arte de vender lo que produce sino el arte de saber qué producir o vender. El arte de identificar y entender las necesidades del cliente, el marketing parte de una necesidad un deseo de acuerdo con las características personales del consumidor así mismo se define como aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante proceso de intercambio. El marketing genera las pasiones más controvertidas, desde un rechazo total hasta una aceptación adicta y sin matices, desde considerarlo el milagro que todo soluciona en una empresa consiste en definir los públicos objetivos y la mejor forma de satisfacer sus necesidades y deseos de una manera competitiva y rentable. Debido a que una determinada necesidad se puede satisfacer con muchos productos, la elección del mismo se guía por los conceptos de valor, costo y satisfacción. Los productos se pueden obtener de muchas formas, aunque es el intercambio el más usado (Pérez, Et al, 2012).

En el marketing turístico se destaca la necesidad en ahondar en la ética y responsabilidad social del marketing en turismo, que apenas ha empezado a formar parte de las publicaciones y que es especialmente relevante en el sector turístico por su impacto en el entorno y la sociedad. Además sugiere impulsar la investigación sobre ciertas variables del marketing mix como son: el precio, los canales de distribución, las ventas personales o las variables de comunicación por ejemplo (promoción en ventas, patrocinio y ferias) (Bigne, et al, 2008).

CONCLUSIÓN

El marketing turístico está dirigido al estudio y la planificación de cómo dar a conocer un producto, destino o servicio en el área del turismo, donde cada uno debe tener aspectos que llamen la atención del turista al cual va direccionada la promoción.

2.2. ACTIVIDAD TURÍSTICA

El secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai, destaca la importancia del turismo más allá de la actividad en sí, pues ayuda al entendimiento de naciones, promueve inversiones y permite mejorar la calidad de vida, pues abarca una amplia gama de actividades, bienes y servicios. (Clavijo. Et al., 2012).

La actividad turística comprende el conjunto de actividades y relaciones que se establecen a partir del desplazamiento de un individuo fuera de su lugar de residencia habitual, y debe ser voluntaria, temporal y sin ánimos de lucro (Machado, 2013)

La práctica de actividades recreativas y turísticas en ámbitos rurales tiene un auge creciente, las tendencias a nivel mundial indican que en los últimos años se ha registrado un aumento sostenido de la demanda de visitantes interesados en espacios naturales con fines contemplativos y de actividades en contacto con la naturaleza (Mosti, 2010).

CONCLUSIÓN

La actividad turística se ve involucrada por todas las acciones que realiza el ser humano para satisfacer sus necesidades, esto permite que los países se puedan ver beneficiados de esto a través de la inversión y la diversificación de la economía que hace que la población se interese en incluir al turismo para garantizar su estabilidad social. De este modo la actividad turística necesita estar compuesta de bienes y servicios que garanticen la comodidad del turista además de actividades de recreación, aventura y descanso

2.2.1. DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística 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 (Rigol, et al. 2011).

Es así que el éxito de un destino depende directamente del conocimiento que se tenga de las características de los turistas, de la demanda turística, y de la posibilidad que se tenga de adecuar la demanda turística. Si se logra tener este conocimiento y adaptarse a los turistas, se logrará también una fidelidad del turista al destino. Esto en concordancia con el uso de los medios sociales, en los que los turistas dejarán colgados sus comentarios, sus felicitaciones a los lugares que visitaron o estuvieron (destinos turísticos, alojamientos, operadores, sitios de diversión, etc.), conllevarán a una cultura de servicio enfocada al turista, en la cual se cumple con sus expectativas, o se mejora a partir de las sugerencias expuestas (Guzmán, 2009).

CONCLUSIÓN

La demanda turística incluye las necesidades, exigencias y tendencias del turista, para poder determinar las preferencias del cliente en este caso del visitante de los humedales es necesario realizar un estudio de mercado, con el objetivo de identificar dentro de una población cual es el perfil del turista que acude a este tipo de actividad, además este estudio permite desarrollar o mejorar la oferta con la finalidad de brindar un producto turístico de calidad logrando la rentabilidad y la fidelidad de retorno al sitio de destino.

2.2.2. OFERTA TURÍSTICA

La oferta es “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y

consumo”. Se puede decir que la oferta constituye un “Todo” integrado por estos productos, los servicios turísticos y no turísticos, y todo lo que concierne al destino. La oferta turística puede recibir un uso no turístico esto se llama usuario turístico (Valadez, et al, 2011).

Referente a la oferta turística Quesada (2007) menciona que existe dos tipos de oferta:

- La oferta turística básica: Compuesta por aquellos bienes y servicios que tienen carácter exclusivamente turístico. Ejemplos de ella son el alojamiento, agencias de viajes o cruceros.
- La oferta turística complementaria: Compuesta por aquellos bienes que no son exclusivos del turismo, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final. Los deportes, el comercio, carreteras, instituciones financieras son ejemplos de este tipo de oferta.

CONCLUSIÓN

Se puede decir que la Oferta Turística está compuesta por diferentes elementos, los cuales unidos conforman un producto atractivo para el tipo de turista que ha sido creado y junto a una buena estrategia de mercadeo hacen que un cantón, provincia o región sea considerado turístico, se puede decir entonces que la oferta es la base para el desarrollo turísticos de un país.

2.2.2.1 PRODUCTO TURÍSTICO

Es el conjunto de bienes y servicios con el objetivo de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas en el producto turístico se incluye los recursos turísticos los cuales es la materia prima del turismo, la infraestructura y la planta turística. El producto para ser consumido implica accesibilidad física poder llegar y comercializarse para poderse comprar.

Los productos turísticos están conformados por:

- Atractivos: es la razón por la cual el turista escogió el destino.

- Facilidades: es un complemento del producto, si falta este elemento puede impedir la presencia de los turistas.
- Accesos: son indispensables para la llegada de turistas, ya que es el medio por el cual arriban los turistas a su destino.
- Demanda: comprender las necesidades de los consumidores, y la identificación de los grupos homogéneos de un producto turístico.
- Oferta: Evaluar los componentes del producto turístico e identificar al conjunto de elementos que sean ofrecidos a la clientela de un producto. (Villalba, 2011).

La evolución, creación y desarrollo de nuevas modalidades y productos turísticos viene siendo, desde hace ya varios años, una de las principales ocupaciones por parte de los entes tanto públicos como privados en esta materia. Esto es debido, en parte, a la obsolescencia y agotamiento de algunos productos (como el caso del sol y playa) a novedosas y cambiantes necesidades y motivaciones del consumidor, así como a cambios importantes que afectan a la oferta y la demanda en el sector. Entre ellos se encuentran la redistribución de rentas, la puesta en valor de patrimonio, el desarrollo sostenible del medio, los cambios en los patrones culturales de la población, etc... (Ulloa, Pazos, 2010).

En el proceso de la producción turística, uno de los retos más interesantes para las personas y empresas vinculadas a la actividad, es la creación de nuevos productos turísticos, de los cuales se espera que sean novedosos, pertinentes y rentables en el amplio espacio de la oferta y la demanda (Barbosa, 2007).

CONCLUSIÓN

El producto turístico es el bien o servicio que satisfacen las necesidades y los deseos de los turistas, un producto turístico para poder ser visitado necesita una fácil accesibilidad, para ser comercializado y consumido, pues está constituido por atractivos, infraestructura, planta turística demanda y oferta.

2.2.2.2. PRODUCTOS DE NATURALEZA

Producto turístico de naturaleza se define como el "conjunto de actividades y concesiones llevadas a cabo en un área natural o seminatural dirigidas a individuos, que temporal, y principalmente por motivos de ocio o cognoscitivos, sustituyen su espacio cotidiano por uno nuevo para disfrutar, investigar, conocer o contemplar los componentes y atractivos de dicha área, y/o para participar en la preservación de los elementos contenidos en ella." En fin se puede decir que el turismo de naturaleza es todo aquel viaje motivado por experimentar, conocer, comprender, participar y disfrutar de la naturaleza en su estado más auténtico y puro (Rojas et al, 2012).

La Secretaría de Turismo, con el fin de facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos que atienda las exigencias, gustos y preferencias de quién demanda en el mercado turístico este tipo de servicios, ha buscado estandarizar y unificar criterios sobre el término "Turismo de Naturaleza". Para ello, ha basado su definición desde el punto de quién compra y efectúa el viaje, en tres puntos característicos: 1. El motivo por el cuál se desplazó el turista: El de recrearse en su tiempo libre realizando diversas actividades en constante movimiento, buscando experiencias significativas; 2. En dónde busca desarrollar estas actividades: En y con la naturaleza, de preferencia en estado conservado o prístino y, 3. Qué condiciones y actitudes debe el turista asumir al realizar estas actividades: Con un compromiso de respetar, apreciar y cuidar los recursos que está utilizando para recrearse. Entonces es que la Secretaría de Turismo define al Turismo de Naturaleza como: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Esta definición ha facilitado, a su vez, realizar una segmentación del Turismo de Naturaleza, basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza. Es así, que la Secretaría de Turismo ha dividido al Turismo de Naturaleza en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las actividades que a continuación se

definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados: Ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural (SECTUR, 2012).

Mientras que Martín (2003) considera que la demanda de productos turísticos relacionados con el patrimonio, o la práctica del turismo rural o el conocido ecoturismo (que inserta los elementos naturales, y el paisaje en una construcción sociocultural), se desarrolla en su plenitud. En los destinos turísticos se origina una vorágine desenfrenada, encaminada a la oferta de nuevos productos turísticos. Los que inician su andadura turística se esfuerzan y centran en diseñar una oferta turística fiel a sus directrices (sostenibilidad, respeto cultural y autenticidad).

CONCLUSIÓN

Los productos turísticos de naturaleza ya son importante incluir en toda oferta que se pretende realizar, por ellos grandes operadoras de turismo ya lo hacen parte fundamental de su oferta, debido a que cada año son más los turistas que buscan disfrutar de ambientes naturales, contacto directo con las especies y animales, que ya no se contentan con solo la infraestructura de grandes retoques, sino que quieren vivenciar recorridos donde todo lo que vean sea naturaleza, montañas, planicies y demás. Por ello la necesidad de siempre estar innovando y de monitorear al turista para cumplir con sus expectativas en todo momento.

2.2.2.3 TURISMO SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE

Debido a que la industria del turismo es una de las más grandes del mundo por los clientes que posee y que cada año se incrementa más y más ha dejado de ser hace muchos años atrás una actividad amigable con el medio en el cual se desarrolla.

Es por esto que los gobiernos locales, regionales y nacionales en los últimos años han adoptado el lema de turismo sostenible y sustentable con el fin de

salvaguardar los recursos y atractivos y protegerlos de la contaminación y degradación que genera el turismo en dicho lugares.

Según la OMT el turismo sostenible es: “Aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades futuras” (Pérez, 2004).

El turismo sostenible implica la práctica de los principios establecidos en La Cumbre para La Tierra que se dio lugar Rio de Janeiro en 1992 los cuales son:

Que el Turismo Sostenible.

- Proteja al Medio Ambiente y Contribuya a la conservación de la biodiversidad
- Respeta las comunidades locales, su patrimonio cultural y sus valores
- Aporte a todas las áreas interesadas beneficios socioeconómicos, que se distribuyan en forma equitativa y que comprendan oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades locales y contribuyan a la reducción de la pobreza. (SEMARTNAT, 2012).

Para la Organización Mundial del Turismo (2008), “Este es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos.

CONCLUSIÓN

El turismo sostenible y sustentable se enfoca en mantener y preservar los recursos naturales para el disfrute de las presentes y futuras generaciones, esto se debe al desgaste que en las últimas décadas ha sufrido el planeta por parte de las industrias y la sobrepoblación, esto ha desencadenado, la pobreza

social que viven muchas personas de los países menos industrializados, es por esto que el turismo consiente se ha enfocado en desarrollar a estos países que si bien son los menos industrializados, son los que más recursos naturales poseen. Entonces se podría decir que la práctica del turismo sostenible ayudará a tener beneficios económicos en los pueblos o sociedades donde este se practique respetando siempre a la naturaleza y actuando siempre para su conservación.

2.3. HUMEDAL

Los humedales se reconocen fácilmente por un conjunto de características generales, como son la presencia de una lámina de agua poco profunda o de una capa freática en superficie sobre suelos hidromorfos, y la existencia de una vegetación especializada, ya sean plantas que viven en el agua (hidrofitos) o las que se desarrollan en terrenos permanentemente inundados o al menos saturados de agua, con bastante frecuencia (higrofitos). La importancia de los humedales naturales radica tanto en sus peculiaridades biológicas –vegetación y fauna especializada– como en las funciones que desempeñan en el ciclo del agua y de la materia orgánica, reciclado de nutrientes, mantenimiento de redes tróficas y estabilización de sedimentos, teniendo un importante papel como ‘depuradoras’ naturales, contribuyendo así al mantenimiento de la calidad de las aguas subterráneas y superficiales (Curt, 2012).

Los humedales son unidades ecológicas, sumamente frágiles, que llevan a cabo una gran cantidad de procesos naturales de importancia para la humanidad y para el propio sistema ecológico, constituyen un importante sitio de alimentación, refugio y reproducción para una gran variedad de especies silvestres, por lo que reviste especial relevancia su protección y conservación (Peña, 2010).

Los humedales son zonas donde el agua es el principal factor controlador del medio y la vida vegetal y animal asociada a él. Los humedales se dan donde la capa freática se halla en la superficie terrestre o cerca de ella o donde la tierra está cubierta por aguas poco profundas (Ramsar, 2006).

CONCLUSIÓN

Los humedales se convierten en partes muy importantes en un medio ambiente, debido a que ellos pueden controlar diversos aspectos que se hacen necesarios para la vida animal y vegetal, que se encuentra adyacente al lugar. Es por ellos la necesidad de su conservación ya que son ambientes demasiado frágiles, esto se puede realizar a través de la práctica de buenas costumbres ambientales, como el evitar arrojar basura a sus aguas, prescindir de hacer ruido, el cuidado de su vegetación y de sus animales, esto con la finalidad de garantizar su sostenibilidad para que no se vea afectada las especies que forman parte de los humedales

2.3.1. FUNCIÓN DE LOS HUMEDALES

Los humedales cumplen cuatro funciones definidas en los ecosistemas, además de cuatro valores sociales – económicos; estos últimos, en función de su importancia para el ser humano.

- El soporte de la cadena de alimentación y del ciclo de los nutrimentos. Esto incluye la producción primaria por parte de las plantas y sus diversos consumidores ya sean por animales herbívoros o detritívoros, la descomposición, exportación de materiales al ambiente terrestre y asimilación de los mismos.
- El hábitat. Incluye los nichos y espacios de habitación para la biodiversidad del lugar, incluyendo a las especies nativas, en peligro, raras o sensibles.
- La hidrología. Incluye el control de sedimentos, la recarga del humedal, descarga de aguas subterráneas y la protección de zonas costeras entre otros.
- La calidad del agua. Incluye el suministro de agua, tratamiento de residuales naturales, destoxificación de sustancias (eliminación de contaminantes naturales y de origen humano) y, modificación por la

contaminación debido a enriquecimiento de nutrientes (CICEANA, 2009)

Las funciones de los humedales sirven como refugio de hábitad para una gran variedad de fauna acuática, terrestre y de aves, así mismo producen productos que sirven como materia prima para construcción, recursos alimenticios, medicinales y ornamentales, todos éstos, resultado de los procesos químicos y biológicos de los humedales, de tal manera que permite que regulen los procesos ecológicos esenciales para la vida, ejemplo de ello son los ciclos hidrológicos y de carbono, a esto se le suma la belleza escénica y el aporte recreativo y educacional que conforma funciones culturales de los humedales (Marín, 2014).

Bajo criterio de García (2003), Las bases para una valoración y clasificación funcional de los humedales, cada vez más, tienen en cuenta el funcionamiento hidrológico y la interacción de las aguas subterráneas y superficiales. La existencia de vegetación freatófítica y de suelos hidromórficos, ponen de manifiesto la relación directa entre las funciones hidrológicas, ecológicas y geomorfológicas. Las funciones que pueden desempeñar los humedales, definidas a partir de la literatura existente se pueden sintetizar en las siguientes:

Funciones hidrológica:

- Control de inundaciones.
- Recarga de agua subterránea.
- Descarga de agua subterránea.
- Generación de cursos superficiales.

Funciones Bioquímicas:

- Pérdida de nutrientes.
- Retención de nutrientes
- Retención de sedimentos.
- Acumulación de turba.

Funciones ecológica:

- Mantenimiento de ecosistemas.
- Soporte de red alimentaria o trófica.

CONCLUSIÓN

Los humedales cumplen funciones específicas e importantes para la humanidad, estas se orientan a variados aspectos pero entre los principales están; generación de recursos importantes como nutrientes, alimentación para las especies, sedimentación, mantenimiento de ecosistemas, control de inundaciones entre otros, además que contribuyen a ser un escenario ideal para realizar turismo por sus bellezas paisajísticas, por ellos y más funciones los humedales son importantes para los ecosistemas y ambientes que se presentan en las poblaciones.

2.3.2. CLASIFICACIÓN DE LOS HUMEDALES

Se presenta una clasificación de humedales basándose en la función hidrológica que desempeñan, incluyendo las posibles actuaciones antrópicas aplicables a cada tipo de humedal, con objeto de controlar su función hidrológica; humedal como recarga de aguas subterráneas, como descarga de agua subterránea o bien como control de avenidas en el caso de humedales ribereños (Fernández et al, 2005).

Las funciones ecológicas propias del humedal que se derivan de sus características hidrológicas, geológicas, biológicas y químicas, son útiles e importantes para el hombre constituyendo a los valores ecológicos. Algunas de las funciones y valores reconocidos incluyen el hábitat para la vida silvestre y acuática, lugares de enseñanza e investigación, reciclaje y transformación de nutrientes, alteración de los flujos de inundación, recarga de acuíferos, retención de partículas, elevada productividad, recreación y estabilización del suelo. La clasificación de los humedales es mediante sistemas ecológicos, los cuales son: marinos (humedales costeros, incluyendo costas rocosas y arrecifes de coral), estuarios (deltas, marismas de marea y pantanos de manglar), ribereños (ríos y arroyos), lacustres (lagos) y palustres (lodazales,

marismas, pantanos y ciénegas). En la actualidad se conocen 42 subsistemas de humedales basados en tres sistemas ecológicos: Humedales marino-costeros (12 subsistemas); humedales de aguas interiores (20 subsistemas) y humedales creados por el hombre (10 subsistemas) (Barba et al, 2006).

Bajo criterio de Secretaría de la Convención de Ramsar (2006) en general, se reconocen cinco tipos de humedales principales:

- marinos (humedales costeros, inclusive lagunas costeras, costas rocosas y arrecifes de coral);
- estuarinos (incluidos deltas, marismas de marea y manglares);
- lacustres (humedales asociados con lagos);
- ribereños (humedales adyacentes a ríos y arroyos); y
- palustres (es decir, “pantanosos” - marismas, pantanos y ciénagas).

Además, hay humedales artificiales, como estanques de cría de peces y camarones, estanques de granjas, tierras agrícolas de regadío, depresiones inundadas salinas, embalses, estanques de grava, piletas de aguas residuales y canales. La Convención de Ramsar ha adoptado un Sistema Ramsar de Clasificación de Tipos de Humedales que incluye 42 tipos, agrupados en tres categorías: humedales marinos y costeros, humedales continentales y humedales artificiales.

CONCLUSIÓN

Los humedales se encuentran clasificados de acuerdo al lugar donde se ubican y las funciones que cumplan, así podemos encontrar humedales rivereños que son frecuentes por su cercanía a ríos o arroyos que hacen que se formen y contribuyen a mantener un ecosistemas apropiados; también existen los humedales palustres que parten de los pantanos y Ciénegas dando un equilibrio apropiados a las especies que en él se encuentran; los humedales lacustres son propios de los lagos y los estuarianos de los manglares, donde cada cumple una función en su ambiente natural; así también se presentan los humedales marinos formado por aguas y lagunas costeras, todos y cada uno de estos humedales forman parte indispensable en el ecosistema que se

encuentra donde dan vida a variadas especies de plantas y animales y mantienen un equilibrio positivo en el ambiente.

2.4. ECUADOR COMO DESTINO DE TURISMO DE NATURALEZA

Ecuador se impuso a destinos tradicionales de gran aceptación a los que superó tras la exhibición de todos los mundos que se hospedan en una sola nación. Entre todos los lugares del mundo, hoy Ecuador es el mejor destino de turismo de naturaleza y vida silvestre. Así lo reconocieron en la World Travel Market la más importante feria de turismo realizada en Londres (Ama la vida tv, 2013) Este reconocimiento fue entregado "por la belleza natural de todo el país" y se suma al que Ecuador ganó el pasado 9 de agosto, como 'Destino Verde Líder de Suramérica 2014', en una ceremonia realizada en Quito. "El nuevo galardón permite a Ecuador seguir posicionándose en el mundo como un destino que tiene más de mil razones para ser Potencia Turística, así lo demuestra el crecimiento del 14% en los arribos de turistas al país hasta noviembre de 2014". En el marco del plan de gobierno de cambiar la matriz productiva del país, el turismo ocupa un lugar prioritario por lo que se vienen realizando importantes inversiones así como campaña internacionales para atraer visitantes. A ello se suman iniciativas para atraer inversiones extranjeras tanto para infraestructura como para servicios. Entre enero y noviembre de este año, 1'400.728 turistas extranjeros llegaron a Ecuador, lo que representa un crecimiento de 14,13% en comparación al mismo período del año anterior, así mismo cabe recalcar que la llegada de los visitantes extranjeros generó ingresos por 711 millones de dólares, un 22% más que el año pasado, cuando se recaudaron 554,5 millones, según detalló la cartera de Turismo (Andes, 2014).

CONCLUSIÓN

Estos antecedentes antes expuestos no llevan a la conclusión de que Ecuador puede convertirse en un destino turístico muy conocido y competidor ante otros países, que debido a su afluente llegada de turistas de todas las partes del

mundo han debido mejorar o acondicionar su oferta, infraestructura y servicios de vanguardia. Ecuador está tomando muy en serio el turismo, esto se evidencia a través de las inversiones realizadas, proyectos con excelentes resultados y los premios obtenidos, que dan muestra de que con un buen proceso de planificación, organización y marketing se pueden alcanzar grandes retos en este sector que cada año toma mayor importancia, no solo en las grandes ciudades sino también en aquellas poblaciones o comunidades que ya tienen sus propios planes o proyectos de turismo comunitario o rural

2.4.1. DESTINO HUMEDAL LA SEGUA CHONE TOSAGUA

El humedal La Segua es una ciénaga que fue declarada de interés internacional y el quinto humedal de importancia para el Ecuador de acuerdo a las normas de la Convención Ramsar en junio de 2000. Es un humedal de agua dulce tipo palustre (pantanosos), el más grande de la cuenca alta del estuario del río Chone. Estructuralmente está conformado por un pantano central que se encuentra la mayor parte del año anegado y una extensa llanura inundable que puede llegar a 1.742 hectáreas. Pretendemos que la difusión acertada de este excelente patrimonio natural contribuirá a que sea considerado un destino turístico y que se constituya en una alternativa nacional de excursión, observación y campismo, expusieron los organizadores (La hora, 2011)

La ciénaga de La Segua fue declarada humedal de importancia Ramsar en el año 2000. Con 164 especies de aves y una impresionante belleza, éste es un sitio de visita obligada para los amantes de la naturaleza. La Asociación Ecoturística de Guías Naturalistas del Humedal La Segua ofrece recorridos por el sendero de los caimanes, que beneficia a 200 familias del sector. En el circuito que ofrecen se visita un centro de interpretación de cómo era el humedal hace 100 años, luego una reserva de caimanes y finalmente se sube a una torre donde puede observarse una gran variedad de aves. El costo es \$10 para ecuatorianos y \$15 para extranjeros (TRANSPORT, 2013).

CONCLUSIÓN

El humedal la Segua es un atractivo natural lleno de mucha biodiversidad en lo que a aves migratorias y acuáticas respecta, esto despierta interés en los turistas que practican el ecoturismo y turismo de naturaleza, pues el humedal es el escenario perfecto para desarrollar esta actividad que incluye senderismo, paseos en bote, camping si así lo desean los turistas, toma de fotografías y observación de aves. El humedal la segua también resulta atrayente para las investigaciones científicas debido a las características biológicas y físicas que encierra este ecosistema.

2.5 DESARROLLO TURÍSTICO

Al turismo se lo considera como un sector generador de oportunidades, capaz de crear negocios y empleo potenciador de crecimiento y desarrollo de un área, estímulo importantes para proteger el medioambiente y las culturas autóctonas, y desarrolla mecanismo que conduzcan a la paz y el entendimiento entre los pueblos (Sancho. S.f)

La investigación económica de la actividad turística se ha basado en los impactos que genera como producto del gasto de los visitantes en el destino turístico. La contribución del PIB y la generación de empleo, han sustentado la tesis de que el turismo genera desarrollo. La relación entre desarrollo turístico y desarrollo nacional o regional, surge a partir de la década de los setenta con las primeras investigaciones en los países considerados subdesarrollados, como estrategia nacional de salir del subdesarrollo normalmente con una modalidad de turismo masivo y con presencia de empresas transnacionales. En el ámbito nacional, la investigación turística se reinicia en la década de los ochenta, con el enfoque prioritario de la planificación turística, manteniendo el objetivo de desarrollar la actividad para lograr el desarrollo regional. A mediados de los noventa, surge la teoría del desarrollo local que en sus primeras aplicaciones a la actividad turística, supone una adaptación de la planificación regional a la escala de los municipios. Por otra parte, a medida que el modelo económico empieza a mostrar los estragos producidos en el

empleo y la producción, cada vez son más los municipios que consideran la opción del turismo como tabla de salvación frente a la crisis (Varisco, 2008).

El turismo comunitario aparece como el modelo de turismo rural más sostenible y el más apropiado para recibir apoyo por parte de la Cooperación al Desarrollo. Lo primero, porque permite establecerse como estrategia complementaria a políticas locales a favor de la soberanía alimentaria, y porque conlleva un cierto nivel de organización que coadyuva al fortalecimiento institucional de la comunidad. Lo segundo, porque se dirige a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, tiene voluntad de distribución equitativa de los beneficios y establece sinergias con otras políticas de desarrollo (económicas en el ámbito agropecuario, de patrimonio cultural, medioambientales, etc)(Cañada, 2007).

CONCLUSIÓN

El desarrollo turístico es el crecimiento económico y social que tiene un área, una región o país por medio de la actividad turística. Pero este desarrollo ha tenido sus pro y sus contra ya que si bien es cierto ha desarrollado la economía en un área ha tenido sus repercusiones en el medio ambiente puesto que para realizar este tipo de actividad se debe contar con infraestructura básica y turística, equipamientos y demás aspectos que si no se hacen de una forma amigable con el ambiente pueden estar degradándolo a tal punto que se podría perder los recursos que este posee. En estos últimos años el desarrollo turístico se muestra menos perjudicial para el ecosistema pues las autoridades están tomando medidas ecológicas y se están rigiendo por un turismo sostenible y sustentable mitigando al máximo el impacto ambiental que pudiera causar dicha actividad.

2.6. RECURSO TURÍSTICO PILAR FUNDAMENTAL DEL TURISMO

Para la OMT (1998) son bienes y servicios que por intermedio de actividad del hombre y medios con los que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

Para Marín (2012) es todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio. Los recursos son muchos, se dan en todas partes. No debemos confundir recurso con producto, ya que este se forma a partir de la siguiente ecuación: Recursos turísticos + infraestructuras + equipamientos y servicios = producto turístico.

Son aquellos elementos que se encuentran en la naturaleza cuya belleza ínsita a su visita, es la materia prima que motiva al turista a desplazarse al sitio de interés, siendo el recurso turístico alguna belleza natural como río, montaña, playa o cultural en la cual podemos encontrar el folclor de un pueblo, arte colonial, arte moderna entre otras.

Es el principal elemento de la oferta turística los cuales son naturales y culturales, que pueden generar demanda y se los ha categorizados en los siguientes:

Recursos naturales: son los lugares geográficos que por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos, estos pueden ser: una cascada, un volcán, un lago, una playa, un arrecife de coral, una selva etc.

Manifestaciones culturales: son los distintos sitios y expresiones culturales de un país, región o un pueblo, que datan de distintas épocas en las que ha vivido el hombre y que representan una atracción, estos pueden ser: ruinas de diferentes culturas, templos sagrados, ciudades coloniales, etc.

Folclor: son las tradiciones, costumbres, gastronomía, música, baile, leyendas que representan a un pueblo, ciudad, región o país, que atraen a los turistas para vivir el folclor del pueblo a visitar estos pueblos.

Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas: son obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por un pueblo, o país, con características únicas y de gran importancia para el turismo, tales como: arquitectura moderna como London

Eye, obras de arte como las pinturas de Oswaldo Guayasamín, Leonardo Da Vinci etc.

Acontecimientos Programados: son los eventos organizados actuales o tradicionales que atraen e involucran a los turistas como son: Carnaval de Rio de Janeiro, Juegos Olímpicos, Inti Raimy, Fiestas cívicas etc. (MINCENTUR, 2006)

CONCLUSIÓN

Entonces el recurso turístico es la belleza física que encierra un lugar de la naturaleza como también las personas que habitan en ella ya que estas a través de diferentes épocas y estilos de vida dieron origen a una cultura varias de ellas interesantes para ser visitadas y vivenciadas, es por esto que los recursos turísticos se los ha dividido en 2 grandes grupos los cuales son natural y cultural y en los culturales se desprenden diferentes manifestaciones, se puede concluir diciendo que un recurso turístico puede albergar más de un recurso turístico.

2.6.1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Son todos los elementos naturales, técnicos o culturales que por su características se convierten en puntos o instrumentos de visita o atracción turística, comprende los sitios tanto naturales, como los factores de vida y actividad humana existentes en determinado lugar o región, los cuales constituyen el principal motivo para que el turista los visite. (Bermúdez, F. 2006)

Los atractivos turísticos poseen una naturaleza dispersa y fragmentada en el espacio, así como una gran variabilidad en su recurso de base y en las modalidades de gestión. Debido a que dichos atractivos reciben una demanda tanto de turistas como de residentes en su tiempo libre, se utiliza el término más inclusivo de atractivo para visitantes. (Vejsbjerg, 2013).

CONCLUSIÓN

De este modo los atractivos forman parte de la oferta en un determinado destino, estos son inicialmente recursos que se pueden encontrar en variados aspectos, como naturales y culturales; pero que con las condiciones y mejoramiento de su infraestructuras se convierte en atractivos que hacen que el turista se interese y vea en estos aspectos importantes que llaman su atención y por ende nace la necesidad de conocerlos. Esto hace que los pueblos de todas las partes del mundo se vean en la necesidad de acomodar su oferta turística direccionada al cuidado y diversificación de sus atractivos turísticos que poseen

2.6.2 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Es la obra básica, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.

Elementos de la infraestructura turística

- * Carreteras: Se define a la carretera como el camino público, ancho y espacioso, destinado al tránsito de vehículos.
- * Red ferroviaria: Referirnos a la infraestructura ferroviaria implica hablar de las vías férreas. Éstas se pueden describir como cada par de carriles sobre los cuales puede correr un tren.
- * Aeropuertos: Es un vínculo entre las diferentes regiones y poblaciones del país y del extranjero.

La provisión eficiente de los servicios de infraestructura es uno de los aspectos más importantes de las políticas de desarrollo, especialmente en aquellos países que han orientado su crecimiento hacia el exterior. Para la mayoría de los economistas, la ausencia de una infraestructura adecuada, así como la provisión ineficiente de servicios de infraestructura, constituyen obstáculos de primer orden para la implementación eficaz de políticas de desarrollo y la

obtención de tasas de crecimiento económico que superen los promedios internacionales, una infraestructura básica adecuada incluye: servicio de abastecimiento de agua, saneamiento y eliminación de desechos (Rodríguez, 2009)

Hace referencia al concepto de infraestructura turística como el conjunto de servicios básicos para el funcionamiento de una economía moderna, además su nombre denota a través de su preposición infra, el concepto de estructura inferior, es decir aquella que se ubica debajo de otras como son en el caso del turismo, la planta turística que corresponde a la estructura productiva y la superestructura a la organización del que hacer turístico (Quesada 2009)

Una infraestructura es, un medio o dispositivo para la movilidad de personas y la circulación de objetos, que vinculan diferentes lugares, instituciones y personas en un mismo espacio social, la infraestructura son aquellas que vertebran y articulan un sistema territorial y que lo conectan con otros, particularmente en las áreas de montaña, donde los problemas de accesibilidad tradicionalmente han puesto un freno en su desarrollo Porcal (2011).

CONCLUSIÓN

Se puede decir que la infraestructura turística son todos los servicios básicos y de accesibilidad que se necesita para el convivir diario y en este caso para el desarrollo turístico es un pilar fundamental, pues ya que este consta de carreteras y puertos que sirve para la accesibilidad hacia el atractivo, agua potable, luz eléctrica, y todo lo que concierne a comunicación, lamentablemente muchos recursos y atractivos que se encuentran en los países en vías de desarrollo no cuentan con una adecuada infraestructura para ofrecerle al turista, es por eso que carece de flujo turísticos, esto impide el ingreso económico y como consecuencia carecerá de un desarrollo turístico,

2.6.3. PLANTA TURÍSTICA

Según Flores (2012) La planta turística son los servicios que se venden al turista y está integrada por dos elementos:

Equipamiento: que son todos los establecimientos públicos o privados que prestan servicios básicos de alojamiento, alimentación, esparcimientos entre otros, los cuales están bajo estándares de calidad, regulado por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada, bajo convenios establecidos de acuerdo al rubro y giro comercial establecido.

Instalaciones: que son todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas como: piscinas, juegos infantiles, alquiler de parasol, instalaciones deportivas, refugios entre otras. Esta la conforma los organismo públicos, privados y mixtos, del ámbito nacional y mundial que coordinan, promueven, regulan y supervisan la actividad turística, que consolidan el sector terciario, aportando mayor eficacia y eficiencia en la prestación de los servicios, garantizando la seguridad de los turistas, resguardando el uso y aprovechamiento sustentable del patrimonio y riqueza turística.

Cabe recalcar que la planta turística está constituida en categorías de acuerdo a los servicios, personal, diseño, ubicación, infraestructura, estructura, especialización, procesos administrativos y operativos, así como, segmento de mercado, lo cual, es considerada para determinar las tarifas y esquemas de funcionamiento.

Entonces la planta turística es la estructura turística, diseñada para satisfacer las necesidades de los turistas o visitantes como por ejemplo hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportes etc. Es decir donde se desarrolla el turismo, ésta ofrece un servicio, el cual se va a encontrar categorizado según varios criterios como, el mercado donde se desarrolla, y para quienes se desarrollan.

Para la SERNATUR (2008) corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas.

García (2015) observa a la planta turística desde la perspectiva del despegue económico de buena parte de los municipios de litoral se sustenta en el turismo y la construcción de viviendas que cuenten con suficientes condiciones para acoger a turistas, además de ello la infraestructura vial que une a poblaciones y permite el dinamismo del turismo, ello también se establece de forma clara los ingresos provenientes de la industria turística y los ingresos procedentes de la industria de urbanización y de construcción de zonas turísticas.

CONCLUSIÓN

Entonces la planta turística es la estructura turística, diseñada para satisfacer las necesidades de los turistas o visitantes como por ejemplo hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportes etc. Es decir donde se desarrolla el turismo, ésta ofrece un servicio, el cual se va a encontrar categorizado según varios criterios como, el mercado donde se desarrolla, y para quienes se desarrollan.

2.6.4. PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción turística es, pues, dentro del lenguaje del turismo, una herramienta indispensable para dar a conocer los servicios y productos que se quieren ofrecer al potencial turista.

Dentro de la comunicación turística se puede distinguir dos modalidades clave: la comunicación profesional entre distintos expertos del sector y la comunicación entre profesionales y usuarios, que se desarrolla tanto de forma directa, basada en interacciones orales (conversaciones en agencias de viaje, hoteles, etc.) como indirecta, basada en interacciones diversas escritas (guías, folletos, prensa especializada, anuncios publicitarios, páginas web). Esta última opción, la web de promoción, es una de las que más auge tiene últimamente, hasta el punto de que hay un nuevo concepto de turista, el turista, como hemos indicado antes, que es a quien van dirigidas, ya que el incremento de ventas turísticas por Internet y de forma directa al cliente es espectacular, y sigue creciendo.

En la esencia misma del discurso turístico está implícita, por lo tanto, la figura del receptor, a menudo equiparable a cliente, con lo cual la función persuasiva es una de las más habituales en los textos turísticos. Por tanto, además del estudio de los géneros de promoción y su estructura discursiva, la relación interpersonal entre el emisor y el receptor (Jiménez, 2012).

La promoción turística constituye una de las variables de marketing a la que más atención se le ha prestado, tanto en el ámbito académico como en la gestión de las entidades turísticas. Es decir que el producto también se constituye en variables imprescindibles o irrenunciables de promoción turística; todas las empresas realizan su actividad produciendo y/o comercializando productos y servicios. En las empresas turísticas, por tanto, se puede prescindir, en un ejercicio económico determinado, de las variables “patrocinio” o “marketing ferial”, entre otras, pero no de las cuatro grandes: precio, producto, distribución y promoción (Martínez, 2010).

Bajo criterio de Gómez (2010), las ciudades ofrecen productos y servicios a diferentes públicos objetivos, internos y externos: ciudadanos, asociaciones y colectivos, visitantes, inversionistas, empresas, instituciones públicas, administraciones, medios de comunicación. Estos públicos tienen necesidades e intereses distintos y variables, y su atención y satisfacción pueden considerarse como táctica coyuntural y/o estratégica. En un entorno amplio, cambiante y competitivo, la marca de ciudad se está convirtiendo en un poderoso elemento de diferenciación.

CONCLUSIÓN:

En otras palabras la promoción turística es la difusión de un destino o producto, en la cual indica su valor turístico, y de las actividades que se podrían realizar para que los turistas tengan conocimiento y para esto la promoción turística es una herramienta clave. La promoción turística se la puede realizar por diversos medios: agencias de viajes, hoteles, folletos, medios de comunicación y página web esta última es la más utilizada y eficaz en esta época tecnológica.

2.7. ECOSISTEMA O HÁBITAT

Los ecosistemas son espacios geográficos que ha sido delimitado de acuerdo a ciertas características Biológicas, físicas y ecológicas propias de un lugar. Ejemplo: La cantidad de lluvia, la temperatura ambiental, la cantidad de luz sola, las especies de animales y plantas encontradas, la disponibilidad de agua. El tipo de suelo, entre otras características biológicas tiene un comportamiento y características similares que hacen una diferencia sustancial de otros espacios o ecosistemas. Se puede decir que el concepto de ecosistema es una forma de aproximación, clasificación y caracterización de la biodiversidad, es decir, es un aporte conceptual a los estudios fisiológicos, biológicos y geográficos de la comunidad natural para describir un ecosistema es importante referirnos al espacio geográfico que ocupa, a las condiciones climáticas que operan en el lugar, a la distribución y las relaciones ecológicas de la flora y fauna, a las condiciones topográficas del lugar y a los valores energéticos . Los ecosistemas pueden ser tanto terrestre como marinos y dulce acuícolas (Saenz, et al, 2005).

La naturaleza genera numerosos bienes y servicios para el bienestar humano, algunos de los beneficios que nos generan los ecosistemas se obtienen a través de los mercados, mientras que otros son consumidos o disfrutados por los humanos sin la mediación de transacciones mercantiles.

La dependencia humana de los ecosistemas se aprecia de manera evidente en economías de subsistencia ligadas al medio natural, donde las comunidades humanas toman directamente de los ecosistemas todo lo que necesitan para vivir (Gómez, et al, 2007).

CONCLUSIÓN

Habitad es una parte del ecosistema, el habitad de una especie o población es un lugar donde reúne toda las condiciones físicas y biológicas para poder sobrevivir y reproducirse, los ecosistemas o hábitats ricos en biodiversidad son muy importantes para la actividad turística especialmente si se habla de turismo natural, rural o ecoturismo pues es en la naturaleza, ecosistema o

habidad el escenario para desarrollar este tipo de turismo impulsando siempre al cuidado y mantenimiento de los recursos ecosistemicos.

2.7.1 ECOSISTEMAS DE HUMEDAL

“Son humedales las extensiones de marismas, pantanos y turberas, o superficies cubiertas de aguas, sean éstas de régimen natural o artificial, permanentes o temporales, estancadas o corrientes, dulces, salobres o saladas, incluidas las extensiones de agua marina cuya profundidad en marea baja no exceda de seis metros” (RAMSAR, 2006).

Así, tratándose de ecosistema como los humedales, que muchas veces contienen especies endémicas o son sitios de paso de especies migratoria, el estado y todos los habitantes del territorio, asumen una seria obligación de conservarlos y se convierten en sus guardianes, los humedales prestan servicios hidrográficos y ecológicos invaluable, dado que constituyen uno de los ecosistemas más productivos de mundo. Más allá de valor estético y paisajístico, tienen repercusión la pesca y sobre el nivel frenético, lo que incide en el buen desarrollo de la agricultura, la producción de madera, el almacenamiento de agua y la regulación de inundaciones (Ponce, 2004).

Los humedales son sistemas vivos que requieren un manejo sostenible, impulsado por el desarrollo de investigaciones biológicas que permiten dilucidar su funcionamiento, de tal forma que el hombre acceda a disfrutar de los múltiples servicios ambientales que estos sistemas proporcionan; por lo tanto el hombre, como beneficiario directo o indirecto, tiene la obligación de velar por su restauración y/o conservación a fin de evitar la pérdida o disminución de estos hábitats (Castellanos, 2007).

CONCLUSIÓN

Los humedales encierran gran biodiversidad por ende se dice que son los ecosistemas más importantes del mundo también se le atribuye la generosidad con la naturaleza ya que neutraliza las inundaciones, ayudan para el riego en la

actividad agropecuaria y es fuente de riqueza en la comunidad donde se encuentra tan importante recurso.

2.7. 2. ECOSISTEMAS TERRESTRES

Se llama así a los grandes ecosistemas terrestres, fácilmente distinguibles por el aspecto de sus comunidades porque cada uno tiene un tipo de vegetación muy característico. Son aquellos en los que la flora y fauna se desarrollan en el suelo o subsuelo. Dependen de la humedad, temperatura, altitud y latitud, de tal manera que los ecosistemas biológicamente más ricos y diversos se encuentran a mayor humedad, mayor temperatura, menor altitud y menor latitud.

Los ecosistemas pueden clasificarse según el tipo de vegetación, encontrando la mayor biodiversidad en los bosques, y esta va disminuyendo en los matorrales, herbazales, hasta llegar al desierto. Según la densidad de la vegetación predominante, pueden ser abiertos o cerrados. Entre los principales ecosistemas terrestres tenemos: Los bosques, matorrales, herbeceos, tundras, desiertos, selvas (Gobierno Autónomo Municipal De La Paz, s.f.).

En criterio de Montes (2010), a finales de los años noventa, las personas y entidades que investigaban y trabajaban por la protección de la naturaleza, eran conscientes de que aunque se habían conseguido grandes avances en el conocimiento científico sobre la estructura, funcionamiento, dinámica y estado de conservación de muchos tipos de ecosistemas y de la biodiversidad que albergan, los resultados obtenidos estaban teniendo muy poca repercusión y peso en los debates políticos y en la toma de decisiones relacionadas con las causas que generaban su destrucción o degradación. Es por ello que se ha hecho cada vez ms fuerte la conservación para los ecosistemas terrestre que forman parte importante de las poblaciones y de las diversas especies de vegetación y animales.

CONCLUSIÓN

Son los ecosistemas que están en la superficie terrestre. Plantas animales que viven en el suelo y en el aire, hay diferentes tipo de ecosistema terrestre los

desiertos, selvas, praderas, cada uno de estos tipos de ecosistema terrestre tienen diferentes tipos de especies tanto de animales como de vegetales cada una adaptada al tipo de ecosistema que le corresponda, cuando se produce un cambio de alguna especie a un nuevo ecosistema esta muchas veces no sobrevive ya que las especie que sobreviven a un nuevo ecosistema no son las más fuertes o las más grandes son las que se adaptan más rápido a un nuevo ecosistema .

2.7.3. ECOSISTEMA FLUVIALES

Los ríos son ecosistemas extremadamente complejos. Tienen numerosos componentes únicos, especialmente relacionados con la organización física en el eje horizontal. Las características geológicas y el clima son los factores claves que explican las diferencias entre rio de distintas latitudes y biomas. Densidad y tipo de vegetación, meteorización y desarrollo de los suelos, pendientes de la cuenca y cualidad circulante son parámetros descriptivos de la cuenca que depende de la geología y del clima.

En cuanto al sistema fluvial en su sentido más estricto, el régimen de caudales. Así como el funcionamiento general del ecosistema, no pueden explicarse si no es a partir de las características litológicas y del clima (Elosegi, et al, 2009).

Los sistemas fluviales se diferencian de otros sistemas acuáticos por la presencia de corriente de agua unidireccional. Al igual que cualquier tipo de ambiente, los ríos poseen una gran diversidad de organismos y, a su vez, éstos presentan una gran diversidad de formas y funciones (Alcaraz, et al, 2013).

CONCLUSIÓN

Los ecosistemas fluviales cuentan con componentes biológicos y físicos para dar cavida a distintas especies de animales, son zonas que se destacan por su capacidad para atraer visitantes a zonas con gran valor paisajístico y ambiental. En la actualidad es muy importante para el turismo ya que se puede realizar diferentes actividades tanto deportivas como: como el rafting, el hidrospeed, las travesías en piragua, tubing, wind surf, jef sky, kayacks o

simplemente navegación en grupo disfrutando del silencioso desplazamiento de las embarcaciones sea en remo o a motor por paisajes muy diversos.

2.7. 4. ECOSISTEMAS DE MANGLAR

Los manglares proporcionan el hábitat adecuado para peces, moluscos, crustáceos, aves, insectos, reptiles y mamíferos, cuya explotación es realizada por miles de residentes costeros que utilizan estos bienes en alimentación y comercio. Los ecosistemas de manglar proporcionan también, entre otros, los siguientes servicios: mejoramiento de la calidad del agua en los estuarios; protección de las zonas costeras contra marejadas, inundaciones, tormentas y fenómenos erosivos; producción y exportación de materia orgánica a las zonas estuarinas y, retención y acumulación de sedimentos y metales pesados presentes en la columna de agua del estuario.

En Ecuador, el manglar ha jugado roles muy importantes en el sustento de muchas culturas prehispánicas y comunidades costeras, como "La Tolita" en el noroccidente del país. Desde el periodo colonial, los bosques de mangle proporcionaron madera para la construcción de viviendas y embarcaciones, y corteza para la producción de taninos utilizados para curtir cueros e hilos de pesca. En el presente siglo los manglares continúan siendo una importante fuente de madera. Se la usa para leña y producción de carbón; para construcción de casas Rústicas, muebles y otros artículos; y, como pilotes, para la cimentación de edificios, Muelles y puentes (Bodero, et al, 1995).

Los manglares comprenden más de 60 especies que corresponden a bosques o matorrales, que presentan un conjunto de adaptaciones a ambientes tales como zona de mareas, de áreas tropicales y subtropicales, son uno de los ecosistemas más productivos del planeta, los manglares cumplen con otras importantes funciones como filtro biológico de contaminantes provenientes de los fertilizantes agrícolas (Agraz, et al, 2005).

Los manglares son uno de los ecosistemas más productivos del planeta. Dentro de las comunidades marinas, los manglares representan uno de los

ecosistemas tropicales más productivos, ya que conforman subsistemas importantes en estuarios, bahías y lagunas costeras. Desde el punto de vista ecológico, los manglares tienen una notable importancia, por ser áreas tranquilas, de fondos someros, con elevada productividad, que constituyen escenarios predilectos para el manejo sostenible de una gran diversidad de especies (Márquez, et al, 2002).

CONCLUSIÓN

En síntesis se podría decir que los ecosistema de manglares son un habitat llena de vida se encuentran diversas especies de animales que hacen de los manglares su hogar. Los bosques de mangles también fueron amenazados por el hombre ya que explotaron este habitat para comercializar la madera, la extracción indiscriminada de especies de animales que sirven para el consumo y el comercio y esto hace que no tengan un control adecuada y permita que se extingan deferentes especies de moluscos crustáceos entre otros animales. Los manglares son importes para los estuarios son como los pulmones de dicho lugar, ayuda con las inundaciones a mejorar el agua de los estuarios, ayuda a la erosión del suelo.

2.7.5. ECOSISTEMA HERBAZALES

Los ecosistemas herbáceos o herbazales son aquellos con predominio de hierbas y suelen estar en medios semiáridos con clima estacional. Pueden ser:

Pradera: De clima templado y verde la mayor parte del año por predominio de la estación húmeda. Son transformados con facilidad en terrenos agrícolas.

Estepa: De clima templado a frío y de color amarillento la mayor parte del año por predominio del clima árido continental.

Sabana: De clima tropical y subtropical, suele limitar con la selva. Su estacionalidad conduce a los hábitos migratorios de la fauna. La ausencia o presencia irregular de arbustos o árboles da lugar a los ecosistemas de sabana herbácea, sabana arbustiva y sabana boscosa o arbolada.

Las especies arbóreas que aquí se desarrolla, del drenaje donde pueden ser anegados (siempre tiene agua), inundables (se inunda en la estación lluviosa) y pantanosa (con alta cantidad de agua estancada y materia orgánica en descomposición), estas características son las que determinan la estructura fisonómica de los herbazales. Se toma en consideración el crecimiento herbáceo de tipo “graminoide” que incluye todas las plantas herbáceas semejantes a las gramíneas. (Mejía, et al, 2002).

Para criterio de Porta (2011), este ecosistema no espinoso está dominado por gramíneas pero en él hay un buen porcentaje de árboles perennes. La altura del herbazal es menor de 1 metro. Se localizan en zonas muy húmedas en un 72%, con una estación seca de 2 meses aproximadamente. No son zonas inundadas porque están bien drenadas. Este tipo de tierra se usa para ganadería, agricultura e incluso otros usos.

Mientras que Castaño y Rivas (2013), indican que lo herbazales son aquellos donde predomina la hierba y suelen estar en medios semiáridos con clima estacional. Cuando el bosque tropical que se hace menos denso, da paso a unas llamadas llanuras herbáceas. Los ecosistemas herbáceos pueden ser: Praderas, estepas y sabanas.

CONCLUSIÓN

Los ecosistemas de herbazales son un ecosistema poblado de hierbas de diferentes clases y diferentes tipos de climas sea tropical cálido, frío se las puede encontrar en la praderas, sabanas y entre otros. Uno de los ejemplos más claro de los herbazales son la plantación de pasto para el ganado esto es una de los tipos de herbazales, también están las plantas que viven en lugares donde siempre hay una gran cantidad de agua. En los herbazales no se encuentran planta de gran altura, el ecosistema de herbazales es netamente de hierbas.

2.8. MODALIDADES DEL TURISMO

2.8.1. TURISMO DE NATURALEZA

“Son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que la envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

Dependiendo lo que realice el turista en un sitio natural al turismo de naturaleza se lo ha segmentado en Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo de Aventura y Turismo Científico (SECTUR, 2006).

El turismo de naturaleza son los que permiten al turista disfrutar de la naturaleza a plenitud, pues este permite conocer, respetar y disfrutar, el medio natural donde estos se desarrollan, el turismo de naturaleza está ligado con el ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura, en los últimos años los turistas se han inclinado por este tipo de segmentación turística que tiene como único fin desarrollar el turismo de una forma sustentable y sostenible.

A lo largo de las últimas décadas, ha crecido también el número de turistas de naturaleza. En España se estima que actualmente los ENP tienen más de 50 millones de visitantes anuales (Romagosa, 2008).

Se ha vuelto una actividad económica importante en áreas naturales de todo el mundo. Proporciona oportunidades para que los visitantes experimenten las poderosas manifestaciones de la naturaleza y aprendan acerca de la importancia de la conservación de la biodiversidad y de las culturas locales. Al mismo tiempo, el ecoturismo genera ingresos para la conservación y beneficios económicos para las comunidades que viven en áreas rurales y remotas. (Drumm, et al, 2002).

CONCLUSIÓN

El turismo de naturaleza como su nombre mismo lo indica es el turismo que se desarrolla en ambientes naturales para su disfrute, esparcimiento y conocimiento de especies tanto animales y vegetales como también de su

gente sus costumbres y tradiciones ya que la cultura de una población depende mucho de la naturaleza que las rodea. Hoy por hoy el turismo de naturaleza esta ganando cada vez mas seguidores los cuales dejaron de lado el tipo de turismo tradicional o en masa para experimentar uno mas exclusivo y sobre todo que base su desarrollo de una forma sostenible y sustentable.

2.8.2. TURISMO CIENTÍFICO

Es un segmento o tipo de turismo de intereses especiales donde los productos se coordinan en el desarrollo del conocimiento científico, este turismo genera oportunidades que pueden apoyar las metas de investigaciones así con la transferencia de conocimiento al público o especialista, este tipo de turismo puede tener aspectos de turismo de aventura, de ecoturismo de una forma responsable pero además agrega una dimensión de aprendizaje donde el turista es actor de una exploración científica y conocimiento en profundidad del recurso a visitar. El turismo científico se puede expresar desarrollando diferentes tipos de turismo como lo son:

Turismo de aventura de dimensión científica: cuando se realizan prácticas de exploración, de aventuras y deportivas con el fin de hacer una investigación científica.

Turismo cultural de contenido científico: cuando se pretende estudiar la cultura y el patrimonio de una forma más avanzada y específica.

El eco-voluntariado científico: Esta forma de turismo científico considera la participación del viajero en un proyecto educativo o científico para la conservación o valorización de los patrimonios locales (Bourlon, et al, 2011).

Ascano (2010), menciona que no queda pues otra solución que la determinación del objeto de conocimiento del turismo por un proceso deductivo, es decir con arreglo a criterios científicos, que nos permitan afirmar en cada caso y con perfecta seguridad, si un problema queda encuadrado o no en el marco de esta disciplina. Y este asunto relacionado con la epistemología del turismo, no tiene sólo un carácter puramente académico, a pesar de la

afirmación del geógrafo yugoslavo Zivadin Jovicic, al afirmar, en 1975, lo siguiente: “el desarrollo del pensamiento científico concerniente a un fenómeno tan interesante como el turismo se encuentra considerablemente estancado”.

Para Schlüter (2010), el turismo científico marca una perspectiva empresarial, debe ser considerado una herramienta interesante y necesaria para expertos, estudiantes, académicos, y planificadores cuyos intereses se encuentren ligados al turismo. No consideramos justo ni lícito dejar de mencionar que este tipo de turismo ha integrado en una forma sencilla dos aspectos del turismo que en pocas ocasiones pueden serlo, su profundidad en el tratamiento de los conceptos y la claridad en la que se tratan y se exponen gramaticalmente.

CONCLUSIÓN

El turismo científico se enfoca en el estudio de los seres bióticos y abióticos que se encuentran en la naturaleza y permite desarrollar y generar oportunidades a la investigación y generalmente se lo practica de una forma responsable, no como cualquier turista, si no como alguien que va aportar conocimiento, sus campos de acción se pueden dar en escenarios como el ecoturismo, turismo de aventura, en forma de aprendizaje. Uno de los tipos de turismo científico que más se desarrolla en el Ecuador es el de ornitología, por su gran biodiversidad de fauna en lo que respecta a aves.

2.9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS

2.9.1 SENDERISMO

Se considera senderismo aquella actividad deportiva no competitiva que se realiza sobre caminos balizados, perfectamente tradicionales, ubicados en el medio natural. También es senderismo aquella que se realiza por grandes urbes y que tiene por fin realizar los elementos del medio natural y de la cultura tradicional que perviven en ella (Giménez, 2008).

Un turismo al desarrollo sostenible y respetuoso con el medio ambiente reclama que la actividad de senderismo sea participe de un elemento más en la imagen de la calidad de oferta turística de un territorio, convirtiéndose también

en una herramienta de educación ambiental que permita dar a conocerse la naturaleza y así protegerla de una manera más eficiente (Giménez, 2009).

El senderismo es una actividad que cumple a la perfección los requisitos de bajo impacto y respeto al medio natural, y se ha convertido últimamente en un recurso turístico de primer orden. Los senderos señalizados recuperan y mantienen viales que nuestros antepasados utilizaron para comerciar y comunicarse, discurren mayoritariamente por lugares de Alto valor ecológico que muestran auténticas joyas relativas a la flora y a la fauna y ponen al descubierto muestras de patrimonio de alto valor histórico. El conocimiento de la geografía, el relieve y el paisaje conjuntamente con la percepción sobre el terreno de las costumbres y cultura de los habitantes del medio rural componen un bagaje de conocimiento de primer orden.

Una buena planificación de las redes de senderos actúa como revulsivo socio-económico en las áreas rurales por donde transcurre los recorridos. Recupera el patrimonio viario tradicional crea ofertas en el sector servicio, distribuye los flujos turísticos en el espacio y en el tiempo y potencia un modelo de desarrollo sostenible.

“Senderismo en espacios naturales protegidos” consiste en recorrer a pie caminos señalizados o no, preferiblemente tradicionales. Aunque el mero hecho de rehabilitar los caminos para su uso primigenio ya es un valor, su señalización como sendero abre nuevas oportunidades para los habitantes de las zonas rurales. Sendero se refiere un camino que está señalizado de la forma que sea para facilitar que sea recorrido con finalidad deportiva y creativa. (Mediavilla, 2012).

CONCLUSIÓN

El senderismo es una actividad que permite disfrutar de la naturaleza, respetando los límites (sendero) de un lugar siguiendo un camino señalizado, en muchos casos. Esta actividad se la puede realizar en el campo en la montañas y otros medios naturales es apta para cualquier tipo de persona de cualquier edad.

2.9.2 PESCA DEPORTIVA

La pesca deportiva ha surgido como una actividad económica para el turismo, especialmente para el turismo receptivo. La calidad del recurso y la belleza escénica. La pesca deportiva es una actividad realizada por personas naturales nacionales o extranjeras, que consiste en la captura de especies hidrobiológicas, tanto en aguas continentales como en aguas marinas, su fin es recreativo, deportivo o turístico y es desarrollada con un aparejo de pesca personal, el cual varía de acuerdo a la modalidad de pesca (SERNATUR, 2001)

Para Cereceda (2001) la pesca deportiva es una actividad inserta dentro de los viajes de intereses especiales, los cuales responden a una motivación personal que en general tiene relación con una afición. Dentro de las bondades de esta actividad está el contacto directo con la naturaleza, beneficio que puede ser incluso compartido por el grupo familiar, puede ser desarrollada por personas de diferentes estratos socioeconómicos, dado que su práctica no necesariamente requiere incurrir en gastos elevados, vinculados al equipo o transporte. La diversidad geográfica de nuestro país, de extensas playas y con un sistema hidrográfico complejo, permiten la práctica de cualquier modalidad de pesca. En general podemos distinguir dos tipos de pescadores el nacional y el internacional. El nacional habitualmente se desplaza dentro de la región, o a regiones vecinas en período de vacaciones. El pescador internacional, se desplaza incluso a otros continentes en busca de pesca de gran calidad, que le permite capturar especies o ejemplares de tamaño interesante, luchadores en buen estado físico.

Para la Asociación de pesca deportiva (2007), la palabra “pescar”, quiere decir echar una línea al agua con el propósito de pescar un pez, usando una línea (sedal), un anzuelo, una caña, y un carrete conforme a las reglas internacionales de pesca. Sin embargo, algunos elementos de la pesca no se pueden controlar simplemente dictando reglamentos. Estos elementos no pueden asegurar una actitud apropiada en todas las capturas.

CONCLUSIÓN

La pesca deportiva es una actividad que se la puede practicar ya sea por ocio o por deporte. Esta actividad se la puede realizar en lagos, ríos, o mar abierto, la pesca deportiva se ha convertido en una nueva actividad en el turismo es una actividad que está generando ingresos económicos en las comunidades donde se realiza dicha actividad.

2.9.3 OBSERVACIÓN DE AVES

La observación de aves es una actividad que promueve la conservación de los ambientes, vinculada al Turismo en la Naturaleza. Los aficionados a esta actividad suele interesarles visitar nuevos lugares en donde avistar nuevas especies de aves, especialmente aquellos destinos que les ofrecen una experiencia integral distinta a la que pueden disfrutar en su entorno inmediato. La observación de aves es una actividad realizada por personas que buscan conocer, distinguir o simplemente observar aves silvestres en situación de libertad, siempre en contacto con la naturaleza.

La observación de aves involucra otras actividades como caminatas al aire libre, disfrute y contemplación de la naturaleza, realización de actividad física, expresión artística a través del dibujo o la fotografía, Vale decir que es una actividad que se vincula fundamentalmente con el aspecto lúdico-educativo-social. En general, se realiza en grupos de amigos o familiares.

Desde el punto de vista turístico, especies convocantes por su belleza o comportamiento, y grandes concentraciones reproductivas se convierten en fuertes atractivos, que con una buena gestión y un sistema de soporte propicio, se constituyen en hitos para la realización de turismo en la naturaleza. A su vez, la movilidad de las especies, sus migraciones, sus ciclos, dinamizan los espacios donde se llevan a cabo las observaciones, contribuyendo de esta manera en un desarrollo territorial distinto, más dinámico (PFETS, 2010).

El Ministerio de Turismo de Ecuador (2008), la observación de aves es la más atractiva de las actividades a nivel del mundo se pueden observar en estos “conteos” que se complementan con rutas y ecorutas bien planificadas,

excelentes senderos, cómodos lodges y hosterías, torres de dosel, guías de primer nivel y extraordinarios libros de referencia. Además se considera necesario que para realizar esta actividad debe estar vinculado a una buena red vial, costos accesibles, seguridad y extensa cobertura telefónica. Es por ello que en Ecuador existen más de 1.600 especies de aves, tres veces más que en toda Europa. Los avituristas pueden realizar esta actividad en pocos días desde el mar hasta el bosque seco, recorrer por bosques nublados, páramos, valles andinos y concluir su viaje de observación en la Amazonia.

Para Salas (2014) la observación de aves se hace presente en la actualidad como una actividad turística con gran demanda, por ello en Ecuador podemos encontrar aves en bosques primarios, secundarios, pluviales, húmedos y deciduos; en los matorrales áridos, los desiertos, en marjales, en bosques de estribación, subtropicales y templados, en los páramos herbosos y boscosos, comparten todos los hábitats como campos agrícolas, arrozales y plantaciones sin olvidar los ríos, riachuelos, lagunas, las playas, lodazales, los manglares, en el mar insular y continental, no hay sitio donde no se pueda encontrar una o más especies de aves. Este autor menciona que el 84% de las aves registradas corresponden a especies residentes que viven y se reproducen dentro del país, el resto son especies migratorias que habitan en Ecuador por una temporada al año o son aves pasajeras que visitan el país en su ruta a otro sitio, también hay especies registradas como divagantes o especies que han llegado al territorio ecuatoriano por accidente (simplemente, se perdieron).

CONCLUSIÓN

La observación de aves es una actividad donde se puede disfrutar de las características propias de las aves y comportamientos en su entorno natural, incentivando el desplazamiento de turistas a distintos lugares con el fin de descubrir nuevas especies, tanto endémicas como migratorias esta última llama mucho la atención por ser aves que viajan de diferentes partes del mundo en determinadas épocas del año, lo que hace que su visita sea muy esperada. Esta actividad que se la puede disfrutar con amigos en familia, en la

cual se disfrutar de la naturaleza a plenitud caminatas al aire libre, un factor muy importante es que está a favor de la conservación de la naturaleza.

2.9.4 FOTOGRAFÍA

La fotografía como concepto del círculo hermenéutico de la producción turística, el cual los turistas actúan a la vez como «consumidores» de imágenes que han creado otros y como «productores» de imágenes que serán consumidas por los futuros turistas. En este sentido, la fotografía colabora en la construcción social de la imagen de un lugar y condiciona no sólo la elección de este destino (de este lugar), sino también el comportamiento de los visitantes en estos espacios. Es significativo que la fotografía naciese casi al mismo tiempo que el turismo, y aunque en estos 150 años de historia ha sufrido cambios tecnológicos relevantes, nada es comparable al impacto que ha supuesto la aparición de la fotografía digital. Curiosamente, este proceso es contemporáneo a la crisis del turismo de masas, al menos parcialmente, y la aparición de nuevas formas de turismo en el contexto de una sociedad postfordista. Si las primeras fotografías fueron el testimonio del turismo artesanal, de los primeros pasos de la historia del turismo, las nuevas imágenes digitales construyen la crónica de la reestructuración del turismo fordista (Donaire, 2011).

El turismo es una práctica social compuesta por tres elementos como son: viajes, el ocio, y consumo; dentro de este último se debe incluir el consumo de imágenes en sus diversas formas y soportes, como: imágenes fijas de folletos, guías de viajes, fotografías y tarjetas postales, e imágenes de movimiento como videos y películas. Todas estas se incluyen como souvenirs que consume el turista y se convierte en una de las maneras de difusión y promoción de todo destino turístico. Esto además colabora como un medio de comunicación para el turismo en todas sus dimensiones (Santillán, 2010).

Para Rial (2008), es indudable que los productos turísticos que esconden diversos aspectos como (materia prima, infraestructura, recursos humanos); como intangible, que configuran una oferta global y condicionan los resultados del sector, la imagen a través de la fotografía es hace punto importante para el

marketing turístico. Es por esto la necesidad e importancia de la fotografía como parte del turismo a todo nivel, ya que se incluye en todo y cada uno de las tipologías del turismo.

CONCLUSIÓN

La fotografía viéndola del punto de vista turístico representa una de las mejores formas de marketing hacia los clientes pues depende de una buena fotografía para que los futuros turistas o turistas potenciales se interesen en visitar dicho lugar, pero viéndolo desde otro punto de vista la fotografía para el turista va a resultar el testigo fiel que muestre que visitó ese lugar a las demás personas como familiares y amigos, es un instrumento muy valioso a la hora de ir de viaje pues va a patentar nuestros recuerdos por muchísimos años y en muchas ocasiones le recordará al turista que él estuvo en ese lugar en ese sitio con esas personas etc etc....

2.9.5 CAMPING

Se denomina camping o campamento de turismo (en la nomenclatura oficial) a un terreno acotado y preparado para recibir alojamiento móvil, tiendas de campaña o caravanas. Estas son transportadas por su propietario, bien mediante un automóvil, bien a la espalda, lo que es más raro y reservado a gente joven generalmente. Dado que esta semana de viajar requiere un automóvil, no es extraño que sea una forma reciente de turismo y que su desarrollo haya sido paralelo al de aquel ya que actualmente el camping se ha logrado popularizar como uno de las actividades ligadas a los amantes de la naturaleza (Miranda, 2010).

Para la Empresa Pública de Turismo de Andalucía (2011), el camping es el segmento del turismo que presenta características específicas y diferenciadas, cuyo análisis resulta interesante, teniendo en cuenta que las actuaciones de promoción o planificación se deben ajustar a las especificidades de cada producto turístico.

Para Rodas y Chimbo (2011), considera que el camping forma parte de una de las experiencias más gratificantes a la hora de visitar una zona turística, esto ya

que no es lo mismo que viajar e instalarse en un hotel o resort de lujo, en el momento que el turista busca la experiencia de acampar a su destino elegido. Este tipo de alojamiento no goza de comodidad propia de una habitación de hotel, pero la experiencia de convivir con la naturaleza y aprender de las compensaciones por tener que dejar de lado todo tipo de comodidades.

CONCLUSIÓN

El camping es una actividad ligada al ecoturismo y se lo realiza solo o en compañía, para estar en contacto con la naturaleza y alejarse dentro de lo posible, de la tecnología y las comodidades de la vida actual, disfrutar de los diferentes sonidos y avistamientos de animales es una de las principales motivaciones de esta actividad especialmente si se trata de un camping en una área protegida o simplemente en un recurso altamente biodiverso.

2.9.6 TREKKING

El trekking es una modalidad de deporte que consiste básicamente en recorrer a pie paisajes abruptos. El vocablo trek es de origen sudafricano, y hace referencia a un viaje largo y complicado. Debido a este motivo, algunos expertos consideran el trekking como un derivado del montañismo (el deporte de subir o escalar montañas), mientras que otros la perciben como una actividad en sí misma. De hecho, la mayoría de aficionados así lo aseguran; este deporte consiste en paseos, excursiones o viajes a zonas naturales o montañosas de gran extensión, y a regiones donde es difícil acceder a pie. Por ello, los recorridos suelen durar días o semanas, y se requiere una preparación física especial, reuniones informativas sobre el lugar a visitar, y planificación logística (Revista viajar, 2008)

La Revista Viajero (2014) en su publicación, indica que el trekking o senderismo es una caminata prolongada en un entorno natural, generalmente alejado de la civilización. La idea del trekking es llegar a esos lugares que sólo se pueden alcanzar a pie, a caballo o en bicicleta, y es un gran esfuerzo que se premia con la meta: una cascada, una panorámica increíble, un lago escondido. El único objetivo es llegar a conocer ese lugar al final del sendero.

El trekking es una actividad que surgió del montañismo. Los montañistas que subían al Himalaya y otros picos de gran dificultad, debían llegar primero a la base de la montaña, donde pasaban varios días de caminata estudiando cuál era la mejor manera de subir. El recorrido hasta la montaña era un viaje en sí mismo y no todos lograban subir, o estaban en estado para hacerlo. Así nació como una actividad aparte.

CONCLUSIÓN

El trekking o senderismo consiste en caminar por senderos sobre escenarios naturales como sierras, montañas valles y quebradas, bosques, playas, orillas de arroyos, ríos, lagos y lagunas, campos hasta desiertos inhóspitos, etc. El trekking nos acerca la posibilidad de avistar y fotografiar la flora y fauna de un lugar determinado sobre su paisaje natural, así mismo realizar caminatas en distintos niveles de dificultad, desde principiante hasta profesional avanzado, pero aun así se necesita contar con información sobre el lugar donde incita realizar la un conocimiento general en la zona a explorar.

CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO II

En este capítulo se investigó Los preceptos teóricos de diferentes autores expertos en turismo, los cuales aportan significativa ayuda para la comprensión de la investigación para así tener un mejor conocimiento del tema de estudio, para la elaboración de este capítulo se procedió en primer lugar a realizar un hilo conductor donde se exponía los componentes de la oferta turística, los diferentes hábitats que existen en el lugar a investigar, el tipo de turismo que se desarrollará, como también las actividades turísticas que se darán en el Humedal La Segua.

CAPÍTULO III DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se determinó las técnicas métodos y herramientas para realizar el proceso metodológico de la investigación. La sistematización para el manejo de la problemática, las etapas y pasos que se realizan para el diseño de un producto turístico en el Humedal la Segua.

Los autores analizaron las siguientes metodologías:

- ✓ Dra. Esther Lidia Machado Chaviano y Yanet Hernandez 2007,
- ✓ Secretaria de Turismo de México Sectur, 2006,
- ✓ Consejo Nacional de Cultura y Arte 2008,
- ✓ Carlos Funcia, Jorge de la Uz Herrera, 2009.

La Metodología de Esther Lidia Machado y Yanet Hernandez del año 2007, establece que para el diseño de un producto hay que realizar 6 fases las cuales son: Búsqueda y análisis de la información, Diseño del producto, Definición de precios, Posicionamiento, Definición del canal de distribución y por último la fase de Retroalimentación, esta tiene cierto parecido con la Metodología de Carlos Funcia y Jorge de Uz Herrera del 2009, también con 6 fases y en otra forma más resumida las Metodologías del Consejo Nacional de Cultura y Arte del 2008 que cuenta con 4 fases que son: Generación de la idea, Diseño del producto, Análisis económico del producto y Distribución del producto, y la Metodología del SECTUR que también cuenta con 4 fases como son: Inventario municipal, análisis FODA, Elaboración de productos turísticos, Comercialización y Publicidad. La tabla con todas las metodologías se encuentran en el apartado de anexos.

En la realización de la matriz de síntesis de criterios según los autores, se puede observar que todas las metodologías tienen como primer paso el análisis de la situación actual de la oferta y la demanda del producto y la realización de un inventario, como segunda fase los autores proponen el diseño del producto y después de esta fase el diseño de marketing mix que consiste en la definición de producto, precio, plaza y promoción con sus respectivas estrategias,

solamente el SECTUR propone la realización de la matriz DAFO del producto la cual se realizará en la primer fase, punto muy importante que los autores tomaron en cuenta para el desarrollo del tema, esta matriz se encuentra en el apartado de anexos.

Por esta razón los autores consideraron que la metodología que más abarca el tema de estudio es la Metodología de la Dra. Esther Lidia Machado y Yanet Hernandez del año 2007 y realizaron pequeñas modificaciones agregándole etapas de las demás metodologías para enriquecer más el tema.

3.1. METODOLOGÍAS FUNDAMENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN

Las autoras tomaron como referencia la metodología de la doctora Ester Lidia Machado Chaviano y Yanet Hernandez 2007 ya que es la metodología que más engloba el tema de tesis, y nos posibilita ver con más claridad las fases que deben ser estudiadas para diseñar una oferta turística, reforzándola y sintetizándola con otros temas de las demás metodologías para enriquecer más el tema de estudio. Dicha metodología se expresa a continuación de forma resumida.

3.1.1. METODOLOGÍA DE LA DRA. ESTHER LIDIA MACHADO CHAVIANO Y YANETH HERNÁNDEZ 2007.

3.1.1.1 Primera Etapa: Búsqueda y análisis de la información

- Análisis de la situación de las demandas del mercado y las tendencias futuras:
- Análisis de la competencia:
- Inventario de recursos:

3.1.1.2 Segunda Etapa: Diseño del producto

- Concepción de nuevas ideas y su selección:
- Definiendo los atributos y concepto del nuevo producto:
- Despliegue de clientes y sus requerimientos:

- Análisis de los requerimientos y los atributos:
- Diseño del producto.
- Definición de Estrategias.

3.1.1.3 Tercera Etapa: Definición del precio

- Cotizaciones:
- Fijación del precio.
- Definición de Estrategias:

3.1.1.4 Cuarta Etapa: Posicionamiento.

- Definición de la estrategia de posicionamiento:

3.1.1.5 Quinta Etapa: Definición del Canal de Distribución

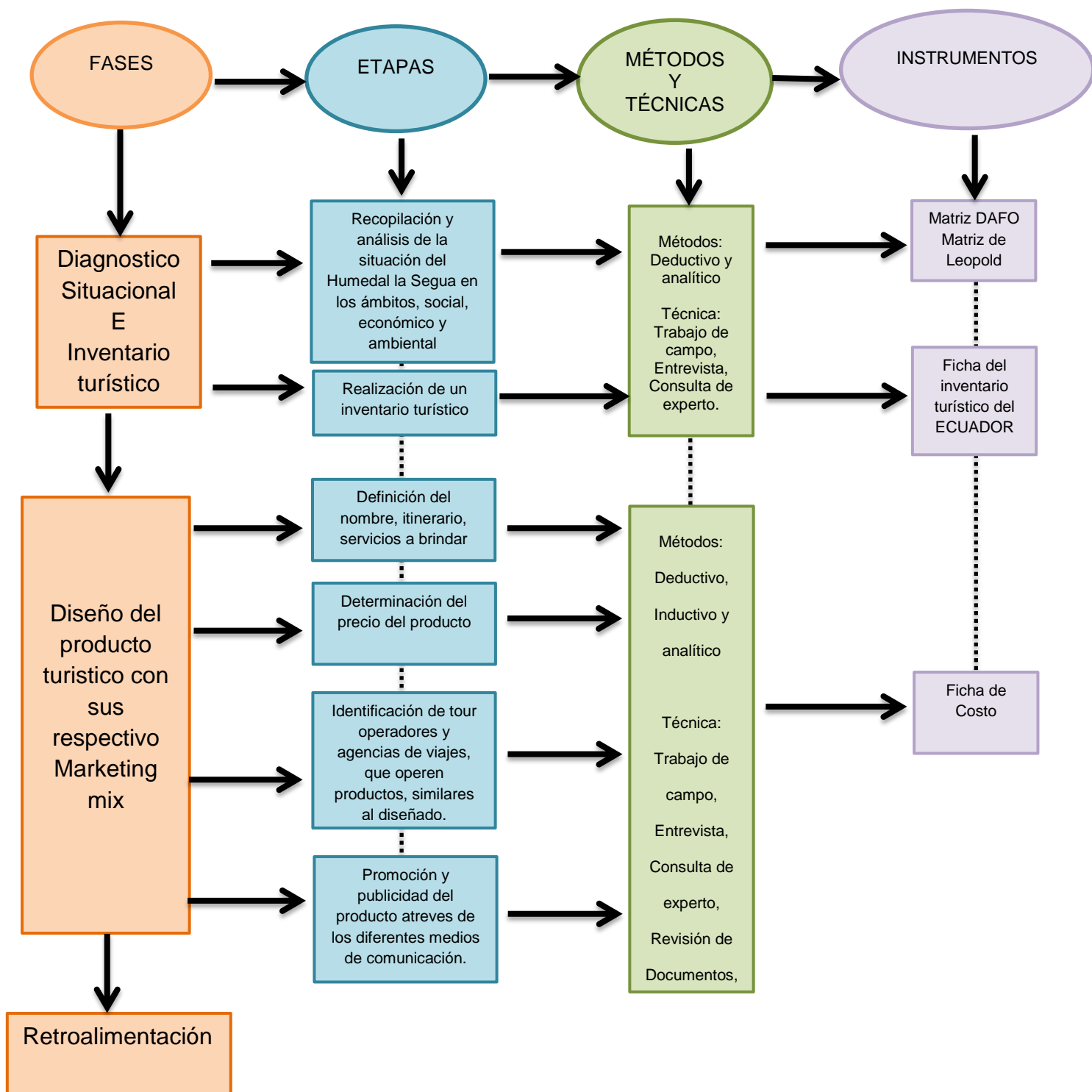
- Selección del Canal:

3.1.1.6 Sexta Etapa: Retroalimentación

Se realizará un sistema de encuesta en que se obtenga la satisfacción del cliente y las principales sugerencias del cliente final, de forma tal que el producto se encuentre permanentemente en un estado de retroalimentación.

Una vez que se ha analizado la metodología a aplicar se procede a definir las etapas más importantes de las metodologías restantes como: Análisis de la situación Inicial, inventario, encuestas y entrevistas, también se tomó en consideración la realización de una Matriz Leopold ya que es imprescindible para todo proyecto turístico que tenga como escenario la naturaleza para estudiar el impacto que este represente y así de una u otra forma mitigarlo y por ultimo el análisis FODA. Estas etapas se incluirán para reestructurar la metodología y por ultimo sintetizar las 6 fases en solo 3 para una mejor comprensión de estudio, Como lo indica la figura 3.1

Figura 3. 1. Diseño Metodológico



Fuente: elaboración de los autores

3.2. METODOLOGÍA APLICADA

A continuación se explicará detalladamente la nueva metodología que se aplicó con sus fases y sus respectivas etapas las cuales encierran las técnicas métodos y herramientas para la realización del tema de estudio

3.2.1. PRIMERA FASE – DIAGNÓSTICO SITUACIONAL E INVENTARIO DE RECURSOS

Se realizó un diagnóstico situacional pues es la primera etapa de todo proyecto ya que permite conocer la situación actual del recurso o atractivo y del lugar donde éste se encuentre para detectar diversas problemáticas y así producir conocimientos para la acción y toma de decisiones adecuadas a la realidad o contexto del lugar.

Para desarrollar un diagnóstico situacional se debe de contar con los siguientes aspectos: factores directos (turismo en la localidad, medio ambiente, accesibilidad, infraestructura turística, servicios, etc), factores indirectos (social, político, económicos, problemas ambientales, etc.).

Para la elaboración del diagnóstico situacional se utilizaron las técnicas y herramientas como: trabajo de campo, revisión de documentos, consulta de expertos, entrevistas y encuestas.

Para la elaboración del inventario de recursos se utilizó la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador, el cual afirma que “El inventario de recursos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores, físicos, biológicos y culturales que posee un recurso y que puestos en el mercado contribuyen a confrontar la oferta turística del país.” En este inventario de recursos se tomó en cuenta el estado actual del mismo, su accesibilidad, facilidades y determinó lo que constituye el atractivo principal. Este inventario debe ser completo y exhaustivo, debe incluir todos los recursos que puedan ser aprovechados para fines turísticos, para esto se utilizaron las técnicas de trabajo de campo y revisión de documentos.

Se realizaron encuestas a los pobladores de la comunidad donde se encuentra el atractivo, y a los turistas que visitaron el lugar en diferentes meses por el transcurso de un año, también se realizaron entrevista a los propietarios del Humedal La Segua a los funcionarios del departamento de turismo y medio ambiente del GAD de Chone y al Presidente de la Junta Parroquial de San Antonio lugar donde se encuentra la mayor parte del atractivo, cabe destacar que se utilizaron 4 formatos diferentes de preguntas tanto en las encuestas como en las entrevistas conforme a cada necesidad. Con el motivo de comprender lo que desean los turistas, que opinan las autoridades municipales del lugar y lo que la comunidad y propietarios anhelan.

Se utilizó la fórmula de Bolaños (2012) cuyo tipo de muestreo que se optó para la fórmula de la encuesta a la población fue el NO PROBABILÍSTICO que es cuando el investigador no elige la muestra al azar, sino siguiendo criterios subjetivos. Existen dos tipos de muestreos NO PROBABILISTICOS: Muestreo Accidental o casual y Muestreo intencional.

Los autores decidieron escoger el Muestreo Intencional donde se eligen los individuos que se estima que son representativos o típicos de la población y que puedan facilitar la información necesaria.

La fórmula para el tamaño de la muestra para la población finita y conocida es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{K^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

Z: Grado de confiabilidad

N: es el tamaño muestral o tamaño de la población (universo)

p: 50% de oportunidad que los datos sean representativos

q: 50% de oportunidad que los datos no sean representativos

K: grado de error que se prevé cometer.

Se elaboró la matriz de Leopold que es un método cualitativo para la evaluación de impacto ambiental, se utiliza para identificar el impacto inicial de un proyecto en un entorno natural ofreciendo información sobre relación causa y efecto.

Es una matriz de 100 acciones que pueden causar impacto al ambiente representadas por columnas y 88 características y condiciones ambientales representadas por filas. Como resultado, los impactos a ser analizados suman 8,800. Dada la extensión de la matriz se recomienda operar con una matriz reducida, excluyendo las filas y las columnas que no tienen relación con el proyecto

Entonces las columnas representan características individuales del proyecto (actividades, propuestas, elementos de impacto, etc.) y en las filas se representan los factores ambientales, físicos y socioeconómicos que pueden ser afectadas por el proyecto (aire, agua, hábitat, empleo, ingresos, construcciones e infraestructura etc...). Las intersecciones entre ambas se enumeran con dos valores, uno indica la magnitud (de -10 a +10) y el segundo la importancia (de 1 a 10) del impacto de la actividad respecto a cada factor ambiental.

Se elaboró una Matriz DAFO la cual ayudó para saber las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tiene el recurso y así tener en claro el estado general de la realidad turística. Para la realización del análisis DAFO se ejecutaron las técnicas y herramientas como: trabajo de campo, revisión de documentos y entrevistas

3.2.2. SEGUNDA FASE – DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO CON SU RESPECTIVO MARKETING MIX

PRODUCTO.- Para la elaboración del diseño de un producto se debe definir cuál es el recurso o atractivo turístico que se va a ofrecer y estudiar cual segmento de mercado se va a dirigir, como también definir el nombre,

itinerario, los servicios que se brindaran y los procesos del producto. Para esto se ejecutó el método analítico basándose en la recopilación de datos de la primera fase.

PRECIO.- Para la definición del precio se realizó cotizaciones de diferentes proveedores que intervendrán en el desarrollo del producto, a fin de establecer los costos del mismo, con el estudio de mercado que se dio en la primera fase se pudo identificar el valor máximo y mínimo que los turistas estarían dispuestos a pagar. Una vez determinado el costo se implantarán los índices de los beneficios que tendrá la Agencia por el servicio que se va a brindar. Para la definición de precio del producto se utilizó las técnicas, métodos y herramientas como: criterio de expertos de agencias de viajes, consulta a especialista, revisión de documentos.

PLAZA.- Se realizó un análisis de los Tour operadores y Agencias de Viajes que operan los segmentos de mercados seleccionados. Luego se realizó en cada mercado el estudio y levantamiento de los principales tour operadores que trabajan estos segmentos, confeccionando un listado de los de mayor significado en cada uno de los mercados. Para el cumplimiento de esta fase se debe de tomar en cuenta las técnicas, métodos y herramientas como: criterio de expertos en agencias de viajes, consulta a especialista y revisión de documentos.

Mediante la comercialización del producto se pretende identificar los diversos sectores de mercados interesados, para lo cual se implementará canales de distribución que contribuyan a promocionar la oferta turística incrementando la demanda en el sector. Hay que mencionar que el sector público cumple una tarea muy importante en la comercialización ya que realizando publicidad da a conocer a los futuros clientes todo acerca de la oferta e incentiva a su consumo. Las técnicas, métodos y herramientas que se usaron en esta fase son: Criterio de expertos de agencia de viajes, consulta a especialista y revisión de documentos.

PROMOCIÓN.- La publicidad es un método de comunicación comercial, su objetivo es impulsar a consumir lo que se está ofertando, pues bien para la elaboración de esta fase el producto a ofertar se promocionaría por los medios de comunicación escrita y hablada, como también el diseño de folletos, posters, trípticos etc. Las técnicas, métodos y herramientas que se utilizaron son:: Consulta a especialista, revisión de documentos y lluvia de ideas.

3.2.3. TERCERA FASE – RETROALIMENTACIÓN

Cuando se haya terminado con las dos fases se procederá a realizar la fase de retroalimentación la cual se refiere a controlar las actividades realizadas antes durante y después de brindar el servicio turístico planificado, para después corregir y optimizar las áreas donde hubo falencias y mejorar así los servicios prestados. Para cumplir con esta última fase se realizarán fichas de quejas y sugerencias, encuestas dirigida hacia los turistas acerca de la calidad del producto y los servicios brindados, elaboración de una matriz con indicadores de control de calidad del producto y servicios, creación de fichas ambientales para medir el impacto que genera la actividad turística en la zona. Las técnicas que se tomaran en cuenta en esta fase son: consulta de especialistas, trabajo de campo y los métodos a implementar son: deductivo y analítico.

CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO III

La metodología elaborada por los autores va hacer una herramienta óptima para el cumplimiento del objetivo general, ya que encierra los elementos necesarios para conocer mejor el sitio a estudiar y así saber de qué forma actuar, para el diseño de un producto turístico en El humedal la Segua, y de esta forma contribuir con su desarrollo turístico sustentable y sostenible que beneficiara tanto al Cantón como la comunidad y el atractivo.

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. PRIMERA FASE.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL E INVENTARIO DE RECURSOS.

4.1.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO

4.1.1.1 LÍMITES Y UBICACIÓN

La parroquia San Antonio se encuentra ubicada al sur del cantón Chone. Sus coordenadas son: 0°42'18.17"S 80°10'01.34"O. Limita al norte con la parroquia Boyacá, al sur con la parroquia Bachillero del Cantón Tosagua, al Este con las parroquias de Chone y Canuto y al Oeste con los cantones Tosagua y San Vicente, y cuenta con un área aproximadamente de 21.753 has.

4.1.1.2 FACTORES CLIMÁTICOS

San Antonio posee un clima seco en verano y cálido lluvioso en épocas de invierno. En verano los vientos modifican el clima y su temperatura oscila entre los 23 y 28 grados centígrados, mientras que en invierno alcanza los 34 grados centígrados. Según su ubicación geográfica la precipitación anual fluctúa entre los 800 y 1.200mm en condiciones normales, mientras que la humedad relativa en que se encuentra es de 78.24 como promedio anual.

4.1.1.3 POBLACIÓN

Según el INEC en el censo de población y vivienda en el año 2010 la población de la parroquia san Antonio es de: 8.039 habitantes.

4.1.1.4 ACTIVIDADES ECONÓMICAS

En la parroquia San Antonio las actividades económicas más importantes son: agricultura, ganadería y comercio, los principales productos agrícolas producidos en la zona son: sandía, tomate riñón, yuca, higuera, y maíz.

Otras actividades relacionadas con las económicas del sector son la venta de artesanías, el turismo, la fabricación de muebles y productos marinos.

En resumen más de la mitad de la población el 55% se dedica a la agricultura seguido de un 6% al comercio y otro 6% a la enseñanza. La PEA la componen 2660 personas. Según el censo del 2010.

4.1.1.5 SERVICIOS BÁSICOS

La parroquia San Antonio cuenta con todos los servicios básicos, pero en algunas comunidades el servicio se torna deficiente a continuación se detallaran cada uno de ellos:

Agua Potable.- el agua potable en la parroquia no está a disposición de las personas las 24 horas del día. El consumo de agua en la parroquia se da de diversas formas tales como: por servicio de red pública, de pozo, de río, vertiente acequia o canal, de carro repartidor, agua lluvia o albarda y según el censo 2010 arrojo los siguientes datos:

El 29% de las personas obtienen el agua por medio de la red pública, el 23% la obtienen de pozo, el 26% de carro repartidor, el 20% de agua lluvia o albarda y el 2% restante la obtienen de los ríos, vertientes, acequia o canal.

Luz eléctrica.- La parroquia san Antonio cuenta con un 95% de luz eléctrica en todas sus comunidades.

Línea telefónica.- Según datos del censo del 2010 existen 27 casos que disponen de línea telefónica en sus hogares, esto da como resultado el 1% mientras que el 99% no tienen línea telefónica. Sin embargo el 74% de la población dispone de telefónica celular.

Centros de Salud.- La Parroquia cuenta con un subcentro de salud ubicado en la cabecera parroquial y tres dispensarios del seguro social campesino ubicados en las comunidades de Bravos Chicos, San Pablo y Barquero.

4.1.1.6 VÍAS DE COMUNICACIÓN

La Parroquia cuenta con un sistema de vías de comunicación interparroquial e intercantonal en buen estado, con vías de segundo orden, existen diferentes rutas de buses desde diferentes ciudades y poblaciones cercanas como son:

Reina del Camino, Coactur, Costa Norte las cuales son intercantonales y las interparroquiales como la Cooperativa de transporte Flavio Alfaro.

4.1.2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL HUMEDAL LA SEGUA

El humedal tiene una estructura conformada por un pantano central (el cual se encuentra permanentemente anegado) y una extensa llanura de inundación que se cubre de agua en estaciones lluviosas, las cuales son desde el mes de diciembre hasta abril, con 5.5 m. de profundidad normalmente y puede llegar a tener 1.20 m. de profundidad.

La Segua es un humedal de agua dulce, pues está ubicado en la parte alta del río del estuario Chone, y en el confluyen los ríos Chone y Carrizal, este factor y otros como que se encuentra dentro de la zona de vida Bosque muy seco tropical han hecho que la Segua sea un ecosistema lleno de biodiversidad, pues alberga 164 especies de aves (22 migratorias y 63 acuáticas), 12 especies de peces y 2 de camarón de río, como también tortugas del genero *Chelydra*.

Sus suelos son arenosos, limosos y arcilloso-limoso, el agua es de calidad media, con presencia de coliformes fecales y solidos totales, lo que la hace no apta para el consumo humano, en la actualidad presenta áreas que están siendo intervenidas por el hombre cuya remediación o recuperación se la lograría a largo plazo.

4.1.2.1 LÍMITES Y UBICACIÓN

El humedal la Segua se encuentra en la provincia de Manabí, parroquia San Antonio del cantón Chone, entre las coordenadas: S 05° 40'58.00" O, S 62° 02'.51" E, N 25°01'57.07" E y N 68°44'36.18"O. Aproximadamente a 3 Km de la Parroquia San Antonio y a 11.5 km al suroeste de la ciudad de Chone, el humedal se ubica en la parte alta del estuario del Río Chone, y en el que confluye los ríos Chone y Carrizal.

Imagen 4. 1. Ubicación geográfica del humedal la Segua.



Fuente: GAD Chone-Departamento de

4.1.2.2 ALTITUD Y EXTENSIÓN

Segun información obtenida por el GAB del Cantón Chone dice que el Humedal la Segua tiene una altitud de 5 m.s.n.m y una extensión de 1.745 hectáreas las cuales se dividen de la siguiente forma: aguas abiertas, llanura de inundación y parches de lechuguines.

4.1.2.3 FAUNA

El humedal posee una alta densidad de especies las cuales se constituyen en: 164 especies de aves divididas en 22 migratorias y 63 acuáticas, 12 especies de peces, en la cual se destaca la especie nativa llamada chame (*Dormitorlatifrons*) la cual ha sido gravemente afectada por una especie introducida llamada tilapia *Oreochromis Mozambica*, 2 especies de camarón de río, tortugas del género *Chelydra*. MAE. 2000

Es uno de los sitios más importantes del Ecuador para aves acuáticas congregatorias, entre las que se incluyen algunas especies altamente amenazadas en el país, como *Netta erythrophthalma* y *Cairina moschata*. El humedal alberga regularmente un elevado número de dichas especies (más de 50000 individuos). Hay además un registro de *Carduelos siemiradzki* especie globalmente vulnerable.

Cuadro 4. 1. Aves más comunes del Humedal La Segua

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FOTOGRAFÍA
Pericos del pacífico	<i>Forpus coelestis</i>	
Jacana caranculada	<i>Jacana jacana</i>	
Gallineta común	<i>Gallinuta chloropus</i>	
Garza bueyera	<i>Bubulcus ibis</i>	
Garza cocoi	<i>Ardea cocoi</i>	
Mirasol Pinado	<i>Botaurus pinnatus</i>	
Cormorán neotropical	<i>Phalacrocorax brasilianus</i>	
Pelicano pardo	<i>Pelecanus occidentalis</i>	
Ibis blanco	<i>Eudocimus albus</i>	

Fuente: Bernabé López Lanús y Paola Gastezzi Aria

4.1.2.4 FLORA

La flora está representada por 27 familias y 33 especies silvestres. Durante la estación lluviosa, dominan plantas acuáticas, especialmente los “lechuguines” (*Eichornia crassipens*); en esta temporada la ciénaga puede llegar a tener una profundidad promedio en ciertos lugares de 5.5 m. En la época seca la llanura de inundación se llena de gramíneas y cyperáceas y el cuerpo de agua se reduce a cerca de 525 ha, con una profundidad media de 67 cm.

4.1.2.5 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

En lo que concierne a infraestructura Turística alrededor del humedal La Segua existe un escaso porcentaje del servicio de restauración y un inexistente servicio de hospedaje, el restaurante más cercano de la entrada al Humedal Sendero los Caimanes se encuentra aproximadamente a 500 metros cuyo propietario es el Señor Rubí Mendoza que ofrece a su clientela comida típica de la zona y el plato estrella del humedal “el Chame”. En la comunidad “la Sabana” se encuentran tres restaurantes visibles desde la carretera y tienen como plato principal “el chame” comercializado y consumido en la zona.

4.1.2.6 INFRAESTRUCTURA VIAL EXISTENTE

Se puede acceder al sendero Los Caimanes del Humedal La Segua por la vía que une a la ciudad de Chone con San Vicente la misma que es una carretera de primer orden y la cual se encuentra en buen estado. Por esta vía transitan cooperativas de transporte cantonales y provinciales caracterizadas a continuación.

Cuadro 4. 2. Oferta de transporte terrestre hacia el humedal la Segua.

TRANSPORTE	RUTAS	HORARIOS
Costa Norte	Portoviejo- San Vicente-Pedernales	Cada 30 min.
Coactur	Portoviejo- San Vicente-Pedernales	Cada hora
Reina del Camino	Chone-San Vicente- San Isidro	6am y 13pm
Coop. Flavio Alfaro	Chone-San Vicente- San Isidro	Cada 30 min.

Fuente: elaboración de los autores

4.1.2.7 ASPECTOS ECONÓMICOS Y SOCIOCULTURALES

Alrededor de los humedales se orientan cuatro comunidades con una población de 1700 habitantes aproximadamente, cabe recalcar que el humedal la Segua es cien por ciento propiedad privada y cuenta con 30 dueños aproximadamente los cuales tienen como su principal ingreso económico, la pesca de la tilapia y

langosta de agua dulce estas dos especies introducidas, y en menor grado la cría y pesca del Chame, la agricultura como siembra de arroz, y productos de ciclo corto y ganadería en las llanuras.

4.1.2.8 TRADICIONES Y FESTIVIDADES

En las comunidades colindantes con el Humedal La Segua existen dos eventos que cada año atrae a un sinnúmero de visitantes como lo es las festividades en honor a San Pedro y San Pablo fiesta que se ha hecho tradición en algunos puntos de las campiñas manabitas, otro evento que congrega a propios y extraños ya que en los últimos años se ha hecho reconocido a nivel provincial y nacional es La Feria Internacional del Chame, que se realiza cada año en el Sitio La Segua.

4.1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Para conocer las características de la demanda del Atractivo El Humedal la Segua fue necesaria la aplicación de encuestas para permitir la comprensión y estudio de los diferentes segmentos de turistas que visitan este atractivo con el fin de realizar un diagnóstico de la actividad turística, para así diseñar un producto que esté acorde a sus necesidades.

Cabe recalcar que dicha encuesta no cuenta con una fórmula ya que fue realizada por los autores en las diferentes visitas al atractivo en el lapso de un año el cual comenzó el 2 de febrero del 2014 al 2 de febrero del 2015.

A continuación se muestra los resultados:

4.1.3.1 ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS TURISTAS

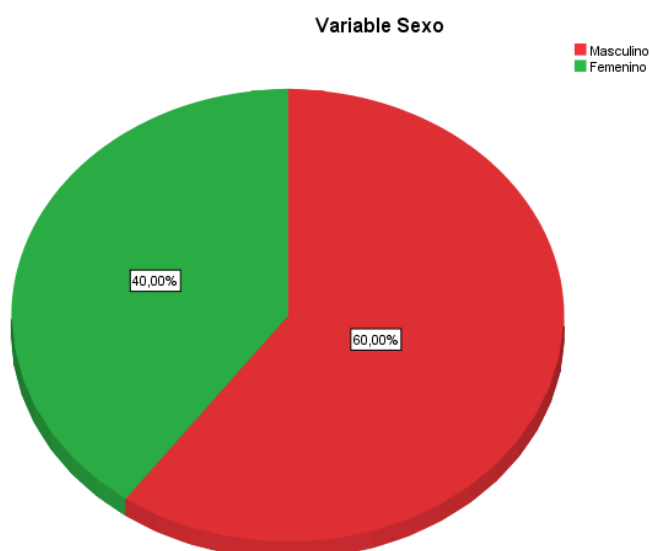
Cuadro 4.3. Variable sexo.

“Estudio de las Encuestas sobre oferta y demanda”

1.- ¿Género del visitante?

Variable Sexo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	48	60,0	60,0
	Femenino	32	40,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0

Gráfico. 4. 1. Variable Sexo.



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

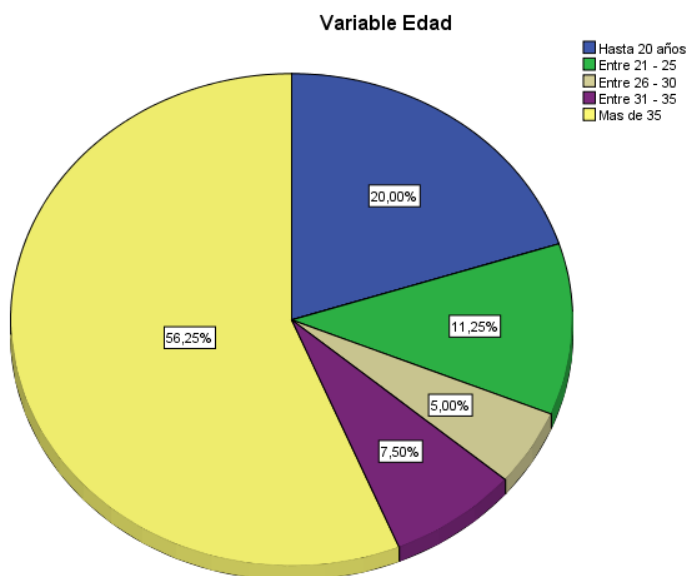
El género masculino predomina según el resultado de la investigación realizada mediante encuestas, teniendo en cuenta el área y la dificultad de ingreso junto con la poca infraestructura turística deben ser factores por el cual no llamen tanto la atención del género femenino.

Cuadro 4.4. Variable edad.

2.- ¿Edad?

Variable Edad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hasta 20 años	16	20,0	20,0
	Entre 21 - 25	9	11,3	31,3
	Entre 26 - 30	4	5,0	36,3
	Entre 31 - 35	6	7,5	43,8
	Más de 35	45	56,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0

Gráfico. 4. 2. Variable Edad.



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

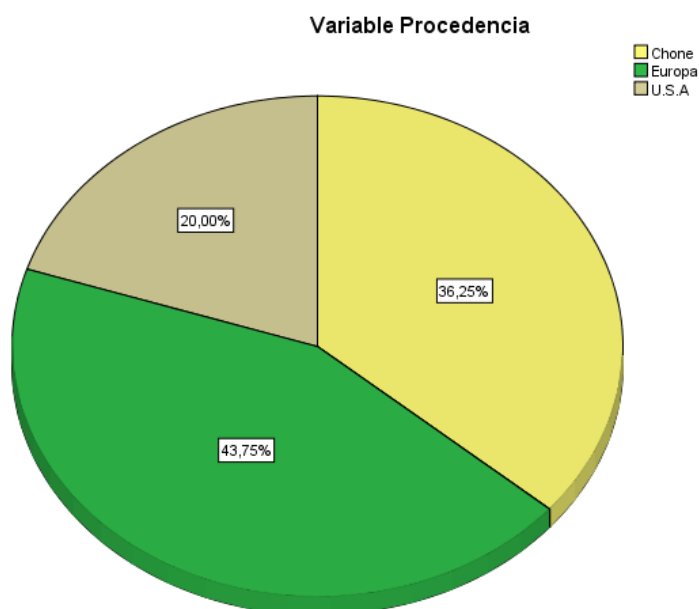
Esta variable de edad muestra que más del 50% de visitantes son mayores de 35 años, muchos de ellos científicos, extranjeros y profesionales en medio ambiente que visitan el lugar por motivo de diversos estudios acorde con la naturaleza del atractivo, siguiéndole el 20% que le corresponde a los estudiantes tanto de escuela y colegios de la zona y universitarios de la provincia para realizar diferente proyectos en el lugar.

Cuadro 4.5. Procedencia del visitante.

3.- ¿Procedencia del visitante?

		Variable Procedencia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Chone	29	36,3	36,3	36,3
	Europa	35	43,8	43,8	80,0
	U.S.A	16	20,0	20,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Gráfico. 4.3 .Variable Procedencia.



Fuente: Elaboración por los autores. .

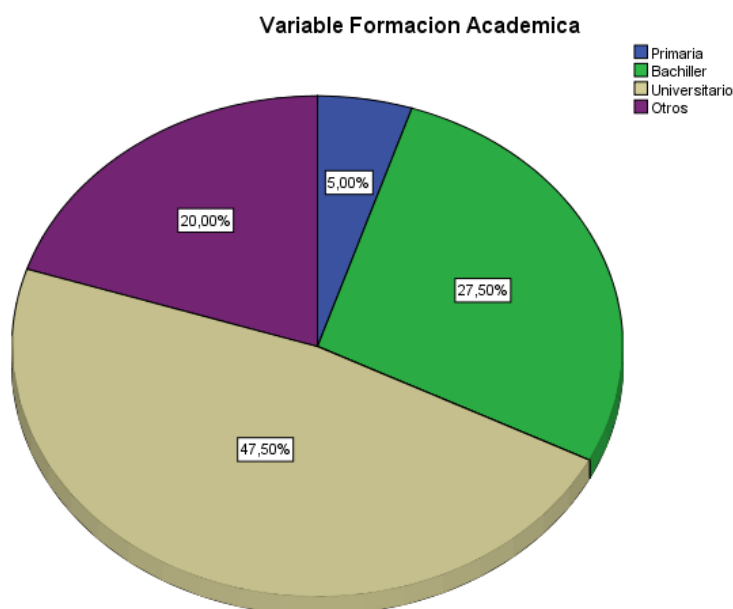
Análisis:

Los turistas procedentes de diferentes países de Europa o visitantes hacen mayoría en cuanto a la cantidad de visitas que el Humedal recibe normalmente, siguiendo de Estados Unidos y en un bajo porcentaje Chone elemento que denota el poco interés del turismo local lo que hace pensar que es por la escasa promoción turística del atractivo o simplemente no es la clase de turismo que quisieran practicar.

Cuadro 4.6. Formación académica del visitante o turista.

4.- ¿Formación académica del visitante o turista?

Variable Formación Académica				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	4	5,0	5,0	5,0
Bachiller	22	27,5	27,5	32,5
Válidos Universitario	38	47,5	47,5	80,0
Otros	16	20,0	20,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Grafico. 4. 4. Variable Formación Académica.

Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

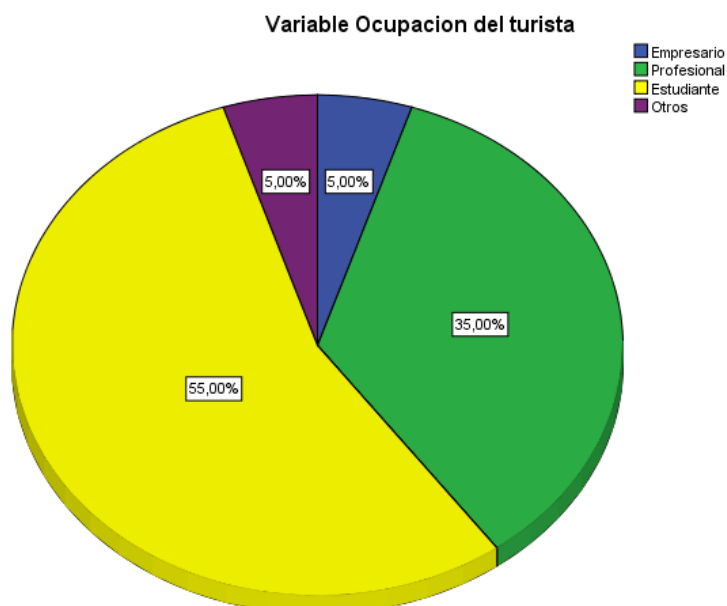
La mayor cantidad de visitantes tienen formación universitaria lo que hace pensar que son personas mayores de edad probablemente con un empleo estable y de clase media los cuales estarían dispuestos a pagar una cantidad considerable por el producto y exigentes en la calidad de los servicios turísticos que se den en el sitio

Cuadro 4.7 Ocupación del visitante o turista.

5.- ¿Ocupación del visitante o turista?

Variable Ocupación del turista				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Empresario	4	5,0	5,0
	Profesional	28	35,0	40,0
	Estudiante	44	55,0	95,0
	Otros	4	5,0	5,0
	Total	80	100,0	100,0

Gráfico. 4. 5. Ocupación del Turista.



Fuente: Elaboración por los autores. .

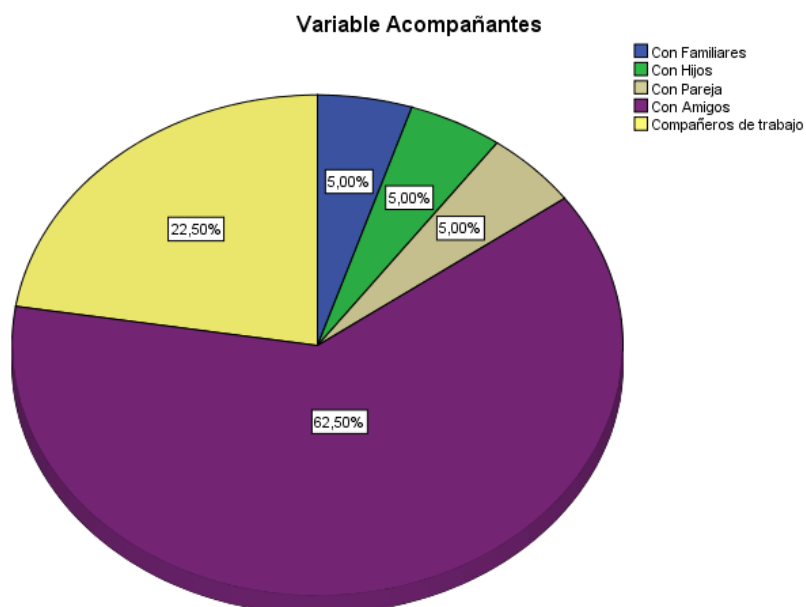
Análisis:

El turismo como parte fundamental de la educación y este recurso como principal fuente de información son 2 piezas claves si unen para trabajar de forma conjunta en el mejoramiento del lugar con la ayuda de profesionales en ambiente, turismólogos, geólogos y sin número de investigadores que visitan el sitio cada año.

Cuadro 4. 3. Personas que lo acompañaron en su visita.

6.- ¿Personas que lo acompañaron en su visita al humedal?

Variable Acompañantes				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Con Familiares	4	5,0	5,0
	Con Hijos	4	5,0	10,0
	Con Pareja	4	5,0	15,0
	Con Amigos	50	62,5	77,5
	Compañeros de trabajo	18	22,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0

Gráfico. 4. 6. Variable Acompañantes.

Fuente: Elaboración por los autores. .

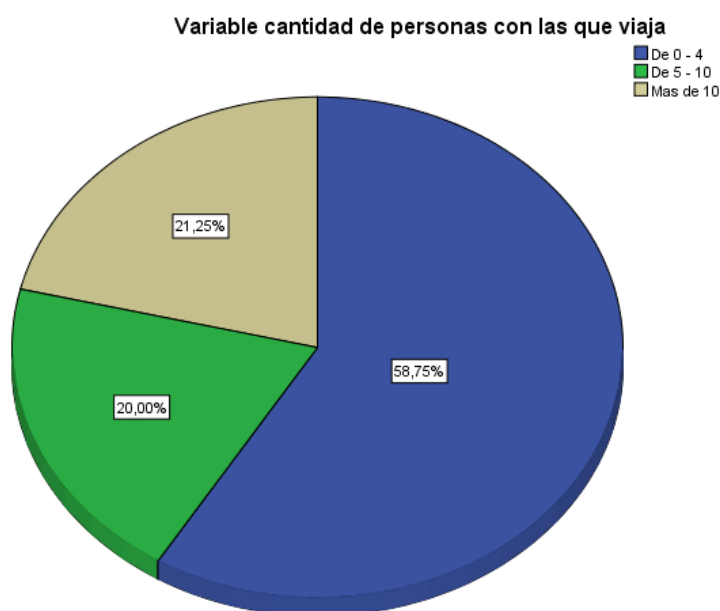
Análisis:

Los grupos entre amigos y compañeros de trabajo determinaron ser los mayores a la hora de visitar el recurso, un factor realmente positivo sabiendo de que existe una demanda de alto nivel de gasto, aun que al no existir un producto determinado estos ingresos simplemente no quedan en la comunidad y no son aprovechados de manera adecuada.

Cuadro 4. 4 Variable cantidad de personas con las que viaja

7.- ¿Personas que forman el grupo de viaje del visitante o turista?

Variable cantidad de personas con las que viaja				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 0 - 4	47	58,8	58,8
	De 5 - 10	16	20,0	78,8
	Más de 10	17	21,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0

Gráfico. 4. 7. Variable cantidad de personas con las que viaja

Fuente: Elaboración por los autores.

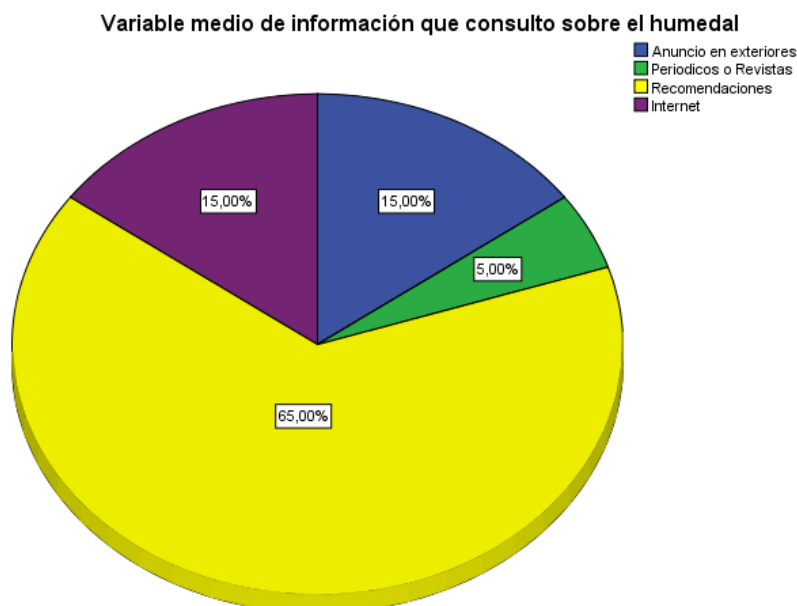
Análisis:

En primero lugar tenemos que los turistas que visitan más el humedal se da en grupo de 4 personas casi siempre extranjeros en segundo lugar de 5 a 10 personas que suelen ser compañeros de trabajo y visitan el lugar por un determinado estudio y por último los grupo de más de 10 visitantes ya que son estudiantes de diferentes niveles académicos como escuelas, colegios y universidades, los cuales realizan excursiones charlas o eventos que se da en el Humedal.

Cuadro 4. 5 Variable medio de información que consulto sobre el humedal

8.- ¿Medio de comunicación por el cual el visitante o turista se informó de la existencia del humedal la segua?

Variable medio de información que consulto sobre el humedal				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Anuncio en exteriores	12	15,0	15,0	15,0
Periódicos o Revistas	4	5,0	5,0	20,0
Válidos Recomendaciones	52	65,0	65,0	85,0
Internet	12	15,0	15,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Gráfico. 4. 8. Variable medio de información que consulto sobre el humedal

Fuente: Elaboración por los autores. .

Análisis:

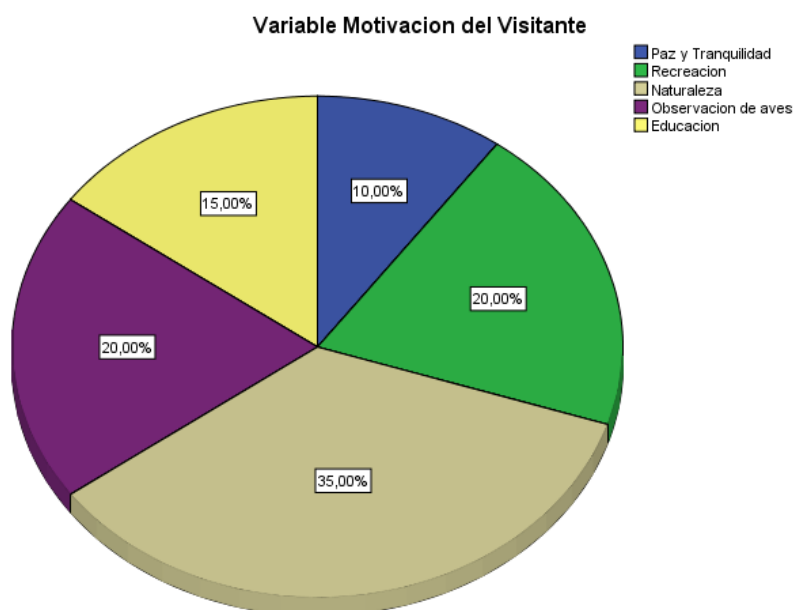
Las recomendaciones entre turistas siguen siendo la principal fuente de promoción del recurso, un elemento importante pero que no es el más adecuado esto determina que no existe una publicidad y un marketing idóneos pero que se deben establecer para la atracción de un segmento de turistas mucho más específico.

Cuadro 4. 6 Variable Motivación del Visitante

9.- ¿Principales motivaciones del visitante o turista para visitar el humedal?

Variable Motivación del Visitante					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Paz y Tranquilidad	8	10,0	10,0	10,0
	Recreación	16	20,0	20,0	30,0
	Naturaleza	28	35,0	35,0	65,0
	Observación de aves	16	20,0	20,0	85,0
	Educación	12	15,0	15,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Gráfico. 4. 9. Variable Motivación del Visitante



Fuente: Elaboración por los autores.

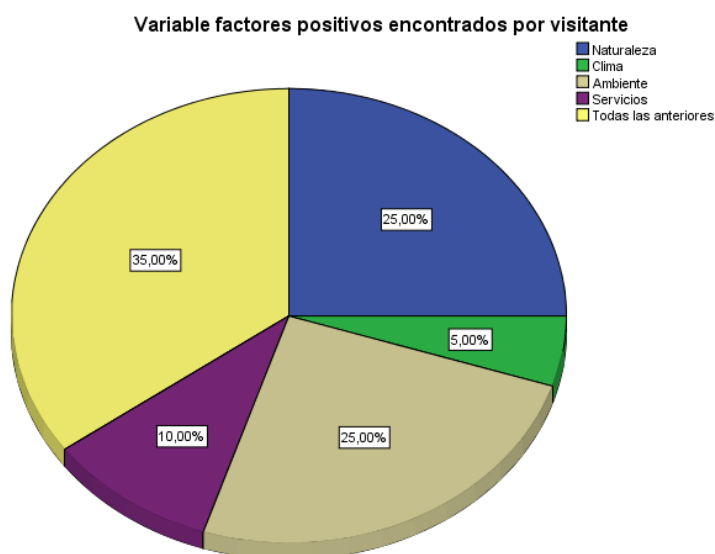
Análisis:

La naturaleza y la observación de Aves, es uno de los principales atractivos del sitio, teniendo en cuenta que cada cierta temporada llegan cientos de aves de diferentes tipos a anidar o aparearse, lo cual determina hacia donde debe ir enfocado el producto principal de este recurso.

Cuadro 4. 7 Variable factores positivos encontrados por visitante

10.- ¿Cosas que le gustaron al visitante o turista del humedal?

Variable factores positivos encontrados por visitante					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Naturaleza	20	25,0	25,0	25,0
	Clima	4	5,0	5,0	30,0
	Ambiente	20	25,0	25,0	55,0
	Servicios	8	10,0	10,0	65,0
	Todas las anteriores	28	35,0	35,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Gráfico. 4. 10. Variable factores positivos encontrados por visitante

Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

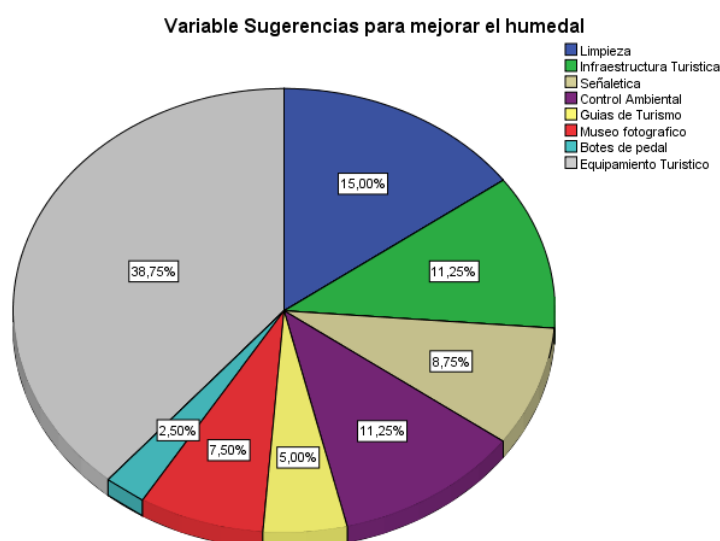
La Naturaleza, el clima, el medio ambiente son los principales factores positivos tomados en cuenta por los turistas, a pesar de no existir una oferta de servicios determinada aun así los visitantes se sienten muy contentos con el trato que reciben por parte de los comuneros de los sitios aledaños al recurso.

Cuadro 4. 8 Variable Sugerencias para mejorar el humedal

11.- ¿Qué considera que se debería implementar en el sendero del Humedal para hacer más interesante su visita?

Variable Sugerencias para mejorar el humedal				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	12	15,0	15,0	15,0
	9	11,3	11,3	26,3
	7	8,8	8,8	35,0
	9	11,3	11,3	46,3
Válidos	4	5,0	5,0	51,3
	6	7,5	7,5	58,8
	2	2,5	2,5	61,3
	31	38,8	38,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Gráfico. 4. 11. Variable Sugerencias para mejorar el humedal



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

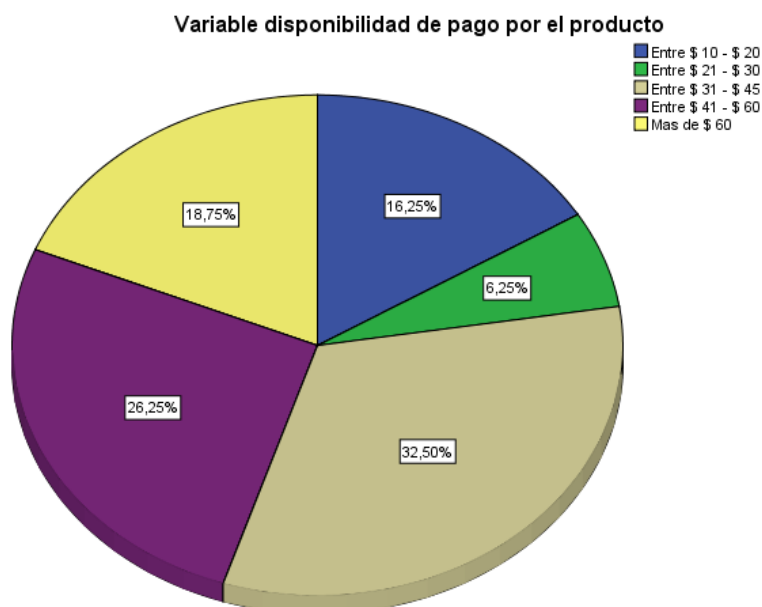
El equipamiento turístico posee el mayor puntaje con un 38% aproximadamente ya que existe un número pequeño de binoculares, botes, y demás equipos para realizar todas las actividades turísticas que se dan dentro del atractivo, siguiendo con limpieza ya que en épocas de invierno el sendero se encuentra lleno de montarral el mismo que no es atractivo a la vista del turista.

Cuadro 4. 9. Cuanto estaría dispuesto a pagar por este producto.

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

Variable disponibilidad de pago por el producto				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre \$ 10 - \$ 20	13	16,3	16,3
	Entre \$ 21 - \$ 30	5	6,3	22,5
	Entre \$ 31 - \$ 45	26	32,5	55,0
	Entre \$ 41 - \$ 60	21	26,3	81,3
	Más de \$ 60	15	18,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Gráfico. 4. 12. Variable disponibilidad de pago por el producto.



Fuente: Elaboración por los autores.

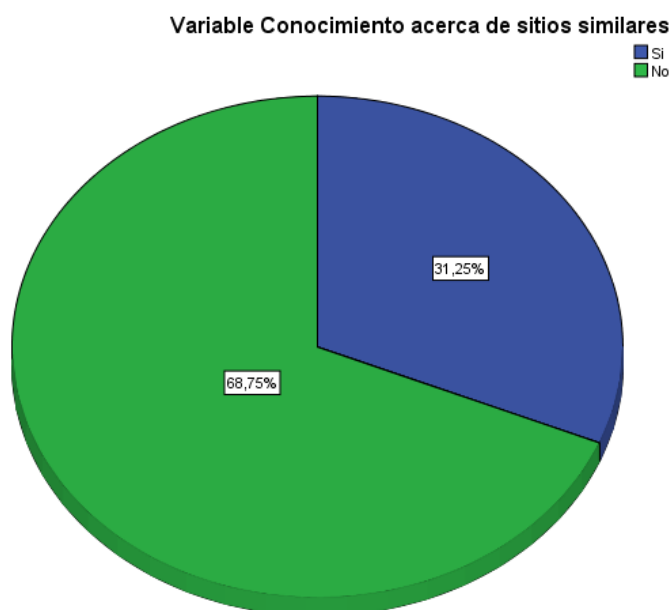
Análisis:

El 32.50% de turistas encuestados, están dispuestos a pagar entre \$31,00 y \$45,00 precio accesible a cualquier nivel social teniendo en cuenta que se brindarían las 3 comidas básicas, servicio de transporte y guía y lo mejor la experiencia de estar en un ecosistema rico en vida silvestre especialmente en aves.

Cuadro 4. 10 ¿Ha visitado otros humedales a parte de este?

13.- ¿Ha visitado otros humedales a parte de este?

Variable Conocimiento acerca de sitios similares				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	25	31,3	31,3
	No	55	68,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0

Gráfico. 4. 13. Variable Conocimiento acerca de sitios similares.

Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

Al ser este uno de los pocos humedales del Ecuador, le da un valor muy importante y atractivo para los turistas, de manera que permite establecer a este recurso como una fortaleza turística para el cantón la provincia y el País en general.

Cuadro 4. 11. Es su primera vez visitando al humedal la segua.

14.- ¿Es su primera vez visitando al humedal la Segua?

Variable Primera vez de su visita				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	50	62,5	62,5
	No	30	37,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0

Gráfico. 4. 14. Variable primera vez de su visita.



Fuente: Elaboración por los autores.

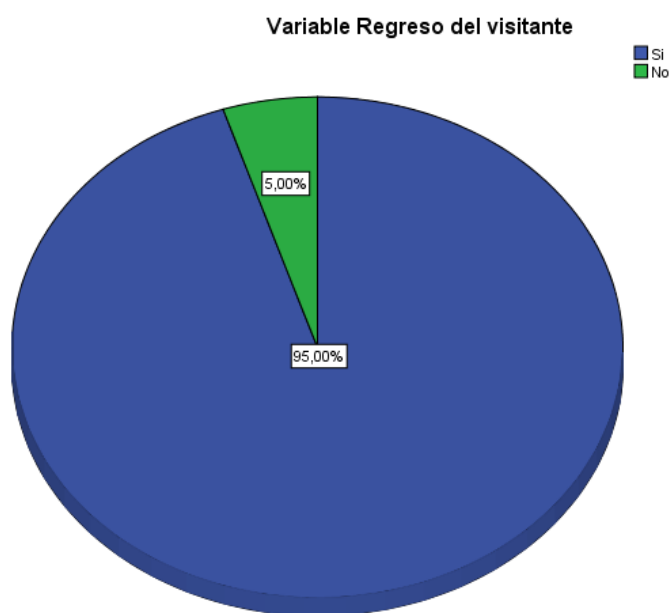
Análisis:

Con un 62,50% de entrevistados da como resultado que visitan por primera vez el humedal y mientras que el 37,50% lo visita por segunda vez y hasta más, los cuales también invitan a otras personas a conocer el sitio a pesar de ser un lugar bastante conocido genera novedad y curiosidad en los visitantes y también por si solo logra fidelizar a muchos de los que lo visitan por primera vez.

Cuadro 4. 12. Variable Regreso del visitante.

15.- ¿Volvería a visitarlo nuevamente?

Variable Regreso del visitante				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	76	95,0	95,0	95,0
No	4	5,0	5,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Gráfico. 4. 15. Variable Regreso del Visitante.

Fuente: Elaboración por los autores. .

Análisis:

Con un 95% los turistas si tienen ganas de regresar a visitar el sitio pues este ofrece una experiencia agradable entre la naturaleza y el hombre y permite conocer más acerca de las diferente especies que habitan el lugar.

4.1.3.2 ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS HABITANTES

Para estar al tanto de los conocimientos e importancia que los habitantes de las comunidades le dan a este atractivo y así saber si están facultados para la recepción de turistas y visitantes se realizaron encuestas para las cuales fue necesario la utilización de la siguiente formula:

FÓRMULA

Cuadro 4.1. Fórmula para identificar la población

DESPEJE DE LA FÓRMULA	
$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{K^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$	
Z	Grado de confiabilidad
N	Universo
p	50% de oportunidad que los datos sean representativos
q	50% de oportunidad que los datos no sean representativos
K	Grado de error

Fuente: elaboración de los autores

Entonces la fórmula queda de la siguiente forma:

$$n = \frac{1,96^2 * 800 * 0,5 * 0,5}{0,10^2 * (800 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{403159,59}{1049,45 + 0,9604}$$

$$n = \frac{768.32}{8.9504} = 85.84$$

$$n = \mathbf{86}$$

La fórmula dio como resultado 85.84 encuestas las cuales fueron redondeadas a 86 para un mejor manejo de datos, estas encuestas se realizaron a las comunidades cercanas al humedal como San Antonio, La Sabana, La Segua y Larrea. En diferentes fechas del último trimestre del año 2014. Los resultados de las encuestas se muestran a continuación:

Cuadro 4. 13. Variable conocimiento de los Moradores acerca del Humedal.

1.- ¿Conoce Usted El valor ecológico y natural del humedal la Segua que se encuentra en su comunidad?

Variable Conocimiento de los Moradores Acerca del Humedal				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	59	68,6	68,6
	No	27	31,4	100,0
	Total	86	100,0	100,0

Gráfico. 4. 16. Variable conocimiento de los moradores acerca del Humedal.

Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

Un 68.60% de los moradores dicen conocer el valor ecológico del humedal la Segua ya que es fuente de pesca y producción del chame pero sin embargo no saben de la diversidad de aves que hay se alberga y en algunos casos tampoco saben que tiene categoría Ramsar.

Cuadro 4. 14. Variable desarrollo de la comunidad.

2.- ¿Cree Usted que el humedal la Segua puede ayudar al desarrollo de su comunidad?

Variable Desarrollo de la comunidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	81	94,2	94,2	94,2
Válidos No	5	5,8	5,8	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Gráfico. 4. 17. Variable desarrollo de la comunidad.



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

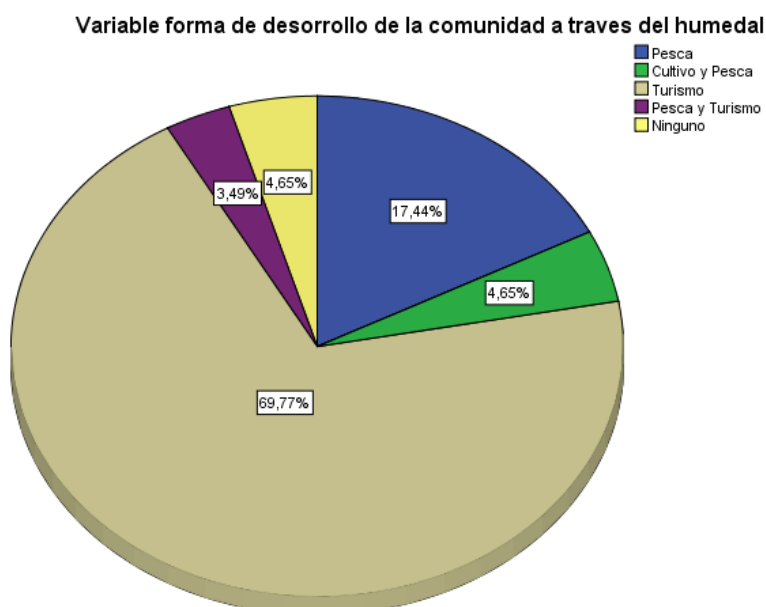
Casi la totalidad de encuestados dicen que si podría el humedal la Segua ayudar al desarrollo de su comunidad, punto que está a su favor ya que saben que el humedal tiene un gran valor para el desarrollo de fuente de trabajo.

Cuadro 4. 15. Variable de forma de desarrollo de la comunidad a través del humedal.

.3. ¿De qué forma puede ayudar al desarrollo de su comunidad?

Variable forma de desarrollo de la comunidad a través del humedal				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pesca	15	17,4	17,4
	Cultivo y Pesca	4	4,7	22,1
	Turismo	60	69,8	69,8
	Pesca y Turismo	3	3,5	95,3
	Ninguno	4	4,7	100,0
	Total	86	100,0	100,0

Gráfico. 4. 18. Variable forma de desarrollo de la comunidad a través del humedal.



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

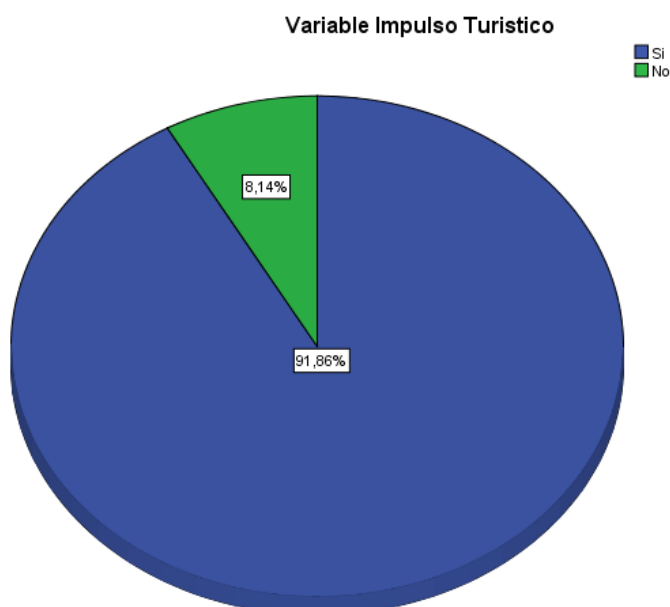
Satisfactoriamente los moradores si piensan que el turismo pueda ayudar al desarrollo de la comunidad ya que si aumenta la llegada de turistas generarían divisas a todos prestadores de servicio que hay se encuentren desde el dueño de un restaurante hasta el propietario de una tienda.

Cuadro 4. 16. Variable impulso turístico.

4. Piensa usted que al mantener el humedal la Segua, impulse el turismo en su comunidad?

Variable Impulso Turístico				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	79	91,9	91,9
	No	7	8,1	100,0
	Total	86	100,0	100,0

Gráfico. 4. 19. Variable de impulso turístico.



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

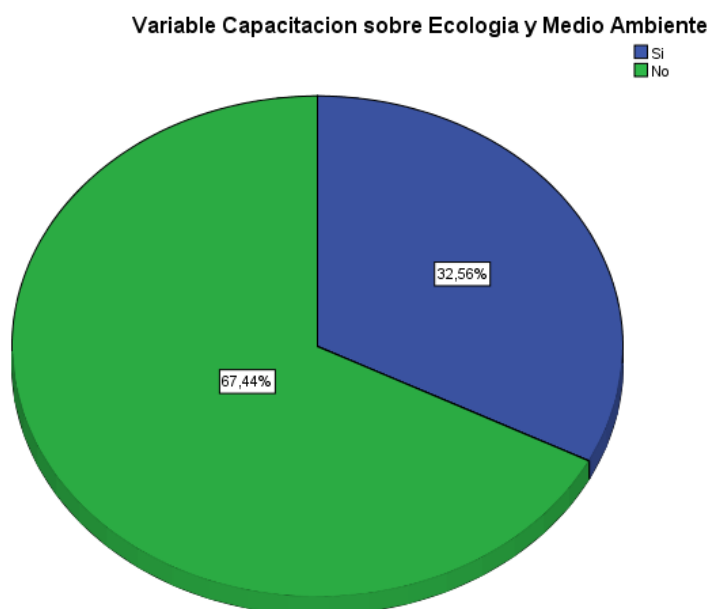
El 91,06% dijo que se impulsaría el turismo si se mantuviera en buen estado el Humedal, ya que actualmente el humedal se encuentra contaminado y sobre explotado por la pesca y la agricultura y si se tomaran medidas al respecto mejoraría la situación y atraerían a más turistas y visitantes puesto que las últimas tendencias de turismo se enfocan a la naturaleza.

Cuadro 4. 17. Variable Capacitación sobre Ecología y Medio Ambiente

5.- ¿Ha recibido usted alguna capacitación sobre la importancia ecológica del humedal la Segua?

Variable Capacitación sobre Ecología y Medio Ambiente				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	28	32,6	32,6
	No	58	67,4	100,0
	Total	86	100,0	100,0

Gráfico. 4. 20. Variable capacitación sobre ecología y medio ambiente.



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

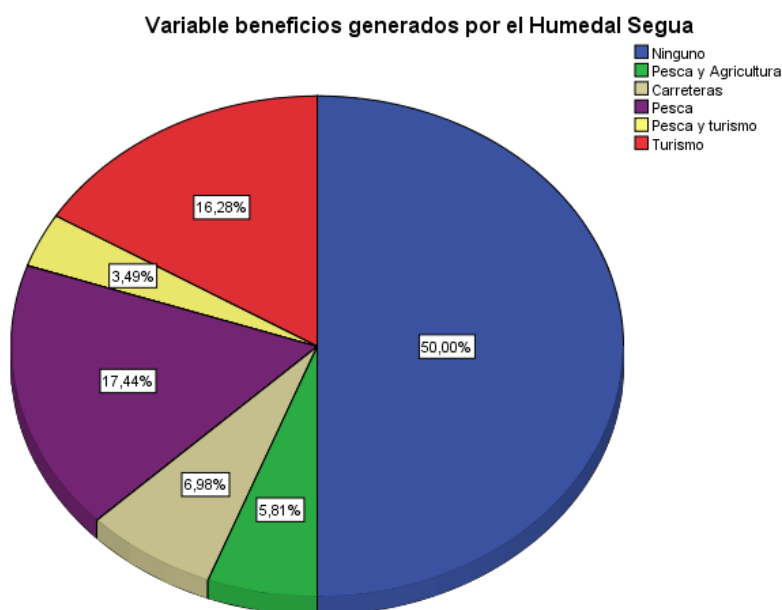
La mayoría de los pobladores pese a que se han dado unas cuantas capacitaciones en las comunidades acerca del Humedal informaron que no han recibido puesto que no les interesa este tipo de capacitaciones ya que este recurso es privado y piensan que no los beneficiaría en nada.

Cuadro 4. 18. Variable beneficios generados por el Humedal Segua

6.- ¿Qué beneficios ha generado el humedal la Segua para la comunidad, hasta ahora?

Variable beneficios generados por el Humedal Segua				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguno	43	50,0	50,0	50,0
Pesca y Agricultura	5	5,8	5,8	55,8
Carreteras	6	7,0	7,0	62,8
Válidos Pesca	15	17,4	17,4	80,2
Pesca y turismo	3	3,5	3,5	83,7
Turismo	14	16,3	16,3	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Gráfico. 4. 21. Variable beneficios



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

El 50% de la población encuestada dijo que el beneficio que ha generado el Humedal la Segua ha sido ninguno, puesto que como el recurso es privado los únicos beneficiarios son los propietarios, del otro 50% los que más destacan son el beneficio de la pesca y el turismo respectivamente.

Cuadro 4. 19. Variable Interés sobre capacitaciones

7.- ¿Le gustaría recibir capacitación sobre turismo y medio ambiente para el desarrollo y mantenimiento del humedal la Segua?

Variable Interés sobre capacitaciones				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	78	90,7	90,7
	No	8	9,3	100,0
	Total	86	100,0	100,0

Gráfico. 4. 22. Variable interés sobre capacitaciones.



Fuente: Elaboración por los autores.

Análisis:

Los resultados que arrojaron las encuestas sobre el querer capacitaciones para el mantenimiento y el desarrollo del Humedal la Segua, satisfactoriamente fue de un 90.70% ya que todos los moradores están interesados en proteger y cuidar este recurso para beneficios futuros como lo sería la actividad turística.

4.1.3.3 ENTREVISTAS

Para conocer el criterio de los propietarios acerca del atractivo que poseen como es el Humedal la Segua y su conducta frente a dicho recurso se elaboró

una entrevista con 12 preguntas resumidas a continuación. De igual forma se realizó la entrevista a las autoridades del Cantón con un formato de preguntas diferentes estas para conocer sus criterios acerca del turismo en el Humedal La Segua como profesionales en turismo, Medio Ambiente y autoridades competentes.

4.1.3.3.1. ENTREVISTAS A LOS PROPIETARIOS DEL HUMEDAL LA SEGUA

Los propietarios del Humedal La Segua son 30 familias aproximadamente de las cuales solo se entrevistó a 10 propietarios y estos fueron los resultados que arrojaron: La mayoría de los propietarios pertenece al sexo masculino con un porcentaje aproximado de un 75%, todos los propietarios pasan los 30 años de edad, y en el ámbito educativo el sexo masculino llegó a culminar la primaria mientras el sexo femenino avanzó en su formación académica y en su gran mayoría terminó el bachillerato unas con el deseo de obtener un título de 3er nivel.

En lo que corresponde a tenencia de tierras los propietarios poseen un mínimo de 8 hectáreas y un máximo de 60 hectáreas, utilizando el terreno en actividades agrícolas, ganaderas y pesquera siendo esta última la que más acogida tiene pues es la que más ingresos genera, un punto negativo que causa esta actividad es la sobre explotación de la pesca y el uso inadecuado de las herramientas como lo es el trasmallo, que afecta la fauna especialmente de las aves acuáticas pues estas quedan atrapadas provocando su muerte.

Se constató con la entrevista que los propietarios no saben realmente lo que es un humedal y la verdadera importancia biológica que este tiene, ya que para ellos el humedal solo es una fuente de pesca y de almacenamiento de agua para el riego de cultivos e incluso hay propietarios que desean que se seque el Humedal para dedicarlo netamente a la ganadería, algo realmente inquietante ya que el humedal tiene una categoría internacional pues es un sitio Ramsar.

Sin embargo y como un punto positivo la mayoría de los propietarios si estarían dispuestos a recibir capacitaciones de medio ambiente y de turismo sobre todo si se da en la comunidad. También les gustaría a la mayoría de propietarios involucrase en el ámbito turístico prestando servicio de hospedaje y

restauración los cuales se han dado en varias ocasiones, pues ellos saben que el turismo que el turismo genera ganancias económicas y sobre todo si el segmento de producto está dirigido a turistas internacionales.

4.1.3.3.2. ENTREVISTAS A LAS AUTORIDADES DONDE SE ENCUENTRA EL HUMEDAL LA SEGUA.

Las entrevistas fueron realizadas a las autoridades de turismo y medio ambiente del municipio de Chone y al Presidente de la Junta parroquial de San Antonio Chone.

Todas las autoridades entrevistadas dieron su punto de vista acerca del turismo del cantón y la parroquia donde se encuentra el atractivo, los cuales piensan que el turismo está en vías de desarrollo ya que falta un plan de marketing por parte del municipio y emprendimientos turísticos en la zona que rodea el Humedal. Ya que las medidas que se deben de tomar para el desarrollo turístico sería la difusión local, nacional e internacional, con proyectos sustentables para su desarrollo turístico y ambiental.

Las falencias que las autoridades identificaron en el humedal La Segua son: falta de guías naturalistas, falta de compromisos con los moradores, desinterés de sus propietarios, limpieza del sendero, infraestructura deteriorada, deficiencia al brindar un servicio turístico pues esto repercute significativamente a la visita de turistas al humedal.

Según el criterio de las autoridades el turismo en el humedal la Segua no contribuye a la economía local ya que no genera ni divisas ni empleo a la comunidad solo a los propietarios que están inmersos en la actividad turística.

4.1.4. INVENTARIO DEL HUMEDAL LA SEGUA

Para la realización del inventario turístico del humedal La Segua, se utilizó la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador para la elaboración del inventario de recursos, que es un proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores, físicos, biológicos y culturales que posee el recurso.

El inventario dio como resultado una calificación de 55 puntos que coloca al humedal La Segua en jerarquía número 2.

En este inventario de recursos se tomó en cuenta el estado actual del mismo, su accesibilidad facilidades y se determinó lo que constituye el atractivo principal. Este inventario fué completo y exhaustivo, incluyó todos los recursos que pueden ser aprovechados para fines turísticos. El mismo se puede observar en el apartado de Anexos.

4.1.4.1. INVENTARIO DE AVES DEL HUMEDAL LA SEGUA

El inventario de aves del humedal la Segua, se tomó como referencia el documento “Inventario, Listado comentado y cuantificado de la población de aves de la Ciénega de la Segua, Manabí Ecuador” escrito por Bernabé López Lanús y Paola Gastezzi Aria y se puede observar en el apartado de Anexos.

4.1.5. MATRIZ DE LEOPOLD

La matriz de Leopold es una herramienta que se utiliza para conocer los impactos tanto negativos como positivos que se presentan en la naturaleza, habitat, ecosistema o lugar donde se realizará un proyecto

Entonces se hace necesario realizar dicha matriz para conocer los impactos que causaran una vez que el proyecto se inicie para tener medidas que minimicen al máximo los impactos negativos y fortalezcan al máximo los impactos positivos que este pueda tener. A continuación se muestra la matriz de Leopold y su resultado.

En el cuadro 4.25 se muestran los factores ambientales identificados con sus categorías e indicadores.

Cuadro 4. 205 Factores ambientales del Humedal La Segua

INDICADOR AMBIENTAL	CATEGORÍA
Humedal y laguna	BIÓTICO
Hábitats	
Aves	
Reptiles	
Especies acuáticas	FÍSICO
Calidad del agua	
Usos del agua	
Recursos paisajísticos	
Empleos/Ingresos	SOCIO-ECONÓMICO
Asentamientos humanos	
Demanda de bienes y servicios	
Accesibilidad	
Construcciones e infraestructura	
Accidentes/seguridad	

Fuente: Elaboración por los autores

Luego del proceso de identificación de los factores ambientales se procedió a elaborar el cuadro 4.26, que presenta las actividades a realizar dentro de la oferta propuesta en el humedal la Segua. Estas son las siguientes:

Cuadro 4. 21 Actividades turísticas propuestas en el Humedal la Segua

ACTIVIDADES PROPUESTAS
Caminatas
Observación de aves
Pesca deportiva
Recorrido en canoa
Gastronomía
Senderismo
Fotografía

Fuente: Elaboración por los autores

Para evaluar cada una de las afectaciones que se presentan dentro del producto, es necesario indicar cuáles serán los niveles y las características que se deben evaluar, de esta manera se presenta el cuadro 4.27 donde constan los valores a considerar para la matriz general.

Cuadro 4. 22 Valores para evaluar los impactos

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Cuanto se ha alterado el ambiente?			Interesa la alteración producida?		
Calificación	Intensidad del indicador	Afectación al hombre	Calificación	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Temporal	Regional
8	Alta	Media	8	Media	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Nacional

Fuente: Elaboración por los autores

Se procede a describir el proceso que se realizó para la evaluación de los factores ambientales y las actividades de la oferta.

- 1.- Determinar para cada acción que elementos se afectan, esto se logra mediante el rayado correspondiente a la cuadrícula de integración.
- 2.- Determinar la importancia de cada elemento en una escala del 1 a 10.
- 3.- Determinar la magnitud de cada acción sobre cada elemento, en una escala de 1 a 10.
- 4.- Determinar si la magnitud es positiva o negativa.
- 5.- determinar cuantas acciones del proyecto afectan al ambiente, desglosándose en positivas y negativas.
- 6.- Agregación de los resultados para las acciones, aquí se multiplica la MAGNITUD x la IMPORTANCIA, respetando el signo de cada interacción (acción - factor ambiental).
- 7.-Determinar cuántos elementos del ambiente son afectados por el proyecto, desglosándolos en positivos y negativos.
- 8.- Agregación de los resultados para los elementos del ambiente.

Finalmente, los valores obtenidos deberán ser idénticos. Si el signo de este valor es **POSITIVO**, todo el proyecto para la etapa de análisis producirá un

BENEFICIO AMBIENTAL. Si el signo es **NEGATIVO**, el proyecto será **DETRIMENTAL**, y de ser necesaria su ejecución, deberán tomarse medidas de corrección o mitigación.

A continuación se refleja el cuadro 4.28 donde consta lo antes mencionado.

Cuadro 4. 23 Matriz de Leopold

Acciones		Caminatas	Observación de aves	Pesca deportiva	Recorrido en canoa	Gastronomía	Senderismo	Fotografía	A FEC. POSITIVA	A FEC. NEGATIVA	AGR. IMPACTOS
C. ambiental	Humedal y lagunas		-6 -12	-7 -35	-5 -10		2 2	1 9	2	3	-50
	Hábitats	-2 -4	-4 -8				2 4		1	2	-8
	Aves	4 4	-8 -40				-5 -15	4 20	2	2	-31
	Reptiles	2 2		-6 -12	2 4		-4 -12	4 20	3	2	8
FÍSICO	Especies acuáticas			-6 -30	2 10			2 2	2	1	-18
	Calidad del agua			-7 -14	-7 -42	-5 -15			0	3	-71
	Uso del agua				4 8	-5 -15	4 4		2	1	-3
	Recurso paisajístico	-1 -2	-5 -5	4 4	2 8		5 10	1 4	4	2	19
SOCIO-ECONÓMICO	Empleo/Ingresos	5 20	3 6	5 10	6 30	3 18	6 18		6	0	104
	Asentamientos humanos		-5 -5						0	1	-5
	Demanda de bienes y servicios	5 25	5 10	5 10	5 25	3 15	6 15		6	0	111
	Accesibilidad	4 24	2 10		1 5		2 8		4	0	47
	Construcciones e infraestructura	5 10	-4 -12		2 4	3 15	5 15		4	1	32
Accidentes/Seguridad	1 1		-5 -25	1 4		1 1		3	1	-19	
Afec. Positivas		7	3	3	9	3	9	5			116
Afec. Negativas		2	6	5	2	2	2	0			
Agru. Impactos		86	-56	-92	46	18	59	55	116		

Fuente: Elaboración por los autores

Después de hacer la evaluación de todos los impactos e identificar los de mayor valor se procede a elaborar el cuadro 4.29 de los resultados obtenidos.

Cuadro 4. 24 Principales impactos ambientales negativos

PRINCIPALES IMPACTOS AMBIENTALES			
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	POSITIVO / NEGATIVO	ETAPA DEL PROYECTO
Humedal y lagunas	Observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	-50	Operativo
Aves	Observación de aves, senderismo	-31	Operativo
Especies Acuáticas	Pesca deportiva, paseo en canoa	-18	Operativo
Calidad del Agua	Pesca deportiva, paseo en canoa	-71	Operativo

Fuente: Elaboración por los autores

En conformidad con estos impactos detectados, se procede a desarrollar el plan de manejo que se presenta a continuación:

4.1.5.1 ESTRATÉGIAS DE MITIGACIÓN

Se lo realiza para mitigar o prevenir todos aquellos impactos identificados con la matriz de Leopold, a través del desarrollo de programas con sus estrategias. Seguidamente se presentan los programas:

- 1) Programa de prevención y mitigación
- 2) Programa de manejo de desechos
- 3) Programas de relaciones comunitarias
- 4) Programa de seguridad y salud ocupacional
- 5) Programa de contingencias y emergencias ambientales
- 6) Programa de capacitación ambiental
- 7) Programa de reforestación
- 8) Programa de monitoreo ambiental.
- 9) Programa de seguimiento ambiental

Los cuales se encuentran en el apartado de anexos.

4.1.6. ANÁLISIS DAFO

En la siguiente matriz se describe el análisis DAFO del humedal La Segua, esto se realizó con la técnica de observación de campo y entrevista a los moradores del lugar en especial a la guía naturalista del sendero “Los caimanes” del Humedal La Segua. Dicha matriz se encuentra en el apartado de Anexos.

Cuadro 4. 25 Matriz DAFO del Humedal La Segua

MATRIZ DAFO	
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia internacional • Riqueza natural y biológica • Ambiente adecuado para la producción de peces en la zona • Belleza paisajística • Atractivo turístico 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitas de científicos al lugar • Proyectos por parte de las universidades de la provincia • Control medio ambiental para los proyectos futuros • Políticas estatales • Nuevas tendencias de turismo
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deficiente promoción turística • Deficiente infraestructura básica • Deficiente apoyo por parte de las autoridades • Tala de arboles • Inadecuado uso de herramientas de pesca y cultivo. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problemas ambientales • Tendencias a la urbanización • Infraestructura que modifica el régimen hidrico • Especies introducidas • Fenómenos naturales

Fuente: elaboración de los autores

Entonces analizando la matriz dio como resultado lo siguiente:

PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL:

Si los problemas ambientales (amenaza principal) continua asechando a la organización y esta no es capaz de solucionar, el deficiente apoyo por parte de las autoridades (debilidad principal) ni siquiera con las Riquezas Naturales y biológicas (Fortaleza principal), se podría aprovechar al máximo las nuevas tendencias de turismo (Oportunidad principal).

SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL:

Si la organización soluciona el Deficiente apoyo por parte de las autoridades (Debilidad principal) y potencia al tope las Riquezas naturales y biológicas (Fortaleza principal), podría aprovechar al máximo las Nuevas tendencias de Turismo (Oportunidad Principal), para atenuar los efectos que provoca los Problemas ambientales (Amenaza Principal).

Entonces el cuadrante en que se ubica la matriz es: MAXI MAXI y por lo tanto las estrategias a investigar sobre el producto turístico objetivo de la investigación, son estrategias ofensivas.

Dando respuesta a la Solución estratégica general se evalúan primeramente las estrategias inherentes a la misma.

- Impulsar el apoyo por parte de las autoridades municipales y provinciales, para solucionar los problemas ambientales que el humedal La Segua posee, para así cuidar y conservar las riquezas naturales y biológicas que este guarda y de tal forma poder acapar las nuevas tendencias que se están dando en el turismo enfocándose en el turismo sostenible y sustentable.
- Gestionar por medio del municipio proyectos que disminuyan los problemas ambientales que se dan alrededor del Humedal La

Segua, para evitar el desgaste de su riquezas naturales y biológicas y así aprovechar al máximo el turismo de naturaleza.

Despues se evaluan las estrategias como resultado de la aplicación de la matriz.

- Promover el turismo científico hacia el Humedal la Segua, teniendo en cuenta la importancia internacional, a través de agencias de viajes que auspicien este segmento de mercado.
- Aprovechar la producción de peces en el Humedal para realizar la actividad de pesca deportiva que en los últimos años ha causado un auge en lo que al turismo de naturaleza se trata.
- Insentivar a las universidades de la provincia para involucrarse con proyectos que ayudene a desarrollarse como atractivo turístico el humedal La Segua.
- Fortalecer los controles medio ambientales que se realizan en los proyectos futuros alrededor del humedal para así mantener las riquezas naturales y biológicas y evitar su deterioro.
- Aprovechar las nuevas tendencias de turismo para promocionar la belleza paisajística y el entorno natural que tiene el humedal, para el beneficio socioeconómico de la zona.
- Aprovechar la visita de científicos al lugar para posicionar al Humedal La Segua como un atractivo turístico de Naturaleza.

4.2. SEGUNDA FASE.- DISEÑO DE PRODUCTO Y DISEÑO DEL MARKETING MIX

4.2.1 DISEÑO DEL PRODUCTO

La creación de un producto turístico en el humedal la Segua incluye actividades que involucren a las personas con la naturaleza para el conocimiento y disfrute

de su ecosistema y generando conciencia para el cuidado del mismo. Teniendo en cuenta el apoyo de la comunidad y trabajar mancomunadamente con el fin del desarrollo turístico del Humedal la Segua.

4.2.1.1 DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PRODUCTO

- Aprovechar el potencial de los recursos naturales y culturales en el humedal la Segua para dar a conocer a los turistas el valor natural que este ecosistema encierra y así ayudar al desarrollo socioeconómico del lugar.
- Incentivar a las comunidades que rodean al humedal para el desarrollo de nuevas actividades económicas que no atenten con el ecosistema del humedal, como lo es la práctica del turismo sostenible y sustentable.
- Fortalecer la actividad turística en el humedal para su posicionamiento como oferta turística de naturaleza.

4.2.1.2 DEFINICIÓN DE ATRIBUTOS

Es un producto turístico donde los visitantes, turistas o excursionistas estarán en contacto directo con el ecosistema, la cultura y la historia que en el encierra, los turistas realizarán actividades recreativas y de aprendizaje como son: guianza por el sendero los caimanes y charlas en la cabaña de interpretación, observación de aves por medio de binoculares en la torre de observación, paseo en bote, realización de toma fotográficas y degustación del plato estrella del lugar “El Chame”.

4.2.1.3 CONCEPTO Y NOMBRE DEL PRODUCTO “LA SEGUA LAGUNA DE AVES Y CHAMES”

El producto de turismo de naturaleza en el Humedal La Segua está integrado por elementos naturales y culturales, e involucra actividades como la observación de aves, paseo en bote, senderismo, charlas educativas, y degustación de comida típica de la zona, está enfocado en vincular al turista con la naturaleza y dar a conocer las cualidades de un ecosistema tan vasto como es el humedal que año a año alberga cientos de aves migratorias

algunas en peligro de extinción y con vulnerabilidad tanto en el Ecuador como en otras partes del mundo.

4.2.1.4 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- Como la mayoría de productos turísticos el Humedal La Segua ofrece a sus visitantes: actividades enfocadas a la naturaleza, guías, restauración y hospedaje (en algunos casos).
- El producto está conformado por un entorno natural adecuado para las nuevas tendencias de turismo que en la actualidad se están dando.
- Está situado en una zona muy específica que brinda para el deleite del turista un majestuoso paisaje, que invita a ser visitado y conocido a fondo, puesto que da albergue a cientos de vidas silvestres.

4.2.1.5 ESTRATEGIAS PARA EL PRODUCTO

- Creación de logotipo y slogan
- Creación de un Guión Turístico

4.2.1.6 DESCRIBIR EL CRONOGRAMA DE ITINERARIO

El cronograma de itinerario es donde se presenta de forma detallada y ordenada cada una de las actividades que los turistas realizan antes durante y después de su visita al atractivo como es horarios, paradas, precios, comidas, guías y hospedaje

Cuadro 4.31. Itinerario y Cronograma de Actividades.

HUMEDAL LA SEGUA CRONOGRAMA E ITINERARIO	
Caminata guiada	Sendero los caimanes
Recorrido en canoa	Observación de aves en el humedal
Alimentación	Desayuno típico, almuerzo, break
Practica de deporte acuático	Pesca deportiva

Hospedaje	Opcional
COSTO POR PAX \$ 39.73 COSTO EN BASE A 12 PAX.	
EL COSTO INCLUYE.	
Guía naturalista	\$ 10
Trasporte	\$ 10
Alimentación	\$ 12
Recomendaciones	
Camisa manga larga, Jeans cómodos, zapatos deportivos, gorro, repelente, bloqueador solar, agua y cámara fotográfica.	

Fuente: Elaboración por los autores

Cuadro 4.32.Itinerario 1

HORARIO DE LAS ACTIVIDADES A REALIZARCE			
Actividad	Hora del inicio	Hora del finalización	Descripción
Desayuno	07:35	08:10	Desayuno típico sito "San Andrés"
Recorrido sendero los caimanes	08:20	09:00	Caminata por el sendero de 600m, actividad en la cabaña de interpretación.
Recorrido en canoa	09:05	11:30	Observación de aves acuáticas y terrestres.
Torre de observación	11:35	12:14	Observación de todo el humedal desde el mirador.
Almuerzo	12:20	13:30	Degustación del plato estrella chame frito (opcional) o comida típica manabita
Descanso	13:35	14:00	
Pesca deportiva	14:05	16:00	Pesca de tilapia o Chame En el humedal.
Break	16:05	16:35	Bocadillos típicos de la provincia
Coctel	17:00	17:30	Coctel de despedida y traslado a la ciudad de Chone

Fuente: Elaboración por los autores

Cuadro 4.33. Itinerario 2

HORARIO DE LAS ACTIVIDADES A REALIZARSE			
Actividad	Hora/I.	Hora/F.	Descripción
Desayuno	07:35	08:10	Desayuno típico sito "San Andrés"
Recorrido sendero los caimanes	08:20	09:00	Caminata por el sendero de 600m, actividad en la cabaña de interpretación.
Recorrido en canoa	09:05	11:30	Observación de aves acuáticas y terrestres.
Pesca deportiva	11:35	12:14	Pesca deportiva, los turistas podrán consumir lo que hayan pescado como parte del almuerzo.
Almuerzo	12:20	13:30	Degustación del plato estrella chame frito (opcional) o comida típica manabita.
Descanso	13:35	14:00	
Torre de observación	14:05	16:00	Observación del humedal desde el mirador
Break	16:05	16:35	Bocadillos típicos de la provincia
Merienda	18:30	19:14	Degustación de la tilapia
Fogata	20:30	21:45	Fogata de integración (chigualos, historias típicas de la campaña manabita)
Camping	22:00	6:00	
Desayuno	06:30	07:30	Desayuno manabita bollos de chame (opcional)
Traslado hacia la isla	07:30	08:15	Traslado y llegada a la Isla
Llegada a la isla corazón	08:15	08:45	Recibimiento por parte de Guías y Charlas acerca de la Isla corazón.
Paseo fluvial	8:45	12:00	Observación de aves, recorrido por el manglar
Almuerzo	12:00	13:30	Almuerzo típico de la costa Ecuatoriana
Despedida	13:30	14:30	Despedida por parte de los guías de la Isla Corazón
Traslado hacia el Humedal	14:30	15:15	Traslado y llegada hacia el Humedal
Despedida y traslado hacia la ciudad de Chone	15:15	16:15	Despedida por parte de la guía del Humedal la Segua.

Fuente: Elaboración por los autores

4.2.2. DISEÑO DEL MARKETING MIX

4.2.2.1 PRECIO

Para establecer el precio del producto fue necesario contar con el criterio de los visitantes y la manera de saberlo es mediante la aplicación de la encuesta, el mismo que se fija en relación a las opiniones de los posibles visitantes donde afirma que están dispuestos a pagar un mínimo de \$20,00 y un máximo de \$50.00 por una oferta que incluya todos los servicios.

Costeo de un paquete de 8 pax por 1 día:

COSTEO 8 PAX POR 1 DIA			
Guía	C.V	\$ 80	por día
Transporte terrestre	C.V	\$ 80	por 1 días
Alimentación	C.F	\$ 96	por 1 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 10	por 1 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V =	\$ 160
		C.F =	\$ 106
		P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
		P.T.O =	\$ 292,60
		P.T.O. + 10% UTILIDAD	292,6+ 29,26
		P.V.P. =	\$ 321,86
		P.V.P. =	\$ 40,23

Costeo de un paquete de 8 pax por 2 días:

COSTEO 8 PAX POR 2 DIA			
Guía	C.V	\$ 80	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 160	por 2 días
Entrada al área	C.V	\$ 80	
Alimentación	C.F	\$ 176	por 1 días
Alojamiento Guía	C.F	\$ 5	
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 20	por 1 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V =	\$ 320
		C.F =	\$ 201
		P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)

P.T.O =	\$ 526,21
P.T.O. + 10% UTILIDAD	526,21+52,62
P.V.P. =	\$ 578,83
P.V.P. =	\$ 72,35

Costeo de un paquete de 12 pax por 1 día:

COSTEO 12 PAX POR 1 DIA			
Guía	C.V	\$ 120	por días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 1 días
Alimentación	C.F	\$ 144	por 1 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 10	por 1 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V =	\$ 240
		C.F =	\$ 154
		P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
		P.T.O =	\$ 433,40
		P.T.O. + 10% UTILIDAD	433,40+43,34
		P.V.P. =	\$ 476,74
		P.V.P. =	\$ 39,73

Costeo de un paquete de 12 pax por 2 días:

COSTEO 12 PAX POR 2 DIA			
Guía	C.V	\$ 120	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Entrada al área	C.V	\$ 120	
Alimentación	C.F	\$ 264	por 2 días
Alojamiento	C.F	\$ 60	por 2 días
Alojamiento del Guía	C.F	\$ 5	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 20	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V =	\$ 360
		C.F =	\$ 349
		P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
		P.T.O =	\$ 779,90
		P.T.O. + 10% UTILIDAD	779,90+77,99
		P.V.P. =	\$ 857,89
		P.V.P. =	\$ 71,49

4.2.2.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRECIO

- El precio del producto es accesible a todos los niveles socioeconómicos de los visitantes y turistas que han realizado la encuesta, y así todos tienen la oportunidad de conocer y disfrutar de un recurso con un gran potencial biológico y natural.
- El precio del producto expresa la calidad y la cantidad de servicios prestados por parte de la guía Naturalista y de los prestadores de servicios turísticos.

4.2.2.1.2 ESTRATÉGIAS PARA EL PRECIO

- Establecer precios acorde a los resultados que dieron las encuestas de los visitantes, esto como parte del estudio de mercado.
- Mantener el precio de acuerdo a los valores referenciales de los demás productos turísticos semejantes y cercanos al atractivo.

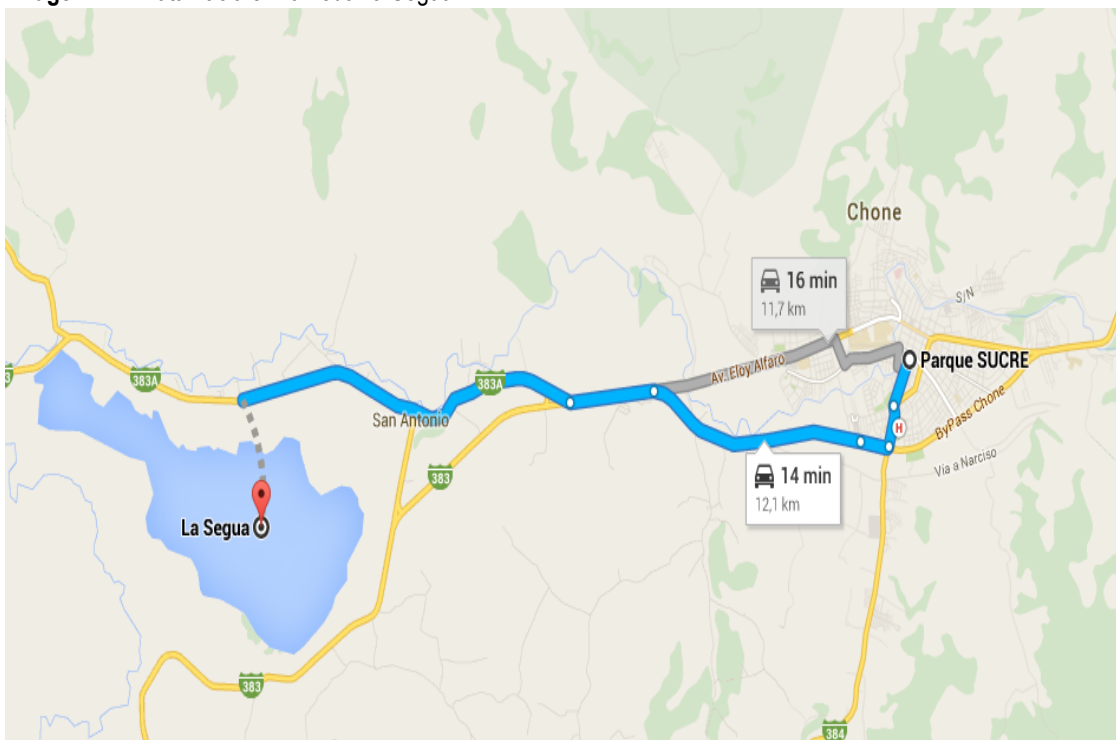
4.2.2.2 PLAZA

Es el área geográfica donde se va a distribuir, promocionar y comercializar el producto turístico, con la finalidad de estar al alcance de las turistas interesados en las nuevas tendencias de turismo en especial el turismo de naturaleza, entonces nuestra plaza estaría situada en puntos estratégicos de la provincia de Manabí.

4.2.2.2.1. ESTRATÉGIAS PARA LA PLAZA

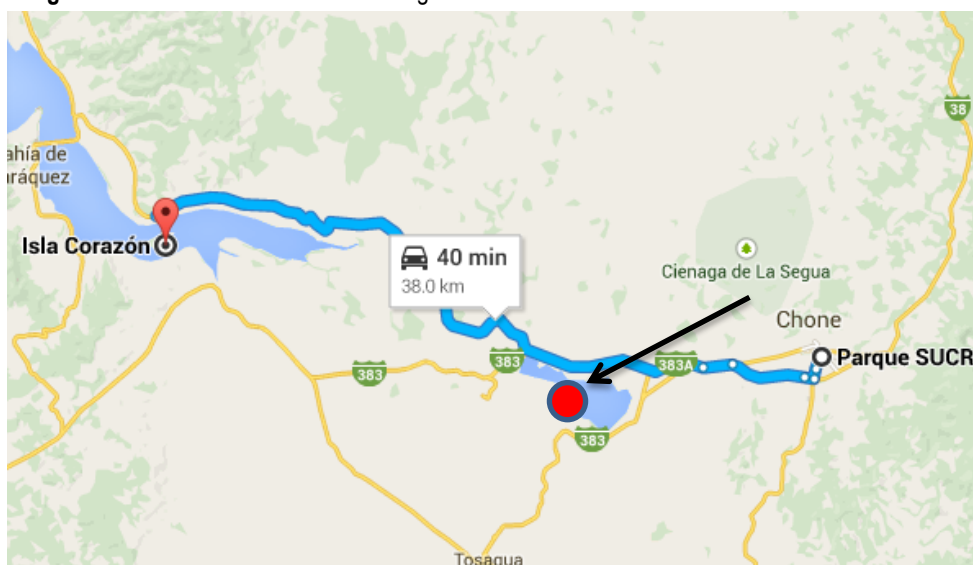
- Generar confianza en las diferentes agencias de viaje y tour operadores
- Garantizar la correcta prestación de los servicios turísticos.
- Planificar la distribución especialmente en las temporadas altas para difundir el producto.

Imagen 4. 2. Ruta hacia el Humedal la Segua.



Fuente: Elaboración por los autores

Imagen 4. 3. Ruta hacia el Humedal la Segua e Isla Corazón



Fuente: Elaboración por los autores

4.2.2.2.2. SELECCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Mediante los canales de distribución, como las agencias de viajes y Tour operadores como: Ceibos tour, Manaviaje, Aventura Travel y Metropolitan touring, se puede comercializar el producto turístico ya que dichas empresas

trabajan con productos similares permitiendo así llegar de una forma más rápida a los posibles clientes.


4.2.2.3 PROMOCIÓN

La promoción es la acción de comunicar a los futuros clientes potenciales los servicios y actividades que ofrece un producto. Esta permite la trasmisión a través de los medios de comunicación tales como radio, televisión, prensa escrita, ferias, revistas turísticas, folletos y sitios web que es en la actualidad el mayor medio de difusión para vender un producto (redes sociales).

4.2.2.3.1 ESTRATÉGIAS DE LA PROMOCIÓN

- Dar a conocer las características del producto y los servicios que allí se prestará con el fin de incentivar a visitar el lugar y el consumo de los servicios por medio de una página web y redes sociales como también en las radios de mayor audiencia de la provincia y en los canales de televisión de la provincia como Manavisión y Oro mar tv.
- Elaborar un logotipo con su propio slogan para posicionarlo en la mente de las personas y futuros clientes.
- Participar en ferias y eventos turísticas como: la feria de turismo internacional FITE con sede en Guayaquil la cual se realiza cada año con aproximadamente 3 días de duración y Eventos turísticos y culturales como los que ofrece el Señor Eumeni Candelario Álava en su propiedad “Quinta Colina del Sol”.
- Elaborar trípticos con la información más sobresaliente del atractivo con el fin de que el visitante conozca más a fondo el lugar y cree conciencia turística.
- Diseñar artículos tales como: jarros, gorras, camisetas, bolsos, lapiceros llaveros y stickers para ganar posicionamiento en el mercado.

Cuadro 4.34. Logotipo y slogan del producto

Logotipo y Slogan	Descripción
	<p>LAGUNA, SOL, AVES, CHAME, GARZA.</p> <p>Estos elementos conforman el paisaje del humedal la Segua, siendo estos componentes la atracción para los turistas.</p>

Fuente: Elaboración por Breily Justher Monegro Naranjo

Imagen 4. 4 Triciclo del Humedal La Segua

RECOMENDACIONES

- Ropa cómoda
- Zapatos deportivos
- Gorra
- Repelente
- Bloqueador solar
- Cámara fotográfica

SERVICIOS QUE OFRECEMOS

El humedal ofrece el servicio de guía turístico, transporte, restauración y si desea el cliente también se realiza el servicio de hospedaje estilo camping si desea en el al aire libre o en una acogedora cabaña con capacidad para 12 personas.

LA SEGUA
Laguna de Aves y Chames

ecuador
ama la vida

Ramsar

SITIO RAMSAR
DESDE EL 2000

LA SEGUA

El humedal la Segua se encuentra en la provincia de Manabí, parroquia San Antonio del cantón Chone, Aproximadamente a 3 Km de la Parroquia San Antonio y a 11.5 km al suroeste de la ciudad de Chone, el humedal tiene una altitud de 5 m.s.n.m y una extensión de 1.745 hectáreas las cuales se dividen en aguas abiertas, llanura de inundación y parches de lechuguines. Durante la estación lluviosa, puede llegar a tener una profundidad promedio en ciertos lugares de 5.5 m. En la época seca la llanura de inundación llega hasta una profundidad media de 67 cm.

Es parte de la Convención desde el 7 de junio del 2000 con el número de humedal 1.028. Su importancia reside en su densa población de aves acuáticas que se refugian en este sitio, contribuyendo a una gama de biodiversidad de flora y fauna las cuales se constituyen en: 164 especies de aves divididas en 22 migratorias y 63 acuáticas. El humedal alberga regularmente un elevado número de dichas especies (más de 50000 individuos) y 12 especies de peces, en la cual se destaca la especie nativa llamada chame, una especie introducida llamada tilapia *Oreochromis Mozambica*, 2 especies de camarón de río como también una especie tortugas del género *Chelvdra*.

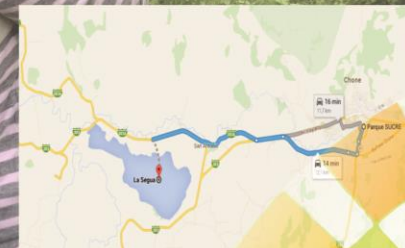
ACTIVIDADES TURÍSTICA

Las actividades a realizarse en el Humedal La Segua son: Senderismo por un camino de 600 m, observación de aves en la torre de observación, paseos en canoa por gran parte del humedal, y pesca deportiva.



COMO LLEGAR

Las rutas de transporte que van hacia el Humedal la Segua son las siguientes:
Costa norte, coactur desde Portoviejo a Pedernales cada 30 minutos
Coop. Flavio Alfaro desde Chone a San Isidro cada 30 minutos. Y Reina del Camino desde Chone hasta San Isidro de 6am a 13pm.



4.3. TERCERA FASE RETROALIMENTACIÓN

Esta última fase del proyecto tiene mucho que ver con la prestación del servicio turístico, pues se procederá a mantener un control del servicio para luego determinar las falencias y después dar soluciones a los requerimientos, este proceso siempre estará en permanente control, para enfocar el producto turístico hacia la completa satisfacción del cliente.

4.3.1. ESTRATEGIAS PARA LA RETROALIMENTACIÓN

Estrategías nivel crecimiento

- Las estrategias de producto serán enfocadas a controlar más de cerca el funcionamiento del producto, se comienza a sopesar los riesgos de su desarrollo, y a una mejor caracterización del segmento de mercado seleccionado
- Las estrategias en cuanto a precios estarán orientadas a la optimización de los costos y el logro del balance de la relación precio calidad.
- La estrategia de distribución se encamina a la identificación de niveles jerárquicos y el fortalecimiento del canal desarrollado. Las estrategias de comunicación se encauzarán a continuar con la utilización de publicidad y relaciones públicas, a partir de los instrumentos seleccionados

Estrategias nivel desarrollo

- Mejora del producto existente, lanzamiento de nuevas alternativas para perfeccionar la oferta, mejora de la calidad, valores añadidos al producto, ajustar el producto a los cambios en la demanda o captar nuevos nichos de mercado y hacer frente a las acciones de la competencia, enfocadas a posicionar en la mente del mercado meta las nuevas ventajas competitivas del producto turístico diseñado.
- El precio deberá incorporar en su estrategia nuevas alternativas de acuerdo con las modificaciones en función de los cambios en el

producto y los precios diferenciados de acuerdo con los segmentos de mercado definido

- La distribución del producto basa su estrategia en la búsqueda de nuevos canales, sin descuidar las relaciones con los miembros del canal que hasta ese momento se alcanzó.
- La estrategia de comunicación debe hacer énfasis en las variables de relaciones públicas y promocionales, de forma tal que se pierda la cuota de mercado alcanzada hasta el momento, y se logre la fidelización del canal de distribución y del cliente.

4.3.2. ACCIONES

- Elaborar una ficha de quejas y sugerencias para que el visitante dé a conocer su descontento u opinión acerca del servicio.
- Elaborar un registro de asistencia por mes para calcular la cifra esperada de visitantes.
- Plantear un cuadro de indicadores, para el control de la calidad del producto.
- Crear una ficha para medir el impacto ambiental generado por la actividad turística.
- Evaluación y capacitación del personal mínimo una vez al año.
- Estudio de relación precio calidad del producto.
- Estudio y evaluación de canales de distribución necesarios y suficientes para el logro de la comercialización.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Mediante la técnica hilo conductor se estructuraron los diferentes conceptos que rigen el tema diseño de un producto turístico, los mismos que proporcionaron información adecuada para el desarrollo de la investigación y enriquecieron más los conocimientos impartidos en clases.
- Se diseñó un procedimiento metodológico en base a las 4 metodologías consultadas se analizaron se compararon se extrajo lo más relevante de cada una para así sintetizarla creando una metodología que abarque más el tema de estudio.
- El producto turístico de naturaleza es ambientalmente viable pues los resultados de la matriz Leopold arrojaron resultados favorables para su creación, otro elemento relevante es que el atractivo se encuentra en una zona accesible, y presenta servicios turísticos básicos y una infraestructura adecuada, conformando así un producto completo para satisfacer las necesidades de los turistas.
- Se constató mediante las entrevistas a los propietarios que el 90% estaría dispuesto a prestar algún tipo de servicio turístico como el de hospedaje y restauración los cuales se han prestado en varias ocasiones, esto demuestra la disponibilidad que tienen los propietarios para vincularse en la creación de un producto turístico sostenible.
- Existe interés por parte de las autoridades cantonales y parroquiales en preservar el ecosistema del Humedal y desarrollarlo turísticamente es decir todos los actores sociales están de acuerdo con el diseño de un producto turístico ya que lo consideran importante pues ayudaría al desarrollo de la comunidad.

RECOMENDACIONES:

- A la Carrera de Ingeniería en Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” que diseñen proyectos complementarios al producto turístico del humedal La Segua y de esta forma se pueda trabajar mancomunadamente para el desarrollo del atractivo y las comunidades aledañas.
- Que se socialise este proyecto de diseño con las autoridades competentes de los Cantones Chone y Tosagua, el Consejo provincial de Manabí y Ministerio de turismo para hacer realidad este proyecto y así poder incrementar un producto de alta calidad en la oferta turística de la provincia.
- A la Junta Parroquial de San Antonio, que gestione programas de capacitación sobre temas relacionados al cuidado del medio ambiente e importancia ecológica del humedal la Segua, a la población de la parroquia y comunidades donde se encuentra el atractivo para que conozcan las riquezas que poseen y así crear un empoderamiento como parte fundamental para el desarrollo del sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Agraz, C; Benítez, D; Flores, F. 2005. Creación y Restauración de ecosistemas de manglar: Principios Básicos. Pag. 1. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible:<http://www1.inecol.edu.mx/costasustentable/esp/pdfs/VOLIII/S ECCIONVII/CreacionYRestauracionDeEcosistemas.pdf>
- Alcaraz G., Bojorge. M., Carmona, J., Collado L. 2013. El gran desafío de los seres vivos en ecosistemas fluviales, Revista de cultura científica, facultad de Ciencias, Universidad Nacional Autónoma de México. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible en: <http://www.revistacienciasunam.com/es/145-revistas/revista-ciencias-107-108/1172-el-gran-desaf%C3%ADo-de-los-seres-vivos-en-ecosistemas-fluviales.html>
- Ama la vida tv. 2013 Ecuador Premio Mejor Destino Natural/ Ecuador como destino de naturaleza (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. (HTM) Disponible en <http://www.amalavida.tv/noticias/ecuador-premio-mejor-destino-natural>
- ANDES. 2014. Ecuador recibe premio como 'Destino Verde Líder del Mundo 2014' / Ecuador destino de naturaleza. Agencia pública de noticias del Ecuador y Suramérica (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. (HTM) Disponible en: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-recibe-premio-destino-verde-lider-mundo-2014.html>
- Ascano, A. 2010. El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes? Universidad de La Laguna El Sauzal (Tenerife), España. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 8, núm. 4, octubre, 2010, pág. 633-641
- Asociación Internacional de pesca deportiva. 2007. Reglamento Internacional para la pesca deportiva. (En línea). Formato PDF. Consultado 15 de jun. 2015. Disponible en https://www.igfa.org/images/uploads/files/IGFA%20International%20Angling%20Rules_Spanish.pdf
- Barbosa, M. 2007, La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural. Caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander, Revista Escuela de Administración de Negocios, Universidad EAN, Colombia. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015 Disponible: <http://www.redalyc.org/pdf/206/20606006.pdf>
- Barba, E. Rangel, M, Ramos, R. 2006. Clasificación de los humedales de tabasco mediante sistemas de información geográfica. Clasificación de los humedales. Tabasco. México. Pag. 102 (En línea). Consultado. 1 de

Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en <http://www.universidadyciencia.ujat.mx/sistema/documentos/volumenes/2-2-2006/1-250.pdf>.

Bermúdez, F. 2006. Instituto Nacional de Aprendizaje Núcleo de Turismo Subsector Servicios Turísticos, Material Didáctico Módulo de Formación Generalidades Del Turismo, San José, Costa Rica. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF.

Bigné, J y Andreu, L. 2008. Investigación internacional en Marketing turístico: análisis de contenidos de temas y metodologías. Universidad de Valencia-España. Revista Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 6 (3): pág. 391-398.

Bodero, A; Robadue, D.1995. Estrategia para el manejo del ecosistema de manglar en el Ecuador. Emilio Ochoa. Guayaquil, Ecuador. M. pag. 251.

Bolaños, E. 2012. Muestra y Muestreo. Estadística para el desarrollo metodológico. Universidad autónoma del estado de Hidalgo Escuela superior de Tizayuca. México. En línea. Consultado el 4 de junio del 2015. Disponible en: http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf

Bourlon, Fabien, Mao Pascal, Osorio Mauricio 2011, El turismo científico en Aysén: un modelo de valorización territorial basado en el patrimonio y actores locales, Universidad de Concepción Chile. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible: <http://www.redalyc.org/pdf/902/90226050004.pdf>

Castaño, M y Rivas, I. 2013. Herbazales. Institución educativa colegio Loyala-Medellín. (En línea). Consultado 15 jun. 2015. Disponible en <http://es.slideshare.net/miguelangelcastano90/herbazales-22098676>

Castellanos, C. 2007, Los ecosistemas de humedales en Colombia, Revistas científicas lunazul, Biólogo, Universidad Industrial de Santander, Especialista en Sistemas de Información Geográfica, Manizales Colombia. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible en: http://lunazul.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_content&task=view&id=171&Itemid=171

Cañada, E. Gascón, Jordi. 2007. Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica. En línea). Formato PDF. Consultado el 21 de junio de 2015. Disponible en: <http://www.albasud.org/downloads/142.pdf>

Clavijo, D. Buscán, V. 2012. El sector turístico en el Ecuador: evaluación macroeconómica y perspectivas de crecimiento. Tesis previa a la obtención del título de economista. Universidad de cuenca facultad de ciencias económicas y administrativas. Escuela de Economía. (En línea). Formato PDF. Consultado el 21 de junio de 2015. Disponible en:

<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fdspace.ucuenca.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F1038%2F1%2Fteco733.pdf&ei=SEmHVbKPFsehNvSkkpgE&usg=AFQjCNHd5MKTZADx0JAmOQdgEi5WKBjwiQ&bvm=bv.96339352,d.eXY>

Cereceda, N.2001. Antecedentes básicos sobre pesca deportiva en Chile. Desarrollo de productos. Departamento de Planificación Servicio Nacional de Turismo. (En línea). Formato PDF. Consultado 15 de jun. 2015. Disponible en <http://www.redturs.org/documentos/chile/poletu/pesca.pdf>

CICEANA, (Centro de información y comunicación ambiental de Norte América, A.c.). 2009. Funciones y Valores de los Humedales / conceptualización (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en <http://www.ciceana.org.mx/contenido.php?cont=239>

Consejo Nacional de la cultura y las artes, 2008, Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural y sustentable. Santiago de Chile. Chile. (En línea). Consultado. 5 de Febrero del 2014. Formato (PDF) Disponible en: <http://www.portalpatrimonio.cl/media/docs/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

Constitución Política del Ecuador 2008, Capítulo segundo, Derechos del Buen vivir, Sección Segunda Ambiente sano. Pag. 29.

Córdova, J. 2012. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia san Antonio del Cantón Chone provincia de Manabí, tesis Previo a la obtención del título de ingeniero en finanzas, Universidad Central del Ecuador Facultad de Ciencias económicas, Escuela de estadísticas y finanzas carrera de finanzas. En línea. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014, Formato PDF. Disponible <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/945/1/T-UCE-0005-159.pdf>

Curt, M. 2012. Fitodepuración en humedales. Conceptos generales / Los Humedales (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en http://www.ciencias-marinas.uvigo.es/bibliografia_ambiental/outros/Manual%20de%20fitodepuracion/Capitulos%205.pdf

Donaire, J. 2011. La imagen turística de Barcelona en la comunidad de Flickr /Fotografía (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39820898017.pdf>.

Drumm A; Moore A. 2002 Desarrollo del ecoturismo, introducción a la planificación Del ecoturismo (En línea). Formato PDF. Consultado 15 jun. 2015 Pag. 2-3. Disponible en <http://www.sendadarwin.cl/espanol/wp-content/uploads/2010/04/manual-desarrollo-del-ecoturismo-vol-1.pdf>

- ESQUEL. 2007. ESQUEL en la FITE a través de dos proyectos el 17 de septiembre del 2007. Diario digital. Quito. Ecuador. En línea. Consultado el 14 de enero del 2014. Disponible en: [Digitalhttp://www.hablemoslaplena.com/noticias-t-45.html?page=34&sort=](http://www.hablemoslaplena.com/noticias-t-45.html?page=34&sort=)
- Elosegi, A; Giorgi, A; Sabater, S. 2009. Conceptos y Técnicas en Ecología Fluvial, 1era edición, capítulo 1 pag. 26. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: http://www.fbbva.es/TLFU/microsites/ecologia_fluvial/pdf/cap_02.pdf.
- Empresa Pública para la Gestión del turismo y del deporte en Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. 2011. Análisis del Turismo en Camping en Andalucía. Balance año 2011. Formato PDF. Pág. 2-7
- Fernández, A., García, M., Villarroya, F. 2005. Propuesta de una clasificación de humedales para ser restaurados mediante operaciones de recarga artificial de acuíferos/ Funciones de los Humedales. En línea. Consultado el 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Página Web disponible en: <http://www.uax.es/publicacion/propuesta-de-una-clasificacion-de-humedales-para-ser-restaurados-mediante.pdf>
- Flores, C. 2012, Área Académica: Turismo, Elementos Fundamentales en la Actividad Turística, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Escuela Superior de Tizayuca, México. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos_fundamentales_en_la_actividad_turistica.pdf
- Funcia, C. et al.,. 2009. Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización. MEPROTUR. Ministerio de Turismo, Sistema nacional de profesionales del turismo. Cuba. Formato PDF.
- García, M. 2013. Clasificación funcional de los humedales ribereños. Madrid. (En línea). Universidad Alfonso X El Sabio. Revista de ciencia, tecnología y medio ambiente. Tecnología y Desarrollo. Vol. 1. Año 2003. Formato PDF. Consultado 06, jun. 2015. Disponible en <http://www.uax.es/publicacion/clasificacion-funcional-de-humedales-riberenos.pdf>
- García, H. 2015. El círculo vicioso del turismo residencial: análisis de los factores locales del boom inmobiliario español. Universidad de Alicante-España. Revista Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 12 (2) pág. 395-408.
- Giménez. A., Tudela. M., 2008, Determinación de la capacidad de carga turística en tres senderos de pequeño recorrido en el municipio de cehegin (Murcia), Universidad de Murcia. España. España. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39811554010.pdf>

- Jiménez. A., Tudela. M., 2009, Valoración de impactos y propuestas de actuación del senderismo como actividad turística en el noroeste de la región de Murcia, Universidad de Murcia. España. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40712345012>
- Gobierno Autónomo Municipal de la Paz, s.f. Unidad de Gestión Educativa, Chip educativo. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: [chip-educativo.com/sites/default/files/ECOSISTEMA Y SUS COMPONENTES.pdf](http://chip-educativo.com/sites/default/files/ECOSISTEMA_Y_SUS_COMPONENTES.pdf)
- GPM (Gobierno Provincial de Manabí). 2012. Promueve turísticamente a Manabí este 2012. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: <http://www.manabi.gob.ec/3049-gpm-promueve-turisticamente-a-manabi-este-2012-2.html>
- Gómez E., De Groot R., 2007 Capital natural y funciones de los ecosistemas: explorando las bases ecológicas de la economía, revista científica y técnica de ecología y medio ambiente. Volumen 16. Pag. 5 Asociación española de ecología terrestre, Madrid España. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible en: <http://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/view/88/85>
- Gómez, N. Promoción turística a través de los medios audiovisuales, caso Medellín, Colombia. Universidad Internacional de Andalucía. (En línea). Formato PDF. Consultado 5 jun. 2015. Disponible en http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/757/0139_Gomez.pdf?sequence=3
- Guzmán, E. 2009. El turismo interno como alternativa creciente de desarrollo turístico del ecuador/ demanda (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/tyrydes/17/turismo-interno.html>.
- Jiménez, S. 2012. PASOS (Revista de turismo y patrimonio cultural. El turismo 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudios, vol. 10 N^o 4 pág. 145.
- La Hora. 2011. Manabí. Hoy se cumplirá la feria del chame. (En línea). Consultado el 19 de junio del 2015. Disponible en: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101202457/-1/home/goRegional/Loja#.VYTvq_yG9id
- Ley de gestión ambiental. 2004. Título tres Instrumentos de gestión ambiental capitulo uno de la planificación art. 16. Pag. 4. Consultado el 10 de enero del 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

- Ley de turismo. 2002. Capítulo uno, art. 4 literal "b". Consultado el 10 de enero del 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- López, B. Gastezzi, A. 2000, Inventario listado comentado y cuantificación de la población de aves, La ciénaga de La Segua, Manabí Ecuador. Quito, Ecuador. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/2000-116.pdf>
- Machado E. 2013. Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba. Geographos. (En línea). Vol. 4. N. 35. Consultado el 19 de junio de 2015. Disponible en: <http://web.ua.es/es/revista-geographos-giecryal/documentos/esther-machado.pdf?noCache=1356600583859>
- Machado E. y Hernández Y., 2007. Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. Universidad Central Las Villas "Marta Abreu". Santa Clara, Cuba. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fportalnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2929463.pdf&ei=RsVvVanTMZT_sAS72YO4BQ&usg=AFQjCNFYINtJGJ7qjrLrC724rxAK1OjBag&bvm=bv.94911696,d.cWc
- Márquez B. y Jiménez M., 2002, Moluscos asociados a las raíces sumergidas del mangle rojo *Rhizophora mangle*, en el golfo de sata fe, estado sucre, Venezuela, revista de biología tropical, scielo. Vol. 50. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible en: http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77442002000300027
- Marín, J., Hernández, M. (2014) Los humedales, sus funciones y su papel en el almacenamiento de carbono atmosférico/ funciones de los humedales. (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en <http://www.inecol.edu.mx/inecol/index.php/es/ct-menu-item-25/ct-menu-item-27/172-los-humedales-sus-funciones-y-su-papel-en-el-almacenamiento-del-carbono>.
- Marín, H. 2012. Introducción a los recursos turísticos. (En Línea). Consultado 15 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.um.es/aulasenior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/recursos.pdf>
- Martin, B. 2003. Nuevos turistas en busca de nuevos productos turísticos: el patrimonio cultural y natural. Universidad de la Laguna, Islas Canarias-España. Revista Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural. vol. 1 (2): 155-160.

- Martínez, J. 2010. Marketing turístico y gestión turística. Revista de investigación en turismo y desarrollo local. Revista TURyDES. Vol. 3 (8). (Septiembre 2010)
- Mediavilla, M; Milán, P. 2012. Senderos Señalizados y Desarrollo Rural Sostenible. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: http://www.fedme.es/salaprensa/upfiles/608_F_es.pdf
- Mejía, M; House P. 2002. Mapa de Ecosistemas de Vegetales de Honduras, Manual de Consulta, Tegucigalpa, Honduras. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: http://www.projectmosquitia.com/files/Manual_Mapas_Ecosistemas.pdf.
- MINCENTUR (Secretaría de Perú). 2006, Conceptos fundamentales de turismo. Lima, Perú. p 2-3,
- Ministerio de turismo de Ecuador. 2008. La cita más importante del aviturismo mundial se realiza en Mindo y Cosanga. Ecuador. (En línea). Consultado 15 de jun. 2015. Disponible en <http://www.turismo.gob.ec/la-cita-mas-importante-del-aviturismo-mundial-se-realiza-en-mindo-y-cosanga/>
- Miranda J. (2010). El camping, la forma más reciente de turismo /camping (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en: <http://www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/37627.pdf>
- Molina, E. 2011, Estudio Comparativo de los Sitios Ramsar en el Ecuador como oferta turística del Patrimonio Natural del Ecuador, Quito. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: http://www.uct.edu.ec/files/Seminarios-de-investigacion/SITIOS_RAMASAR.pdf
- Montes, C. 2010. La evaluación de los ecosistemas del milenio en España. Ciencia y política para beneficio de la sociedad y la naturaleza. (En línea). Formato PDF. Consultado el 16 de jun. 2015. Disponible en <http://www.uam.es/gruposinv/socioeco/documentos/Montes-Lomas-EME-ambienta.pdf>
- Mosti P. (2010) El alcance de las actividades turísticas y recreativas en los espacios naturales/ actividades turísticas. Estudios y perspectivas en turismo. Pag. 1. Vol. 19. Buenos Aires. Argentina. (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180716756004>.
- OMT (Organización Mundial del turismo), 2012. Ecuador hacia un Turismo Consciente. II Congreso Internacional de Ética y Turismo (En línea). Consultado 15 de jun. 2015. Formato (PDF). Disponible en: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/conclusiones_ii_congreso_etica-_20092012.pdf

- OMT (Organización Mundial del Turismo). 2012. Turismo y sostenibilidad. Conservación del medio ambiente. (En línea). Consultado el 21 de junio de 2015. Disponible en: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/turismoysostenibilidad_0.pdf
- OMT (Organización Mundial de Turismo). 2008. Turismo sostenible. Glosario básico. (En línea). Consultado 06 Jun. 2015. Disponible en <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Peck, D. 2010, Valores líquidos de Ramsar, 40 años de la Convención sobre los Humedales, pág. 8.
- Peña, M. (2010) Tutela jurídica de los ecosistemas de humedal /Los Humedales (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en http://cmsdata.iucn.org/downloads/cel10_penachacon02.pdf
- PFETS (Plan federal estratégico de turismo sustentable 2016) 2010. Desarrollo del Producto Turístico, Observación de Aves en Mar Chiquita, Municipios de Balnearia, La Para, Marull Y Miramar, Provincia de Córdoba, Argentina. Pág. 6.
- Pérez, M., 2004, Manual de turismo sostenible, Como conseguir un turismo Social, Económico y ambientalmente responsable, ediciones Mundi Prensa, Madrid, España, pag. 22 y 27.
- Pérez Y., Vázquez L., Álvarez V. 2012. Procedimiento para realizar estudios de mercados emisores reales y potenciales para el producto turístico de las Tunas /marketing turístico (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/956/Marketing%20Turistico.htm>
- Ponce, E., 2004. Humedales. Designación de sitios Ramsar en territorios de Grupos Étnicos en Colombia. Primera edición abril del 2004. Pag. 11 y 12. Santiago de Cali-Colombia. Disponible en: http://d2ouvy59p0dg6k.cloudfront.net/downloads/ramsar_humedales_es.pdf
- Porcal, G. 2011. "El patrimonio rural como recurso turístico". La puesta en valor turístico de infraestructuras territoriales (rutas y caminos) en las áreas de montaña del país vasco y de navarra. Cuadernos de Turismo, núm. 27, 2011, pág. 759-784.
- Porta, A. 2011. Herbazal tropical arbolado denominado por gramíneas. (En línea). Consultado 15 de jun. 2015. Disponible en <http://ecosistemasdecostarica.blogspot.com/2011/08/herbazal-tropical-arbolado-dominado-por.html>

- Quesada, R. 2007 Elementos del turismo 4ta edición San José. Costa Rica. En línea. Consultado el 1 de febrero del 2015. Formato PDF. Disponible en: https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUlsGUC&pg=PR6&lpg=PR6&dq=quesada+2007+elementos+del+turismo&source=bl&ots=MEZL2lmR05&sig=GVx43LRKhQVvJ2fH6UiAbUDh67w&hl=es&sa=X&ei=MizyVfCXB8-wsAT8noCQCQ&redir_esc=y#v=onepage&q=quesada%202007%20elementos%20del%20turismo&f=false
- Quesada, R. 2009. Elementos del turismo. Costa Rica. Primera Edición. Editorial EUNED. Página 190.
- Ramsar. 2006. Manual de la Convención de Ramsar Guía a la Convención sobre los Humedales / los humedales (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en http://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/pdf/lib/lib_manual2006s.pdf
- Revista viajar. 2008. El Trekking disfruta del aire libre. Revista Online, de viajes, vacaciones y ocio. (En línea). Consultado 15 de jun. 2015. Disponible http://www.viajar.nom.es/aventura/trekking_senderismo/trekking_aventura.html
- Revista Viajero. 2014. Todo lo que debes hacer antes de realizar el trekking. Diario de viajes, opiniones y tips de turismo. (En línea). Consultado 15 de jun. 2015. Disponible en <http://www.viajeros.com/articulos/970-todo-lo-que-debes-saber-antes-de-hacer-trekking>
- Rial, A. 2008. Una metodología para el estudio de la imagen de marca de un destino turístico. Universidad de Santiago- España. Revista Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol., 6 (1). Pág. 1-10.
- Rigol, M. Pérez, R. 2011. La Gestión de la Demanda Turística Como Concepto. Vol. 4. Pág. 3. (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/rmpc.pdf>
- Rodas, D y Chimbo, 2011. Estudio de factibilidad para la creación de un campamento turístico en la comunidad de Uchuca del cantón Gualaceo. Universidad Politécnica Salesiana. Sede Cuenca. Facultad de ciencias administrativas. (En línea). Formato PDF. Consultado 15 de jun. 2015. Disponible en <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1224/14/UPS-CT002190.pdf>
- Rodríguez, R. 2006. Desarrollo de productos turísticos. La Habana-Cuba. Centro de estudios turísticos de la universidad de La Habana. p 122
- Rojas, Y., Matos, L. 2012. Aplicación web para estudios de factibilidad en productos turísticos de naturaleza en la empresa flora y fauna Guantánamo. Producto turístico. Vol. 5. (En línea). Consultado. 1 de

Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en:
<http://www.eumed.net/rev/turydes/12/rpmu.html>

- Romagosa, F. 2008. Impactos de la frecuentación turística en el parque natural de los Aiguamolls de l'Empordá investigaciones geográficas. Instituto universitario de Georgia. Universidad de Alicante España. Pag. 108. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/176/17618757006.pdf>
- Sáenz, M. Onafa, A. 2005. Ministerio del ambiente del Ecuador, Fundación Eco Ciencia. Reporte de los ecosistemas terrestres ecuatorianos, Indicadores de biodiversidad para Uso Nacional (Proyecto BINU). Pag. 5
- Salas, A. 2014. Diseño de una ecoruta aviturística en el bosque protector de Mindo Nambillo, provincia de Pichincha. Ecuador. (En línea). Formato PDF. Consultado 15 de jun. 2015. Disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2653/1/T-UCE-0004-21.pdf>
- Sancho, A. S.f. Jornadas internacionales de turismo justo: Un reto para el desarrollo turismo y desarrollo. Universidad de Valencia. España. (En línea) consultado el 19 de junio del 2015. Disponible en: <http://www.uv.es/~sancho/Turismo%20y%20desarrollo.pdf>
- Santillán, V. 2010. La fotografía como creadora de las imágenes de destinos turísticos. Caso de estudio Buenos Aires. Universidad del Museo Social argentino. Pasos. Revista de turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 8 (1). Pág. 71-82
- Santos, J. 2003. El marketing de los servicios turísticos y la formulación del producto. Marketing turístico/ concepto (en línea).consultado 1 de Febrero del 2015. Formato pdf Disponible en: <http://externos.uma.es/cuadernos/pdfs/pdf466.pdf>
- Schlüter, R. 2010. Turismo: una perspectiva empresarial. Argentina. Universidad de Palermo. Revista Gestión Turística. No. 9. Pág. 108-109.
- Secretaría de la Convención de Ramsar, 2006. Manual de la Convención de Ramsar: Guía a la Convención sobre los Humedales (Ramsar, Irán, 1971), 4a. edición. Secretaría de la Convención de Ramsar, Gland (Suiza). (En línea). Formato PDF. Consultado 12 jun. 2015. Disponible en http://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/pdf/lib/lib_manual2006s.pdf
- Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales. 2014. Restauración Ecológica. Instituto Nacional de Ecología y cambio climático. (En línea). Consultado 14 de jun. 2015. Disponible en <http://www.inecc.gob.mx/con-eco-ch/386-hc-restauracion>
- SECTUR, 2006. Dirección de desarrollo de turismo alternativo. (En línea).EC. Consultado el 3 de diciembre del 2013. Formato PDF. Disponible:

<http://manuelmiroglia.files.wordpress.com/2011/05/el-turismo-de-naturaleza-en-mexico.pdf>

SECTUR, 2006. Planeación y gestión del desarrollo turístico municipal. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible: http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/desarrollo_turistico_municipal.pdf

SECTUR. 2012. ¿Qué es el turismo de naturaleza?/ conceptualización (En línea). Consultado. 1 de Febrero del 2015. Formato (PDF) Disponible en: <https://ideasinteligentesblog.files.wordpress.com/2012/11/queesturismode-naturaleza.pdf>

SEMARNAT (Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales). 2012. Turismo de humedales, Una gran experiencia, el turismo responsable apoya los humedales y a la gente, pag. 5

SERNATUR (Servicio Nacional del Turismo). 2001. Chile Desarrollo de Productos, Antecedentes Básicos Sobre Pesca Deportiva en Chile, pag. 3. En línea. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF. Disponible:<http://www.redturs.org/inicio/docu/chile/poletu/pesca.pdf>

SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo) Departamento de Planificación. 2008. Glosario De Términos Técnicos Relacionados Con La Actividad Turística Habitualmente Empleados En Chile. (En línea). Consultado el 15 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en: http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf

TRANSPORT, 2013. Guía ecuatoriana de transporte y turismo. Chone destino ecuador-ecuador Manabí. (En línea). Consultado el 19 de junio del 2015. Disponible en: <http://transport.ec/manabi-2/chone-turismo-comunitario-y-la-segua/>

Ulloa, F. Pazos, M. 2010. Productos y destinos turísticos emergentes en Galicia, universidad Santiago de Compostela, Tékhne- Revista de Estudios Politécnicos. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible en:http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S1645-99112010000200003&script=sci_arttext

Valadez. S, Conde. E., 2011. TURYDES (Revista de investigación en turismo y desarrollo local) La integración de la oferta turística a partir del capital intelectual, volumen 4, N. 11, en línea, consultado el 3 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turedes/11/vgcp.html>.

Varisco, C. 2008, Desarrollo turístico y desarrollo local. La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa. Maestría en ciencias sociales. Universidad nacional del Mar de la Plata. Tesis de Post-grado: Orientación

Economía. (En línea). Formato PDF. Consultado el 22 de junio de 2015. Disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

Vejsbjerg L. 2013. La importancia científica en la selección de atractivos turísticos patrimoniales. Una visión desde la espacialidad social., revista electrónica de geografía y ciencias sociales universidad de Barcelona vol. XVII. En línea. (En línea). Consultado el 05 enero del 2015. Disponible: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-433.htm>

Villalba, D. 2011. Diseño de productos turísticos sostenibles para el cantón Cumandá provincia de Chimborazo. Tesis para obtener el título de ingeniería en ecoturismo. Riobamba. Ecuador. En línea. Formato PDF. Consultado el 14 de enero del 2014. Disponible en: <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/605/1/23T0266Villalba%20Doris.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1. Metodología para el diseño de una oferta turística según los autores.

AÑO	AUTOR	TÍTULO	1er fase	2da fase	3er fase	4ta fase	5ta fase	6ta fase
2007	Lidia Machado, Yaneth Hernández	Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en cuba	Búsqueda y análisis de la información	Diseño del producto	Definición del precio	Posicionamiento	Definición del canal de distribución	Retroalimentación
2006	SECTUR	Planeación y gestión del desarrollo turístico municipal.	Inventario Municipal	Análisis FODA	Elaboración de productos turísticos	Comercialización y Publicidad		
2008	Consejo Nacional de Cultura y Arte	Guía Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable	Generación de la idea	Diseño del producto	Análisis económico del producto	Distribución del producto		
2009	Carlos Funcia, Jorge de la Uz Herrera....	Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización	Determinar oportunidades, Problema (el por qué?)	Estructurar el producto (que ofrecer y el por qué?)	Proceso de prestación (cómo hacer?)	Precio-viabilidad medio ambiental (cuánto vale? y factibilidad de aplicación)	Distribución – comunicación (dónde distribuir) el producto y (cómo darlo a conocer)	Evaluación

Matriz de síntesis de criterios comunes planteados por los autores.

METODOLOGÍAS	ELEMENTOS																							
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	Ñ	O	P	Q	R	S	T	U	V	W
Machado y Hernández, 2007	x	X		X		X	X	X	X		x	x	x	x	x				X		X			x
SECTUR 2006	X	X	x	X			X								x		x		X		X			
Consejo nacional, 2008	X	X		X		X	X				X		x					X						
Funcia, 2009	x	X		x			x	x	x		x	x			x			x	x		x			x

Leyenda:

A: Análisis de la situación Actual, (oferta y demanda)	I: Diseño del marketing mix	P: Estrategias para la plaza
B: Realización de un inventario turístico	J: Características del producto	Q: Selección de canales de distribución
C: Análisis DAFO	K: Estrategias para el producto	R: Definición de la promoción
D: Diseño del producto	L: Definición de precio	S: Características de promoción
E: Definición de los objetivos del producto	M: Características del precio	T: Estrategias de promoción
F: Definición de los atributos del producto	N: Estrategias para el precio	U: Comunicación y difusión
G: Concepto y nombre del producto	Ñ: Definición de la plaza	V: Estrategias de comunicación y Difusión
H: Cronograma e itinerario	O: Características de la plaza	W: Retroalimentación o evaluación



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX
LÓPEZ**

Visitor Survey Wetland the Segua path "Caiman"

This survey will be a tool that will help to better understand and study the segments of tourists that visit this attraction, in order to make a diagnosis of tourism, being one of the steps of a design project wetland tourism the Segua.

1.-¿Gender?

male female

2. – ¿Age?

Until 20 years, between 21 and 25 years, between 26 and 30 years,
Between 31 and 35 years, over 35 years

3. – ¿Nationality?

4. - ¿Academic formation?

Primary school, Hight School, university other: _____

5. – ¿Occupation?

Businessman Professional student other: _____

6.-¿Persons

Family mate friend's him on his visit?

7. - ¿People who form the group?

4 5 to 10 more 10

8. - ¿Media where visitors are informed of the existence of tourist attraction?

TV magazine newspaper internet recommendation advertising

9. - ¿Motivations to visit tourist attraction?

Peace and quiet, recreation, nature, price, sport fishin,
Boating, birdwatching

10. - ¿Things to like about the tourist attraction?

Nature, climate, environment, services

11. - ¿How much money espend on your trip?

Until \$10 between \$11 and \$15 between \$16 and \$20 more \$20

12. - ¿You have visited other wetland?

Yes no

13. - ¿It is your first time visiting the wetland?

Yes no

14. - ¿would return to visit again wetland?

Yes no



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

Entrevista a los propietarios del Humedal La Segua

Esta encuesta será un instrumento que ayudará a comprender y así estudiar mejor la conducta de los propietarios del humedal la Segua, con el fin de realizar un diagnóstico de la actividad turística, siendo este uno de los pasos del proyecto de diseño de una oferta turística del humedal La Segua

Nombre

Sexo

Masculino femenino

Edad

Hasta 20 años entre 21- 25 años entre 26-30 entre 31-35 más de 35 años

Formación académica

Primaria Bachillerato Universitario

¿Cuántas hectáreas del humedal la Segua posee?

¿Qué actividad agropecuaria desarrolla en el humedal la Segua?

¿Estaría Ud dispuesto a vincularse en la formación de un producto turístico sostenible?

¿Considera Ud. Que el desarrollo del producto Turístico La Segua posibilitará el desarrollo económico y social de la comunidad?

Si no

¿Le gustaría prestar algún tipo de servicio turístico?

Estaría dispuesto a recibir charlas de turismo y medio ambiente, si, no y porque:

¿Sabía usted que el turismo genera ganancias económicas?

Si no

¿Cree que en el humedal la Segua existe el turismo de naturaleza?

Si no



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX
LÓPEZ**

Entrevista a las autoridades de los cantones donde se encuentra el humedal La Segua.

Esta encuesta será un instrumento que ayudará a comprender de una mejor manera las diferentes acciones que se está tomando referente al humedal para su desarrollo en los diferentes cantones donde se encuentra, con el fin de realizar un diagnóstico de la actividad turística, siendo este uno de los pasos del proyecto de diseño de una oferta turística del humedal La Segua.

Nombre de la institución

Nombre de la persona que atendió la entrevista

Cargo que ocupa en la institución

¿Qué piensa usted acerca del turismo en su Cantón/Parroquia?

¿Cree usted que el humedal la Segua es un atractivo turístico?

¿Qué medidas se deben aplicar para el desarrollo turístico del humedal?

¿Cuáles son las falencias que el departamento de turismo ha identificado en el humedal de la Segua?

¿De qué manera el GAD Chone promociona el humedal la Segua?

¿Cree Ud. que turismo en el humedal la Segua, Contribuyen significativamente a su economía local?

¿El gobierno autónomo de centralizado cómo evalúa la gestión ambiental en el humedal de la Segua?



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX
LÓPEZ**

Encuesta a Los moradores de las comunidades donde se encuentra el humedal La Segua.

Esta encuesta será un instrumento que ayudará a comprender de una mejor manera los conocimientos y la importancia que los habitantes de las comunidades le dan al recurso que ellos poseen, con el fin de realizar un diagnóstico de la actividad turística, siendo este uno de los pasos del proyecto de diseño de una oferta turística del humedal La Segua.

1.- ¿Conoce Ud. El valor ecológico y natural del humedal la Segua que se encuentra en su comunidad?

SI

NO

2.- ¿Cree Ud. Que el humedal la Segua puede ayudar al desarrollo de su comunidad?

SI

NO

Cómo _____

3.- ¿Piensa Ud. Que al mantener el humedal la Segua, impulse el turismo en su comunidad?

SI

NO

4.- ¿Ha recibido Ud. Alguna capacitación sobre la importancia ecológica del humedal la Segua?

SI

NO

5.- ¿Qué beneficios ha generado el humedal La Segua para la comunidad, hasta ahora?

6.- ¿Le gustaría recibir capacitación sobre turismo y medio ambiente para el desarrollo y mantenimiento del humedal la Segua?

SI

NO



Anexo 3. Matriz DAFO

		EXTERNOS													
		OPORTUNIDADES						AMENAZAS							
		Visitas de científicos al lugar	Proyectos por parte de las universidades de la Provincia	Control medio ambiental para los proyectos futuros	Políticas estatales	Nuevas tendencias de turismo	Problemas ambientales	Tendencias a la urbanización	infraestructura que modifica el régimen hidrológico	Especies exóticas introducidas	Fenómenos naturales	TOTAL			
	O1	O2	O3	O4	O5	A1	A2	A3	A4	A5	TOTAL				
INTERNOS	FORTALEZAS	Importancia Internacional	F1	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	1	20
		Riqueza natural y biológica	F2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	1	23
		Ambiente adecuado para la producción de peces en la zona	F3	3	2	2	2	3	1	2	2	1	1	1	19
		Belleza paisajística	F4	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	19
		Atractivo Turístico	F5	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	21
	DEBILIDADES	Deficiente promoción turística	D1	3	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	17
		Deficiente infraestructura básica	D2	3	3	2	2	3	1	1	1	1	1	1	18
		Deficiente apoyo por parte de las autoridades	D3	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	22
		Tala de árboles	D4	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	14
		Inadecuado uso de herramientas de pesca y cultivo	D5	2	2	2	3	3	2	1	1	3	1	1	20
		T.		26	23	24	24	27	16	14	15	14	10		

		EXTERNOS													
		OPORTUNIDADES							AMENAZAS						
			Visitas de científicos al lugar	Proyectos por parte de las universidades de la Provincia	Control medio ambiental para los proyectos futuros	Políticas estatales	Nuevas tendencias de turismo			Problemas ambientales	Tendencias a la urbanización	infraestructura que modifica el régimen hidrológico	Especies exóticas introducidas	Fenómenos naturales	
		O1	O2	O3	O4	O5		A1	A2	A3	A4	A5	TOTAL		
		INTERNOS	FORTALEZAS	Importancia Internacional	F1	3	1	2	2	2	10	2	2	3	2
Riqueza natural y biológica	F2			3	3	3	3	3	15	2	1	2	2	1	8
Ambiente adecuado para la producción de peces en la zona	F3			3	2	2	2	3	12	1	2	2	1	1	7
Belleza paisajística	F4			3	3	3	2	3	14	1	1	1	1	1	5
Atractivo Turístico	F5			3	3	3	3	3	15	2	1	1	1	1	6
									66						36
DEBILIDADES	Deficiente promoción turística		D1	3	2	2	2	3	12	1	1	1	1	1	5
	Deficiente infraestructura básica		D2	3	3	2	2	3	13	1	1	1	1	1	5
	Deficiente apoyo por parte de las autoridades		D3	3	3	3	3	3	15	2	2	2	1	1	8
	Tala de árboles		D4	1	1	2	2	1	7	2	2	1	1	1	7
	Inadecuado uso de herramientas de pesca y cultivo	D5	2	2	2	3	3	12	2	1	1	3	1	8	
	T.							59						33	

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	66 MAXI-MAXI (OFENSIVA)	36 MAXI- MINI (DEFENSIVA)
DEBILIDADES	59 MINI-MAXI (ADAPTATIVA)	33 MINI-MINI (SUPERVIVENCIA)

Anexo 4. Inventario de Atractivos Turísticos del Humedal Segua

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
		MINISTERIO DE TURISMO					
1.- DATOS GENERALES							
ENCUESTADOR:	Magdalena Bravo Alonzo y María Elena Basurto Arauz			FICHA:	1		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Dr. Nelson García Rinoso			FECHA:	09/08/2014		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Humedal La Segua						
PROPIETARIO:							
CATEGORÍA:	Natural		TIPO:	Ambientes lacustres		SUBTIPO:	Humedal
2.- UBICACIÓN							
			LATITUD:	0 42,5 sur		LONGITUD:	80 09 oeste
PROVINCIA:	Manabí		CANTÓN:	Chone		LOCALIDAD:	San Antonio
CALLE:			NUMERO:			TRANSVERSAL:	
3.- CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO							
NOMBRE DEL POBLADO:	Chone			DISTANCIA:	8 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:	San Vicente			DISTANCIA:	11 km.		
C A L I D A D	I N T R A L I N S E C O	4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
		ALTURA: (m.s.n.m.):		TEMPERATURA: (C):		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm/año):	
		<p><i>El humedal la Segua tiene una estructura conformada por un pantano central, el cual se encuentra permanentemente anegado y una extensa llanura de inundación que se cubre de agua en estaciones lluviosas (invierno) y puede llegar a tener hasta 1.20 m. de profundidad. la Segua es un humedal de agua dulce, pues está ubicado en la parte alta del rio del estuario del río Chone, y en el que confluye los ríos Chone y Carrizal, este factor y otros como que se encuentra dentro de la zona de vida Bosque muy seco tropical han hecho que la Segua sea un ecosistema lleno de biodiversidad, pues alberga 164 especies de aves (22 migratorias y 63 acuáticas), 12 especies de peces y 2 de camarón de rio, como también tortugas del genero Chelydra</i></p>					

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
		MINISTERIO DE TURISMO									
C A L I D A D	E X T R I N S E C O	4.1.- USO Y SIMBOLISMOS		5.- ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO							
		ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/>							
A P O Y O		7.- INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO		CAUSAS: Inadecuado uso de herramientas de pesca y cultivo que atentan al ecosistema							
		Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>		5.1.- PATRIMONIO (Atractivos culturales)							
		6.- ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		CAUSAS:							
		ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>									
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DEL ACCESO	
		B	M	R		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	Días al año: 364	
Terrestre	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>			Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				Días al mes: 30 días	
	Lastrado				Automóvil					Culturales:	Día de inicio:
	Empedrado				4x4						Día fin:
	Sendero				Tren					Naturales:	
Acuático					Barco					Horas al día:	
	Fluvial				Bote					Culturales:	
					Canoa						
Aereo					Otros						
					Avión						
					Avioneta						
					Helicóptero					Naturales: 8:30 am a 16:pm	





REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
MINISTERIO DE TURISMO

A P O Y O	8.- RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS													
	Desde:	Chone			Hasta:	San Vicente			Frecuencia:	Cada hora		Distancia:	40 km.	
		Portoviejo				Pedernales				Cada hora			219 km.	
	9.- INFRAESTRUCTURA BÁSICA													
	AGUA													
	POTABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>		
	ENERGÍA ELÉCTRICA													
	SISTEMA NACIONAL INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR			<input type="checkbox"/>	NO EXISTE		<input type="checkbox"/>	OTROS		<input type="checkbox"/>		
	ALCANTARILLADO													
	RED PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO			<input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO		<input type="checkbox"/>	NO EXISTE		<input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
	PRECIO													
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	COSTO			<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE		<input type="checkbox"/>			
SERVICIOS TURISTICOS														
ALOJAMIENTO	HOTEL	<input type="checkbox"/>	HOSTAL	<input type="checkbox"/>	HOSTERIA	<input type="checkbox"/>	PENSION	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS <input checked="" type="checkbox"/>			
ALIMENTACIÓN	RESTAURANTE	<input type="checkbox"/>	CAFETERIA	<input type="checkbox"/>	BAR	<input type="checkbox"/>	FUENTE DE SODA	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE		<input type="checkbox"/>			
GUIANZA	SENDEROS INTERPRETATIVOS			<input checked="" type="checkbox"/>	SENDEROS AUTOGUIADOS			<input type="checkbox"/>	NO EXISTE		<input type="checkbox"/>			
ARTESANIAS	TRADICIONALES			<input type="checkbox"/>	COMERCIALES			<input type="checkbox"/>	NO EXISTE		<input checked="" type="checkbox"/>			
OTROS: en lo que respecta al servicio de alojamiento, existe la modalidad de camping.														
10.- ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS										NOMBRES		DISTANCIA		
										isla corazon		30 km.		
11.- DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO										Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos				
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL			<input type="checkbox"/>									
PROVINCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL			<input type="checkbox"/>									
Otros:										FIRMA SUPERVISOR EVALUADOR				


REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS
**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

12.- DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Magdalena Bravo Alonzo, María Elena Basurto Arauz

FICHA: 4

SUPERVISOR EVALUADOR: Dr. Nelson García Reinoso

FECHA: 09/08/2014

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Humeda La Segua

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: Natural

TIPO: Ambientes Lacustres

SUBTIPO: Humedal

Humedal La Segua visto desde el Sendero Los Caimanes













Torre de observacion y Muelle del Humedal La





Anexo 5. Inventario de Aves del Humedal la Segua








NOMBRE COMÚN	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	FOTOGRAFÍA
ZAMBULLIDORES	PODICIPEDIDAE		
Zambullidor Menor	<i>PODICIPEDIDAE</i>	<i>Tachybaptus dominicus</i>	
Zambullidor Mayor	<i>PODICIPEDIDAE</i>	<i>Tachybaptus dominicus</i>	
FRAGATAS	FREGATIDAE		
Fragata Magnífica	<i>FREGATIDAE</i>	<i>Fregata magnificens</i>	
CORMORANES	PHALACROCORACIDAE		
Cormorán Neotropical	<i>PHALACROCORACIDAE</i>	<i>Phalacrocorax brasilianus</i>	
ANINGAS	ANHINGIDAE		
Aninga	<i>ANHINGIDAE</i>	<i>Anhinga anhinga</i>	
PELÍCANOS	PELECANIDAE		
Pelícano Pardo	<i>PELECANIDAE</i>	<i>Pelecanus occidentalis</i>	


Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
PATOS	ANATIDAE		
Pato-Silbón Canelo	ANATIDAE	<i>Dendrocygna bicolor</i>	
Pato-Silbón Ventrinegro	ANATIDAE	<i>Dendrocygna autumnalis</i>	
Ánade Cariblanco	ANATIDAE	<i>Anas bahamensis</i>	
Cerceta Aliazul	ANATIDAE	<i>Anas discors</i>	
Porrón Sureño	ANATIDAE	<i>Netta erythrophthalma</i>	
Pato Real	ANATIDAE	<i>Cairina moschata</i>	
Pato Enmascarado	ANATIDAE	<i>Oxyura dominica</i>	
GARZAS y MIRASOLES	ARDEIDAE		
Garzón Cocoli	ARDEIDAE	<i>Ardea cocoi</i>	
Garceta Grande	ARDEIDAE	<i>Ardea alba</i>	
Garceta Nívea	ARDEIDAE	<i>Egretta thula</i>	





Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
Garceta Azul	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Egretta caerulea</i>	
Garza-Tigre Castaña Garceta Tricolor	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Egretta tricolor</i>	
Garcilla Estriada	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Butorides striatus</i>	
Garceta Bueyera	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Bubulcus ibis</i>	
Garza-Nocturna Coroninegra	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Nycticorax nycticorax</i>	
Garza-Nocturna Coroniamarilla	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Nyctanassa violácea</i>	
Garza-Tigre Castaña	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Tigrisoma lineatum</i>	
Mirasol Menor	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Ixobrychus exilis</i>	
Mirasol Pinado	<i>ARDEIDAE</i>	<i>Botaurus pinnatus</i>	
ÍBISES	<i>THRESKIORNITHIDAE</i>		
Ibis Blanco	<i>THRESKIORNITHIDAE</i>	<i>Eudocimus albus</i>	



Ibis Bronceado	<i>THRESKIORNITHIDAE</i>	<i>Plegadis falcinellus</i>	
CIGÜEÑAS AMERICANAS	CICONIIDAE		
Cigüeña Americana	<i>CICONIIDAE</i>	<i>Mycteria americana</i>	
Gallinazo Negro	<i>CATHARTIDAE</i>	<i>Coragyps atratus</i>	
Gallinazo Cabecirrojo	<i>CATHARTIDAE</i>	<i>Cathartes aura</i>	
ELANIOS, ÁGUILAS y GAVILANES	ACCIPITRIDAE		
Águila Pescadora	<i>ACCIPITRIDAE</i>	<i>Pandion haliaetus</i>	
Elanio Perla	<i>ACCIPITRIDAE</i>	<i>Gampsonyx swainsonii</i>	
Elanio Caracolero	<i>ACCIPITRIDAE</i>	<i>Rostrhamus sociabilis</i>	
Gavilán Sabanero	ACCIPITRIDAE	<i>Buteogallus meridionalis</i>	









Gavilán Manglero	ACCIPITRIDAE	<i>Buteogallus subtilis</i>	
------------------	--------------	-----------------------------	---



Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
Gavilán Alibayo	ACCIPITRIDAE	<i>Parabuteo unicinctus</i>	
Gavilán Caminero	ACCIPITRIDAE	<i>Buteo magnirostris</i>	
HALCONES y CARACARAS	FALCONIDAE		
Caracara Crestado	FALCONIDAE	<i>Caracara plancus</i>	
Halcón Reidor	FALCONIDAE	<i>Herpetotheres cachinnans</i>	
Esmerejón	FALCONIDAE	<i>Falco columbarius</i>	
Halcón Peregrino	FALCONIDAE	<i>Falco peregrinus</i>	
RASCÓNES y GALLARETAS	RALLIDAE		
Polluela Goliblanca	RALLIDAE	<i>Laterallus albigularis</i>	
Rascón Manglero	RALLIDAE	<i>Rallus longirostris</i>	

Rascón-Montés	<i>RALLIDAE</i>	<i>Aramides sp</i>	
---------------	-----------------	--------------------	---



Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
Sora	<i>RALLIDAE</i>	<i>Porzana carolina</i>	
Polluela Pechiamarilla	<i>RALLIDAE</i>	<i>Porzana flaviventer</i>	
Gallareta Púrpura	<i>RALLIDAE</i>	<i>Porphyryla martinica</i>	
Gallareta Común	<i>RALLIDAE</i>	<i>Gallinula chloropus</i>	
AVES SOL	HELIORNITHIDAE		
Ave-Sol Americano	<i>HELIORNITHIDAE</i>	<i>Heliornis fulica</i>	
Carraos	<i>ARAMIDAE</i>		
Carrao	<i>ARAMIDAE</i>	<i>Aramus guarauna</i>	
JACANAS	JACANIDAE		
Jacana Carunculada	<i>JACANIDAE</i>	<i>Jacana jacana</i>	

PLAYEROS	SCOLOPACIDAE		
Patiamarillo Mayor	SCOLOPACIDAE	<i>Tringa melanoleuca</i>	
Patiamarillo Menor	SCOLOPACIDAE	<i>Tringa flavipes</i>	


Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
Playero Solitario	SCOLOPACIDAE	<i>Tringa solitaria</i>	
Playero Coleador	SCOLOPACIDAE	<i>Actitis macularia</i>	
Zarapito Trinador	SCOLOPACIDAE	<i>Numenius phaeopus</i>	
Vuelvepiedras Rojizo	SCOLOPACIDAE	<i>Arenaria interpres</i>	
Playero Rojo	SCOLOPACIDAE	<i>Calidris canutus</i>	
Playero Semipalmado	SCOLOPACIDAE	<i>Calidris pusilla</i>	
Playero Occidental	SCOLOPACIDAE	<i>Calidris mauri</i>	
Playero Menudo	SCOLOPACIDAE	<i>Calidris minutilla</i>	








Playero Pectoral	SCOLOPACIDAE	<i>Calidris melanotos</i>	
Playero Tarsilargo	SCOLOPACIDAE	<i>Calidris himantopus</i>	


Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
Agujeta Piquicorto	SCOLOPACIDAE	<i>Limnodromus griseus</i>	
Falaropo tricolor	SCOLOPACIDAE	<i>Steganopus tricolor</i>	
CHORLOS	CHARADRIIDAE		
Chorlo Semipalmeado	CHARADRIIDAE	<i>Charadrius semipalmatus</i>	
Chorlo Collarejo	CHARADRIIDAE	<i>Charadrius collaris</i>	
Chorlo Tildío	CHARADRIIDAE	<i>Charadrius vociferus</i>	
GAVIOTAS y GAVIOTINES	LARIDAE		
Gaviota Reidora	LARIDAE	<i>Larus atricilla</i>	
Gaviota Cabecigris	LARIDAE	<i>Larus cirrocephalus</i>	
Gaviota de Frankil	LARIDAE	<i>Larus pipixcan</i>	







Gaviotín Piquigrueso	LARIDAE	<i>Sterna nilotica</i>	
Gaviotín Común	LARIDAE	<i>Sterna hirundo</i>	


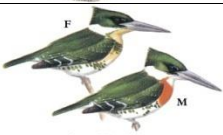
Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
PALOMAS y TÓRTOLAS	COLUMBIDAE		
Paloma Ventripálida	COLUMBIDAE	<i>Columba cayennensis</i>	
Tórtola Orejuda	COLUMBIDAE	<i>Zenaida auriculata</i>	
Tórtola Melódica	COLUMBIDAE	<i>Zenaida meloda</i>	
Tortolita Ecuatoriana	COLUMBIDAE	<i>Columbina buckleyi</i>	
Paloma Apical	COLUMBIDAE	<i>Leptotila verreauxi</i>	
LOROS	PSITTACIDAE		
Perico Caretirrojo	PSITTACIDAE	<i>Aratinga erythrogenys</i>	


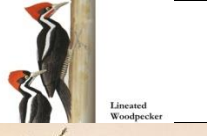



Periquito del Pacífico	<i>PSITTACIDAE</i>	<i>Forpus coelestis</i>	
------------------------	--------------------	-------------------------	---



Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
CUCLILLOS y GARRAPATEROS	CUCULIDAE		
Cuclillo Piquioscuro	<i>CUCULIDAE</i>	<i>Melacoryphus</i>	
Cuco Ardilla	<i>CUCULIDAE</i>	<i>Piaya cayana</i>	 <small>© ALAS</small>
Garrapatero Piquiliso	<i>CUCULIDAE</i>	<i>Crotophaga ani</i>	 <small>Groove-billed Ani</small>
Garrapatero Piquiestriado	<i>CUCULIDAE</i>	<i>Crotophaga sulcirostris</i>	
Cuclillo Listado	<i>CUCULIDAE</i>	<i>Tapera naevia</i>	
LECHUZAS DE CAMPANARIO	TYTONIDAE		
Lechuza Campanaria	<i>TYTONIDAE</i>	<i>Tyto alba</i>	
BÚHOS	STRIGIDAE		
Mochuelo del Pacífico	<i>STRIGIDAE</i>	<i>Glaucidium peruanum</i>	
NICTIBIOS	NYCTIBIIDAE		









Nictibio Común	<i>NYCTIBIIDAE</i>	<i>Nyctibius griseus</i>	
----------------	--------------------	--------------------------	---



Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
AÑAPEROS y CHOTACABRAS	<i>CAPRIMULGIDAE</i>		
Añapero Menor	<i>CAPRIMULGIDAE</i>	<i>Chordeiles acutipennis</i>	
Pauraque	<i>CAPRIMULGIDAE</i>	<i>Nyctidromus albicollis</i>	
VENCEJOS	<i>APODIDAE</i>		
Vencejo Cuelliblanco	<i>APODIDAE</i>	<i>Streptoprocne zonaris</i>	
Vencejo	<i>APODIDAE</i>	<i>Chaetura sp.</i>	
Vencejo Tijereta Menor	<i>APODIDAE</i>	<i>Panyptila cayennensis</i>	
COLIBRÍES	<i>TROCHILIDAE</i>		
Amazilia Ventrirrufa	<i>TROCHILIDAE</i>	<i>Amazilia amazilia</i>	
MARTÍNES PESCADORES	<i>ALCEDINIDAE</i>		

Martín Pescador Grande	<i>ALCEDINIDAE</i>	<i>Megaceryle torquata</i>	
Martín Pescador Verde	<i>ALCEDINIDAE</i>	<i>Chloroceryle americana</i>	


Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
CARPINTEROS	<i>PICIDAE</i>		
Carpintero Olividorado	<i>PICIDAE</i>	<i>Piculus rubiginosus</i>	
Carpintero Lineado	<i>PICIDAE</i>	<i>Dryocopus lineatus</i>	
Carpinterito Dorsiescarlata	<i>PICIDAE</i>	<i>Veniliornis callonotus</i>	
HORNEROS	<i>FURNARIIDAE</i>		
Hornero del Pacífico	<i>FURNARIIDAE</i>	<i>Furnarius cinnamomeus</i>	
TREPATRONCOS	<i>DENDROCOLAPTIDAE</i>		
Trepatroncos Cabecirrayado	<i>DENDROCOLAPTIDAE</i>	<i>Lepidocolaptes souleyetti</i>	
HORMIGUEROS	<i>THAMNOPHILIDAE</i>		
Batará Collarejo	<i>THAMNOPHILIDAE</i>	<i>Sakesphorus bernardi</i>	








Ojo-de-Fuego Dorsiblanco	<i>THAMNOPHILIDAE</i>	<i>Pyriglena leuconota</i>	
TAPACULOS	<i>RHINOCRYPTIDAE</i>		
Pecholuna Elegante	<i>RHINOCRYPTIDAE</i>	<i>Melanopareia elegans</i>	



Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
TIRANOS, MOSQUEROS	<i>TYRANNIDAE</i>		
Tiranolete- Silbador Sureño	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Camptostoma obsoletum</i>	
Elaenia Penachuda	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Elaenia flavogaster</i>	
Tirano-Enano Frentileonado	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Euscarthmus meloryphus</i>	
Cimerillo Crestiescamado	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Lophotriccus pileatus</i>	
Espatulilla Común	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Todirostrum cinereum</i>	
Picoancho Azufrado	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Tolmomyias sulphurescens</i>	
Mosquerito Pechirrayado	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Myiophobus fasciatus</i>	
Mosquero Bermellón	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Pyrocephalus rubinus</i>	








Tiranito Colicorto	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Muscigralla brevicauda</i>	
Tirano-de-Ciénega	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Fluvicola nengeta</i>	


Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
Copetón Coronitizado	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Myiarchus phaeocephalus</i>	
Mosquero Picudo	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Megarynchus pitangua</i>	
Mosquero Alicastaño	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Myiozetetes cayanensis</i>	
Mosquero Social	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Myiozetetes similis</i>	
Mosquero Rayado	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Myiodynastes maculatus</i>	
Mosquero de Baird	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Myiodynastes bairdii</i>	
Tijereta Sabanera	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Tyrannus savana</i>	
Tirano Tropical	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Tyrannus melancholicus</i>	
Tirano Goliníveo	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Tyrannus niveigularis</i>	





Cabezón Unicolor	<i>TYRANNIDAE</i>	<i>Pachyramphus homochrous</i>	
------------------	-------------------	--------------------------------	---



Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
VIREOS	VIREONIDAE		
Vireón Cejirrufo	<i>VIREONIDAE</i>	<i>Cyclarhis gujanensis</i>	
Vireo Ojirrojo	<i>VIREONIDAE</i>	<i>Vireo olivaceus</i>	
SINSONTES	MIMIDAE		
Sinsonte Colilargo	<i>MIMIDAE</i>	<i>Mimus longicaudatus</i>	
GOLONDRINAS	HIRUNDINIDAE		
Martín Pechigris	<i>HIRUNDINIDAE</i>	<i>Progne chalybea</i>	
Golondrina Azul y Blanca	<i>HIRUNDINIDAE</i>	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>	
Golondrina Alirrasposa Sureña	<i>HIRUNDINIDAE</i>	<i>Stelgidopteryx ruficollis</i>	
Martín Ribereño	<i>HIRUNDINIDAE</i>	<i>Riparia riparia</i>	








Golondrina Tijereta	<i>HIRUNDINIDAE</i>	<i>Hirundo rustica</i>	
Golondrina Ruficollareja	<i>HIRUNDINIDAE</i>	<i>Hirundo rufocollaris</i>	

Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
SOTERREYES	TROGLODYTIDAE		
Soterrey Ondeadado	<i>TROGLODYTIDAE</i>	<i>Campylorhynchus fasciatus</i>	
Soterrey Cejón	<i>TROGLODYTIDAE</i>	<i>Thryothorus superciliaris</i>	
Soterrey-Criollo Sureño	<i>TROGLODYTIDAE</i>	<i>Troglodytes musculus</i>	
PERLITAS	POLIOPTILIDAE		
Perlita Tropical	<i>POLIOPTILIDAE</i>	<i>Poliioptila plúmbea</i>	
REINITAS	PARULIDAE		
Parula Tropical	<i>PARULIDAE</i>	<i>Parula pitiayumi</i>	
Reinita Amarilla	<i>PARULIDAE</i>	<i>Dendroica aestiva</i>	
Antifacito Lorinegro	<i>PARULIDAE</i>	<i>Geothlypis auricularis</i>	

TANGARAS	THRAUPIDAE		
Eufonia Coroninaranja	THRAUPIDAE	<i>Euphonia saturata</i>	

Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
Eufonia Piquigruesa	THRAUPIDAE	<i>Euphonia laniirostris</i>	
Tangara Azuleja	THRAUPIDAE	<i>Thraupis episcopus</i>	
SALTADORES y PICOGRUESOS	CARDINALIDAE		
Saltador Listado	CARDINALIDAE	<i>Saltator striatipectus</i>	
Picogrueso Amarillo Sureño	CARDINALIDAE	<i>Pheucticus chrysogaster</i>	
Picogrueso Negriazulado	CARDINALIDAE	<i>Cyanocompsa cyanooides</i>	
SEMILLEROS y ESPIGUEROS	EMBERIZIDAE		
Pinzón Pechicarmesí	EMBERIZIDAE	<i>Rhodospingus cruentus</i>	
Semillerito Negriazulado	EMBERIZIDAE	<i>Volatinia jacarina</i>	
Espiguero Variable	EMBERIZIDAE	<i>Sporophila aurita</i>	

Espiguero Pico de Loro	<i>EMBERIZIDAE</i>	<i>Sporophila peruviana</i>	
Espiguero Gorjicastaño	<i>EMBERIZIDAE</i>	<i>Sporophila telasco</i>	

Nombre común	Familia	Nombre científico	Fotografía
OROPÉNDOLAS Y VAQUEROS	<i>ICTERIDAE</i>		
Vaquero Brilloso	<i>ICTERIDAE</i>	<i>Molothrus bonariensis</i>	
Cacique Lomiamarillo	<i>ICTERIDAE</i>	<i>Cacicus cela</i>	
Negro Matorralero	<i>ICTERIDAE</i>	<i>Dives warszewiczi</i>	
Clarinero Coligrande	<i>ICTERIDAE</i>	<i>Quiscalus mexicanus</i>	
Oriol Coliamarillo	<i>ICTERIDAE</i>	<i>Icterus mesomelas</i>	
Pastorero Peruano	<i>ICTERIDAE</i>	<i>Sturnella bellicosa</i>	
JILGUEROS	<i>FRINGILLIDAE</i>		
Jilguero Azafranado	<i>FRINGILLIDAE</i>	<i>Carduelis siemiradzkii</i>	

ANEXO 6. Programas de los diferentes planes a implementar en el humedal la Segua.

Programa de plan de prevención y mitigación

PROGRAMA DE PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-01
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	-Colocar rótulos indicando la prohibición de botar basura y hacer ruido dentro de áreas de avistamiento de aves. -Entregar afiches a los turistas informando la afectación que provocan el botar desechos sólidos dentro de las aguas del humedal. -Colocar paneles de información sobre el paseo en canoa.	-Numero de rótulos -Número de paneles.	-Fotos -Informes	Permanente
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	-Prohibir las actividades de extracción de aves por medio de carteles informativos. -Disponer de información sobre las especies de aves existentes en el área de influencia. -Informar a los turistas de no botar desechos sólidos en las áreas de visitas, a través de rótulos de prohibición.	-Número de decomisos -Numero de rótulos	-Informes -Fotos	Permanente
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Prohibir la pesca de especies que no estén listas para el consumo.	-Número de decomisos	-Informes de decomiso -Fotos	Permanente
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Colocar rótulos informativos que identifiquen la escasez del agua en la zona. -Informar a los turistas del cuidado que se debe dar al humedal para su conservación.	-Numero de rótulos	-Fotos	Permanente

Programa de plan de manejo de desechos

PROGRAMA DE PLAN DE MANEJO DE DESECHOS					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-02
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	-Implementar basureros en lugares visibles, debidamente señalados e identificados. -Los basureros deberán identificarse básicamente para mejor comprensión y recolección. -Los basureros identificados deberán encontrarse principalmente en lugares donde se generen desechos	-Numero de basurero	-Fotos	Permanente
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	-Realizar limpiezas constantes en las zonas donde se encuentra la población de aves	-Cantidad de desechos recolectas	-Informes -Fotos	Cada 6 meses
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Prohibir la introducción de bolsas plásticas a ciertas áreas del humedal, debido a que pueden ser peligrosas para algunas especies.	-Retención temporal de bolsas	-Informes -Fotos	Permanente
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Realizar mingas periódicas, para eliminar los desechos sólidos que pueden ir a las vertientes de agua.	-Número de mingas	-Fotos	Cada mes

Programa de relaciones comunitarias

PROGRAMA DE RELACIONES COMUNITARIAS					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-03
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	- Desarrollo de capacitaciones en temas relacionados al manejo de desecho	- Numero de capacitaciones	- Registro de asistencia - Fotos	Cada año
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	-Promover el cuidado de las zonas de aves, mediante mingas de recolección de desechos donde estén involucrados los turistas y la población local	- Número de mingas realizadas	- Fotos - Registro de asistencia	Cada 3 meses
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	- Prohibir la pesca con redes, ya que no solo afecta a las especies de fauna acuática, sino también a las aves.	- Numero de capacitación	- Registro de asistencia - Fotos	Cada 6 meses
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	- Informar a través de carteles sobre las áreas y actividades que representan peligro para los turistas y los habitantes de la parroquia	- Cantidad de carteles	-Fotos	Permanente

Programa de seguridad y salud ocupacional

PROGRAMA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-04
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	-Prohibir estrictamente el introductor deshechos contaminantes a los senderos (aceites, ácidos, entre otros)	-Decomisos	- Informes de los decomisos -Fotos	- Permanente
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	-Exponer mediante un cartel la distancia desde la que se puede observar a las aves de las zona	- Vaya de protección - Numero de carteles	- Monitoreo - Fotos	- Permanente
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Entregar el equipo necesario al personal que lo requiera, para realizar la operación, mantenimiento y limpieza de los implementos de pesca de manera segura	- Cantidad de implementos	- Inventario de implementos - Fotos	- Permanente
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Informar a los turistas acerca de la escasez de agua y las consecuencias que produce el mal uso de esta a través de carteles informativos	- Número de carteles	- Fotos	- Permanente

Programa de contingencias y emergencias ambientales

PROGRAMA DE CONTINGENCIAS Y EMERGENCIAS AMBIENTALES					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-05
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	-Identificar y disponer en áreas visibles una lista de teléfonos de emergencia: Cruz Roja, Policía, Fuerzas Armadas y Cuerpo de Bomberos.	-Número de emergencias atendidas	- Informes -Fotos	-Permanente
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	-Tener contacto con el Ministerio de Ambiente en caso de que se produzca alguna emergencia con alguna especie	-Número de emergencia atendidos	- Informes -Fotos	-Permanente
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Diseñar un croquis de contingencias que identifique la ubicación de los elementos de seguridad necesarios para cuando sean útiles, como botiquín de primeros auxilios, linternas, palos, cuerdas, extintores, entre otros	-Número de implementos de contingencias	- Informe de los eventos de riesgo atendidos	- Cada año
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Capacitar a todo el personal y población sobre el plan de contingencias.	-Número de capacitaciones	-Registro de asistencia -fotos	-Cada año

Programa de capacitación ambiental

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN AMBIENTAL					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-06
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	-Capacitar al personal y población sobre las medidas que se deben considerar si un turista se lastima por cualquier motivo.	- Número de capacitaciones	- Registro de asistencia - Fotos	Cada 6 meses
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	- Capacitar a las población local sobre las acciones a realizar en caso de que se realice el rescate de alguna especie en peligro de muerte	- Número de capacitaciones	- Registro de asistencia - Fotos	Cada año
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	- Desarrollar un programa de concienciación a la población y al turista a cerca del peligro del uso de elementos como aceites y gasolinas al interior del embalse	- Número de charlas	- Registro de asistencia - Fotos	Cada año
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Capacitar a todos los involucrados en la actividad turística sobre temas de conservación, con el fin de poder mantener un ecosistema saludable.	- Número de capacitaciones	- Registro de asistencia - Fotos	Cada año

Programa de reforestación

PROGRAMA DE REFORESTACIÓN					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-07
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar conteos constantes de la flora de los senderos - Realizar programas de reforestación en los senderos 	-Número de la población de aves	-Monitoreo de aves -Informes	Cada año
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	<ul style="list-style-type: none"> - Prohibir estrictamente la tala de árboles en las zonas de población de aves 	-Decomiso de árboles talados	-Informes de decomiso -Fotos	Permanente
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa				
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar anualmente campañas de reforestación 	-Número de árboles entregados	-Informes - Fotos	Cada año

Programa de monitoreo ambiental

PROGRAMA DE MONITOREO AMBIENTAL					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-08
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	-Llevar un registro de la cantidad de basura recolectada dentro de los senderos	-Cantidad de basura	-Informes -Fotos	Permanente
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	-Llevar un registro detallado de los decomisos y rescates realizados en las zonas de influencia	-Informes de decomiso y rescate	-Informes -Fotos	Permanente
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Llevar un registro detallado de los decomisos realizados.	-Número de decomisos químicos	-Informes -Fotos	Permanente
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	-Llevar un registro de las contaminaciones en las aguas.	-Número de contaminación detectada	-Informes -Fotos	Permanente

Programa de seguimiento ambiental

PROGRAMA DE SEGUIMIENTO AMBIENTAL					
OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: LA SEGUA-CANTÓN CHONE RESPONSABLE:					PPM-09
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Humedal y lagunas	Causado por la observación de aves, pesca deportiva, paseo en canoa	-Realizar un Check list para verificar el cumplimiento se las medidas propuestas para este impacto	-Cantidad de medidas cumplidas	-Check list	Cada 6 meses
Aves	Originado por el Observación de aves, senderismo	-Realizar un Check list para verificar el cumplimiento se las medidas propuestas para este impacto	-Cantidad de medidas cumplidas	-Check list	Cada 6 meses
Especies Acuáticas	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	- Realizar un Check list para verificar el cumplimiento se las medidas propuestas para este impacto	-Cantidad de medidas cumplidas	-Check list	Cada 6 meses
Calidad del Agua	Causados por la pesca deportiva, paseo en canoa	- Realizar un Check list para verificar el cumplimiento se las medidas propuestas para este impacto	-Cantidad de medidas cumplidas	-Check list	Cada 6 meses