



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ**

**MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**CARRERA TURISMO**

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

**TEMA:**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN  
LA COMUNIDAD PIEDRA DE PLATA, CANTÓN PICHINCHA-  
PROVINCIA MANABÍ.**

**AUTORES:**

**MIRIAM PAOLA GANCHOZO LUCAS**

**ALFREDO VICENTE LOOR VÁSQUEZ**

**TUTOR**

**MGTR. ÁNGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA**

**CALCETA, NOVIEMBRE 2015**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

Miriam Paola Ganchozo Lucas y Alfredo Vicente Loor Vásquez, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí 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 Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

\_\_\_\_\_  
**MIRIAM PAOLA GANCHOZO LUCAS**

\_\_\_\_\_  
**ALFREDO VICENTE LOOR VÁSQUEZ**

## **CERTIFICACIÓN DE TUTOR**

Ángel Guillermo Félix Mendoza certifica haber tutelado la tesis **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD PIEDRA DE PLATA, CANTÓN PICHINCHA- PROVINCIA MANABÍ**, que ha sido desarrollada por Miriam Paola Ganchozo Lucas y Alfredo Vicente Loor Vásquez, previa la obtención del título de Ingeniero 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.

---

**MGTR. ÁNGEL GUILLERMO FÉLIX MENDOZA**  
**TUTOR**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han APROBADO la tesis **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD PIEDRA DE PLATA, CANTÓN PICHINCHA- PROVINCIA MANABÍ**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Miriam Paola Ganchozo Lucas y Alfredo Vicente Loor Vásquez, previa a la obtención del título de Ingeniero 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.

---

MBA. ENMA REGALADO ESPINOZA

MIEMBRO

---

MSc. RODNEY ALFONSO ALFONSO

MIEMBRO

---

MSc. NELSON GARCIA REINOSO

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 Dios por ser la luz que guía mi camino; a mis padres por ser pilar fundamental en mi vida y por todo el apoyo recibido durante estos 5 años de estudio.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a ese ser especial que me acompaña desde el cielo; a mis padres porque gracias a ellos estoy donde estoy; a mis familiares que se han hecho presente en los momentos que más los necesite.

---

MIRIAM P. GANCHOZO LUCAS

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López porque me dio la oportunidad de capacitarme y ser parte de ella; a Dios por haberme dado las fuerzas necesarias para salir adelante y guiarme por el camino del bien; a mis padres por brindarme su apoyo incondicional durante toda mi vida estudiantil;

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por haberme dado la vida y guiarme siempre por el camino del bien; a mis padres, abuelos y hermanos que con su apoyo incondicional me han permitido alcanzar otro eslabón en mi vida estudiantil; a mis compañeros de clase que me han brindado el apoyo y la ayuda necesaria para salir adelante.

---

ALFREDO V. LOOR VÁSQUEZ

## CONTENIDO GENERAL

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES .....	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FOMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	5
1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	5
1.2.2. JUSTIFICACIÓN LEGAL.....	5
1.2.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	5
1.2.4. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL.....	6
1.2.5. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICO.....	6
1.2.6. JUSTIFICACIÓN SOCIAL .....	6
1.2.7. APLICACIÓN PRÁCTICA.....	6
1.3. OBJETIVOS .....	7
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	7
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
1.4. IDEA A DEFENDER.....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	9
2.1.1 PLAN ESTRATÉGICO .....	9
2.2. LÍNEAS ESTRATÉGICAS .....	9
2.3. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO.....	10
2.4. ESTUDIO DE MERCADO .....	11
2.5. TURISMO.....	13
2.6. DESARROLLO SUSTENTABLE .....	14
2.7. TURISMO SOSTENIBLE .....	15
2.8. TURISMO ALTERNATIVO.....	16
2.8.1. ECOTURISMO .....	17
2.8.2. TURISMO DE AVENTURA .....	18
2.8.3. TURISMO RURAL.....	19
2.8.4. TURISMO CULTURAL.....	20

2.9. COMUNIDAD .....	21
2.10. DINAMIZACIÓN SOCIOECONÓMICA.....	22
2.11. ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO .....	23
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO .....	24
3.1. DESCRIPCIÓN DE LAS DIFERENTES FASES .....	28
3.1.1. FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL.....	28
3.1.2. FASE II. ESTUDIO DE MERCADO OBJETIVO .....	32
3.1.3. FASE III. DISEÑO DE ESTRATEGIAS .....	32
3.1.4. FASE IV. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	33
3.1.4.1. ETAPA VI. DETERMINACIÓN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN.....	33
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	34
4.1. FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL EN LA COMUNIDAD PIEDRA DE PLATA. ....	34
4.1.1. DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	34
4.1.1.1. CARACTERÍSTICAS AMBIENTALES.....	35
4.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS BÁSICOS.....	36
4.1.3. DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO .....	37
4.1.4. DIAGNÓSTICO EXTERNO .....	42
4.1.5. DIAGNÓSTICO COMPETITIVO.....	43
4.1.6. MATRIZ FODA .....	45
4.1.7. SELECCIÓN DE SITIOS CON POTENCIAL TURÍSTICO.....	48
4.1.8. INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS.....	51
4.1.9. ZONIFICACIÓN TURÍSTICA.....	54
4.1.10. ANÁLISIS DE IMPACTOS AMBIENTALES.....	57
4.2. FASE II. ESTUDIO DE MERCADO OBJETIVO .....	63
4.2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	64
4.2.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	68
4.2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	68
4.3. FASE III. DISEÑO DE ESTRATEGIAS .....	70
4.3.1. DETERMINAR LAS ESTRATEGIAS DE ACCIÓN .....	70
4.3.2. PROGRAMAS Y PROYECTOS .....	72

4.4. FASE IV. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	77
4.4.1. DETERMINACIÓN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN.....	77
4.5. DISCUSIÓN .....	79
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	80
5.1. CONCLUSIONES.....	80
5.2. RECOMENDACIONES .....	81
BIBLIOGRAFÍA .....	82
ANEXOS .....	90

## **CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS**

Figura 02.01. Hilo conductor del plan e 1.....	8
Figura 02.02. Clasificación del turismo alternativo.....	17
Figura 02.03. Clasificación del ecoturismo.....	18
Cuadro 03.01. Diseño metodológico según los autores.....	24
Cuadro 03.02. Síntesis de metodologías.....	25
Cuadro 03.03. Diseño metodológico para el plan de desarrollo turístico.....	27
Cuadro 03.04. Matriz FODA.....	31
Imagen 04.01. Mapa de la comunidad Piedra de Plata.....	34
Cuadro 04.05. Análisis de factores internos claves EFI.....	39
Cuadro 04.06. Interpretación de análisis de encuestas dirigida a los habitantes.....	41
Cuadro 04.07. Análisis de factores externos claves EFE.....	42
Cuadro 04.08. Análisis MPC.....	44
Cuadro 04.09. Estrategias de reorientación para el desarrollo del turismo en la comunidad Piedra de Plata.....	47
Cuadro 04.10. Límites para evaluación individual.....	48
Gráfico 04.01. Análisis y tabulación de factores decisivos.....	49
Gráfico 04.02. Análisis y tabulación de factores importantes.....	50
Gráfico 04.03. Análisis y tabulación de factores deseables.....	50
Imagen 04.02. Ficha de resumen, evaluación y jerarquización de los recursos.....	53
Cuadro 04.11. Matriz de potencialidades turísticas.....	54

Cuadro 04. 12. Zonificación.....	55
Imagen 04. 03. Mapa de zonificación turística de la comunidad Piedra de Plata.....	57
Imagen 04. 04. Matriz de Leopold con sus respectivos impactos.....	58
Cuadro 04. 13. Impactos ambientales.....	60
Cuadro 04. 14. Planes de prevención y mitigación.....	60
Fórmula 04.01. Muestra de población desconocida.....	63
Cuadro 04. 15. Perfil de visitante.....	65
Cuadro. 04.16. Prestadores de servicios turísticos.....	66
Cuadro. 04. 17. Análisis de respuestas de prestadores de servicios turísticos.....	66
Cuadro. 04. 18. Organismos públicos.....	67
Cuadro. 04.19. Análisis de respuestas de representantes de organismos públicos...	67
Cuadro 04. 20. Descripción de centros turísticos.....	69
Cuadro. 04.21. Componentes del área de estudio.....	70
Cuadro. 04.22. Estrategias de acción.....	71
Cuadro. 04. 23. Programas y proyectos del plan estratégico de desarrollo.....	73
Cuadro. 04. 24. Plan estratégico de desarrollo.....	73
Cuadro. 04. 25. Cronograma de los Programas y proyectos del plan estratégico de desarrollo.....	76
Cuadro 04.26. Matriz de indicadores de control y seguimiento.....	77

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo general diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad Piedra de Plata, cantón Pichincha, provincia Manabí; la información recopilada se obtuvo mediante investigación bibliográfica y de campo, para lo cual se plantearon tres objetivos específicos. Se identificó que la problemática que impide el impulso del turismo en Piedra de Plata es el deficiente desarrollo de la actividad turística debido a varios componentes como la inexistente infraestructura turística, la insuficiente señalética y el desconocimiento del potencial turístico. En cuanto a los resultados, la primera fase se determinó a través del diagnóstico participativo, externo y competitivo, aplicando herramientas como las matrices de evaluación de factores externos, evaluación de factores internos, de perfil competitivo y la matriz FODA, corroborando las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuentan; en la fase del estudio de mercado se comprobó una oferta turística inexistente en la comunidad; respecto a la demanda se estableció el perfil del visitante, determinando sus gustos y preferencias en cuanto al desarrollo del turismo en áreas rurales; la fase del diseño de estrategias y la fase de control y seguimiento se basó en analizar los resultados de la primera fase, como el análisis del FODA y el estudio del PLANDETUR. En conclusión se establecieron estrategias según la realidad turística de Piedra de Plata, por lo que se proponen ocho programas y trece proyectos tomando como referencia la metodología planteada en el PLANDETUR 2020 y los resultados obtenidos de la investigación.

## **PALABRAS CLAVES**

Estrategias de desarrollo, turismo rural, turismo comunitario, desarrollo sostenible, turismo sustentable, desarrollo mancomunado.

## **ABSTRACT**

This research has the overall objective to design a strategic plan for tourism development in Silver Stone, Pichincha Region, province of Manabí; the information gathered was obtained through literature and field research, for which three specific objectives were raised. It was identified that the problem that prevents the promotion of tourism in Silver Stone is the poor development of tourism due to various components such as non-existent tourist infrastructure, inadequate signage and lack of tourist potential. As for results, the first phase was determined through participatory, external and competitive diagnosis, using tools such as evaluation matrices of external factors, internal factors evaluation, competitive profile and SWOT matrix, confirming the main strengths, weaknesses, opportunities and threats; in the study phase of a nonexistent market tourism in the community was found; On the demand of the visitor profile was established, determining their tastes and preferences in the development of tourism in rural areas; the design phase and phase strategies of control and monitoring is based on analyzing the results of the first phase, as SWOT analysis and study of PLANDETUR. In conclusion strategies were established according to the tourism situation Silver Stone, so thirteen eight programs and projects with reference to the methodology proposed in the PLANDETUR 2020 and the results of research are proposed.

## **KEY WORDS**

Development strategies, rural tourism, community tourism, sustainable development, sustainable tourism, joint development.

# **CAPÍTULO I. ANTECEDENTES**

## **1.1. PLANTEAMIENTO Y FOMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Según Blanco (2008) los organismos turísticos se han visto en la necesidad de elaborar planes de desarrollos turísticos sostenibles con metodologías enfocadas al buen uso de los recursos naturales y culturales, es importante resaltar que la planificación se ha vuelto el eje principal de toda organización y actividad económica, es por lo mencionado anteriormente que el Ecuador también se suma a ese proceso de planificación ya que busca crear una política y una cultura de planeación que direcciona a una mejor participación de los sectores públicos y privados de las diferentes partes del turismo.

La actividad turística en el Ecuador por muchos años se ha visto vinculado a una mala planificación con precedentes de desconocimiento de la administración turística, lo que llevaba al desvío de las ganancias que podía dejar el turismo; en la actualidad el turismo interno genera empleo, evita la migración de personas y divisas, dinamiza actividades industriales, artesanales, vincula comunidades y permite tener ingresos significativos, es por estos aspectos la importancia de la planificación turística.

Uno de los campos de acción donde se desarrolla la actividad turística se basa principalmente en la naturaleza o en el aprovechamiento de los recursos naturales, que en ciertos casos se realiza sin planificación y de manera ineficiente, es por esto que en la actualidad debido a los problemas ambientales los organismos turísticos se han visto en la necesidad de implementar nuevas alternativas turísticas, como es el caso del ecoturismo, turismo rural y turismo cultural que surge como una tendencia de conservación. Cabe mencionar que a raíz de los problemas ambientales han surgido alternativas de turismo, con una perspectiva diferente, buscando implementar actividades que sean más amigables con el ambiente, siendo así el turismo alternativo una de las principales motivaciones.

GEO (Global Environment Outlook) (2010) aduce que el Ecuador es un país que posee una abundante biodiversidad natural y cultural la cual está en un proceso de desarrollo reciente, en función al turismo rural, el turismo manejado responsablemente puede tomar una fuerza positiva para la conservación del ambiente y el mejoramiento sustentable de la calidad de vida en el país.

Tal como se plantea en los modelos de gestión del Plan Nacional del Buen Vivir, en el eje quinto: “Lo constituye el impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, que se presentan, también como actividades alternativas que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y (re) distribución de la riqueza. Sin embargo, esta (industria verde) también necesita desarrollar capacidades, como la formación profesional en todos los campos de servicios turísticos y de naturaleza e inversión en los planes de manejo de los espacios naturales y generación de información de las oportunidades turísticas a nivel nacional e internacional”.

Como también se resalta en el PLANDETUR 2020 (PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR) “El turismo sostenible plantea oportunidades para mejorar las condiciones de vida de los seres humanos, ya sea a través de la articulación de negocios privados y comunitarios en cadenas de valor que generan empleo directo e indirectamente, como a través de la demanda de servicios turísticos que generen experiencias auténticas”.

Para Grefa (2013) uno de los ejemplos más claros de desarrollo turístico enfocados en actividades eco-comunitarias, y según el Plan Nacional del Buen Vivir se impulsa en la comunidad tormenta de la Selva Loreto – Ecuador. Ya que desde que se comenzó con la implementación de proyectos de turismo rural dentro de su comunidad han visto el progreso de la misma y de sus habitantes, aprovechando de una manera sustentable la belleza natural y cultural de su zona.

Para Chinga y Párraga (2011) en la provincia de Manabí el turismo es una actividad que recientemente está en auge, a pesar de que posee las condiciones adecuadas

para que se ejecute esta actividad debido a las condiciones naturales y culturales no se ha desarrollado en su totalidad, para esto se toma como referencia que en la provincia existen varios proyectos con dichas características de desarrollo de turismo alternativo como son: La Comuna de Agua Blanca , la Isla Corazón y Río Muchacho los cuales tienen mucha más relevancia a nivel nacional en cuanto a ecoturismo, pero cabe mencionar que a pesar de la existencia de estos lugares donde se realiza esta actividad hace falta establecer nuevas estrategias que permitan mejorar el desarrollo del turismo rural ,ejecutando y diseñando nuevos productos a nivel provincial.

La comunidad Piedra de Plata se encuentra ubicada a 18 kilómetros desde la cabecera cantonal Calceta y a 48 kilómetros desde el cantón Pichincha; el sustento económico de la comunidad se basa principalmente en la agricultura y ganadería, por lo que el turismo en dicha zona es una actividad en ciertos casos desconocida y que a pesar de que cuenta con características propias, con recursos naturales como cascadas, ríos, gastronomía típica de la zona, manifestaciones culturales y lo más relevante su flora y fauna no existe un solo producto turístico que involucre actividades de agroturismo o de turismo rural , buscando fomentar el desarrollo del área de estudio.

Es importante mencionar que uno de los principales factores para que no se desarrolle de manera organizada la actividad turística en la comunidad de Piedra de Plata (ver anexo 1, árbol del problema), es por la limitada gestión de las autoridades locales, la falta de compromiso y esto a su vez impide el desarrollo a través de las malas prácticas administrativas. La comunidad se caracteriza por ser un grupo unido pero cabe resaltar que esto no basta para generar un progreso turístico, la poca difusión de las ventajas de la actividad turística, la escasa inversión en actividades que dejen a un lado el mal manejo de los recursos naturales (malas prácticas agropecuarias) y la inexistencia de servicios turísticos es un factor clave en el área de estudio.

La falta de una cultura ambiental y de conservación se ve ligada a la inexactitud de profesionales en el ámbito turístico, ya que en ciertos casos los comuneros desconocen de las normativas turísticas y la aplicación de la legislación de la misma es casi nula; la deficiente capacitación técnica o el mal aprovechamiento de esta herramienta fomentan la deficiente calidad de los servicios operativos, la falta de concienciación y valoración de los atractivos turísticos por parte de la comunidad y del gobierno local hacen que la oferta turística en cuanto a productos que involucren nuevas alternativas turísticas sea débil. Es por esto que a través de lo planteado anteriormente surge la siguiente interrogante:

¿A través de un plan estratégico se puede desarrollar de manera organizada la actividad turística sostenible en la comunidad de Piedra de Plata?

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

Esta comunidad cuenta con recursos naturales con mucho potencial turístico, posee recursos como cascadas, ríos, producción agropecuaria tradicional, gastronomía típica, manifestaciones culturales y lo más relevante su flora y fauna diversa; todos estos componentes permitirán el impulso del turismo en dicha comunidad planteando líneas estratégicas de desarrollo.

### **1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La determinación de los preceptos teóricos sirven de respaldo para la implementación de la propuesta de desarrollo turístico, ya que gracias a esto se tendrá un conocimiento concreto de los temas a ser tratados dentro de la investigación y una vez culminada la misma puede servir de respaldo para investigaciones en un futuro.

### **1.2.2. JUSTIFICACIÓN LEGAL**

En cuanto a lo legal se respalda en varios documentos de gestión y planificación como es la Constitución del Ecuador vigente, Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013, Plan de Desarrollo Territorial y el PLANDETUR 2020 (Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador).

### **1.2.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Para desarrollar la presente investigación se utilizarán métodos, técnicas y herramientas con las cuales se recopilará información necesaria y verídica, para de este modo poder llegar a la práctica y ejecución del plan estratégico de desarrollo turístico, tomando en cuenta el criterio de varios autores dando paso así a la propuesta de los mismos.

#### **1.2.4. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL**

La presente investigación se justifica ambientalmente debido a que en la elaboración del plan de desarrollo turístico se han considerado normativas basadas en aspectos de cuidado y conservación ambiental, de esta manera se minimizará los posibles impactos ambientales que se pudieran originar por la actividad turística.

#### **1.2.5. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICO**

En la actualidad el turismo es uno de los mayores ingresos que tiene el Ecuador por su variedad de destinos turísticos, en Manabí encontramos una variedad de lugares con gran potencial para un desarrollo como es el caso de Piedra de Plata que cuenta con recursos naturales, los cuales de una manera más organizada puede contribuir al desarrollo turístico sustentable de dicha comunidad generando una dinamización económica.

#### **1.2.6. JUSTIFICACIÓN SOCIAL**

El presente trabajo se justifica porque permitirá a los habitantes de la comunidad de Piedra de Plata en primer lugar conocer sobre la existencia e importancia de los recursos naturales y culturales que poseen para posteriormente darle una valorización, generando también más interés a los pobladores desde una percepción económica para que de esta manera no ignoren la riqueza que posee y de esta manera beneficiarse generando trabajo y que puedan tener una vida digna.

#### **1.2.7. APLICACIÓN PRÁCTICA**

El propósito de elaborar un plan estratégico para el desarrollo turístico en la comunidad de Piedra de Plata, cantón Pichincha- Manabí, se justifica por que la propuesta busca promover e impulsar el turismo enfocándose en las nuevas alternativas turísticas sostenibles y por ende el involucramiento de la comunidad ya que son quienes contribuirán directamente en el desarrollo de la misma debido a los propios conocimientos que ellos tienen, contribuyendo en la dinamización

socioeconómica y medioambiental del sector, permitiendo mejorar la calidad de vida de los habitantes aprovechando los recursos naturales de una manera sustentable basándonos en la normativas de actividades turísticas vigentes con el respaldo de las organizaciones locales como la Junta parroquial, la comunidad y el GAD del cantón Pichincha. Cabe mencionar que el trabajo de investigación tendrá como base fundamental los tres principios esenciales de la sustentabilidad como es lo económico, social y medioambiental; ya que si se fomenta lo anteriormente mencionado la comunidad tomará conciencia sobre temas como el cuidado ambiental y preservación de sus recursos naturales y así ser favorecidos de los beneficios que genera el turismo.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad de Piedra de Plata, cantón Pichincha- Provincia Manabí.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Elaborar un diagnóstico turístico situacional en la comunidad Piedra de Plata evaluando las características ambientales, socioeconómicas y turísticas.
2. Plantear un estudio de mercado que sirva como base para las líneas de acción y promoción del destino.
3. Proponer programas y proyectos que promuevan el desarrollo turístico en la comunidad de Piedra de Plata.

### **1.4. IDEA A DEFENDER**

Si se elabora un plan estratégico de desarrollo turístico en la comunidad de Piedra de Plata, cantón Pichincha- Provincia Manabí, entonces se puede contribuir con una herramienta que permita aprovechar los recursos naturales de una manera sustentable y sostenible generando una concientización de los habitantes.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentan los principales preceptos teóricos relacionados con el tema de investigación Plan Estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad de Piedra de Plata, cantón Pichincha- Manabí, teniendo así de referencia el criterio de varios autores. A continuación se muestra el hilo conductor.



**Figura 02. 01.** Hilo conductor del plan estratégico de desarrollo turístico  
**Fuente:** Elaboración propia

## **2.1. PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO**

### **2.1.1 PLAN ESTRATÉGICO**

El plan estratégico ayudará a definir las estrategias a ser utilizadas dentro del desarrollo turístico de la comunidad las cuales tienen como objetivo fundamental el avance económico de la zona, la preservación del medio ambiente y la introducción de mejoras socioeconómicas, sobre todo en el perímetro del empleo, la cultura, la participación y toma de conciencia de la población local. Para esto se siguen los siguientes pasos: Presentación: Delimitación de prioridades estratégicas, definición de escenario, estructura de objetivos; introducción: misión y visión; análisis de la situación actual: Diagnóstico; formular estrategias: priorizar; plan de acción: plan operativo.

Todo esto se da con el fin de lograr la adecuada ejecución del plan de desarrollo turístico la misma que no puede realizarse mediante un proceso lineal, ya que dentro de este sector existe un grado muy alto de incertidumbre. Además hay que tener en cuenta la demanda, la localización de los recursos, sus rasgos, realización y uso dentro de la sociedad. (Miranda, 2014).

Cabe mencionar que Martínez y Milla (2005) en su libro indican que un plan estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico- financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa. También indican que para la elaboración de un plan estratégico se debe tener en cuenta tres aspectos fundamentales: el análisis estratégico, la formulación estratégica y la implementación de la estrategia.

## **2.2. LÍNEAS ESTRATÉGICAS**

Santamera (2013) aduce que las líneas estratégicas son un reflejo de los objetivos estratégico dentro de una organización los cuales se dan con el propósito de lograr los objetivos empresariales estableciendo así las siguientes líneas estratégicas de

actuación: determinación del marco institucional, normalización del patrimonio, definición del organigrama de funciones, definición de los miembros organizativos todo esto con el fin de estructurar una mejor comprensión de la metodología de trabajo. En cuanto a la actividad turística las líneas estratégicas dentro de la comunidad buscan estar enmarcadas en un hecho social y económico todo esto con el fin de lograr la correcta planificación y el orden en las acciones que se tienen previsto llevar a cabo en dichas líneas para lograr el bienestar de la población local.

Según la (Asociación de Alcaldesas y Concejales de Bolivia) "ACOBOL" (2014) aducen que las líneas estratégicas consisten en la definición macro de la intervención de las asociaciones departamentales de concejales, cuya misión está enfocada en articular un conjunto de demandas y mandatos, organizados por afinidad de temáticas y responsabilidades. Además los Programas son la disociación de las Líneas de Intervención en grupos de temas afines articulados por objetivos comunes, cuyos resultados diferentes, implican el logro del objetivo estratégico de cada línea de intervención. Por esta razón las Líneas Estratégicas y Programas responden a las definiciones legales.

Botella (2012) y Rogelio (2010) en sus investigaciones coinciden que las líneas estrategias son un reflejo de los objetivos estratégicos de la organización, y debe contemplar tiempos y responsables siendo un reflejo del uso y disposición de los recursos de la organización que se orientarán a su ejecución. Además aducen que estas líneas deben tener presente la realidad de la empresa, siendo una combinación de objetivos estrella, retadores, que darán brillo al plan y líneas vivas orientadas a la mejora organizativa.

### **2.3. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO**

Cortés (2013) aduce que el informe Brutland definió este concepto para hacer frente a la crisis ecológica: es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Se hace referencia a que el desarrollo sostenible, es de

vital importancia para de esta manera considerar que los recursos aprovechados son definidos y que las generaciones futuras puedan seguir aprovechándolos. Todo esto trata de garantizar unas estrategias de desarrollo fiables para garantizar que en el futuro también sea posible disfrutar de las bondades del planeta y sus ecosistemas.

Para Lima *et al*; (2012) las estrategias de desarrollo parten desde un compromiso vinculado con el turismo para que el mundo esté en una constante faceta de desarrollo, la cual con el paso del tiempo viene adquiriendo mayor interés por parte de los gobiernos para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio. Por este motivo la acción productiva centró las estrategias de desarrollo de los territorios en la consolidación de la sociedad post-productivista que desde la última década del pasado siglo ha sufrido profundas transformaciones en los valores y prioridades individuales y colectivas con el fin de alcanzar las estrategias de desarrollo local dentro de una localidad o territorio.

Además Hinojosa *et al*; (2013) define a la estrategia de desarrollo turístico como una táctica de desarrollo sustentable que a partir de este efecto comparte y asume completamente su enfoque que arranca desde la adopción del desarrollo sostenible como una política pública para formular inversiones a nivel regional que solicita de la voluntad de todos; especialmente de las autoridades, quienes tienen que articular políticas, planes, programas, proyectos y marcos regulatorios, que unan las estrategias que conducen y direccionan el progreso hacia un desarrollo económico orientado a reducir la desigualdad social, enfocándose siempre en salvaguardar la riqueza natural y cultural que tiene un país o la región en particular.

## **2.4. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es un análisis cuyo fin es el de determinar cuáles son las nuevas tendencias de servicios, de valores, de cómo proveer y así diseñar productos que vayan acorde a esas nuevas tendencias, y según Thompson (2008) el análisis de mercado es una investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características

o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

La (Asociación Gallega De Empresas De Tecnologías De Información Y Comunicación) "AGESTIC" (2009) el estudio de mercado es la recolección de información sobre los clientes, la competencia, las prácticas habituales de trabajo en el sector, etc. También menciona que existen distintas formas de recopilar información que sea de ayuda para determinada organización, se pueden citar Internet, prensa y publicaciones especializadas, organismos oficiales, asociaciones de empresarios, cámaras de comercio, encuestas. Todos estos datos serán oportunos al momento de querer realizar un estudio de mercado, para así determinar cuáles son las nuevas tendencias y poder diseñar productos que vayan acorde a las nuevas necesidades de los clientes, y así mantenerse en el margen con la competencia.

Para muchos empresarios el estudio de mercado es la base del éxito de una empresa, analizar cuáles son los nuevos gustos de los clientes y estar al día con las diversas formas de comercializar un producto es fundamental para el posicionamiento de las mismas; pero, Barbosa (2007) indica que el estudio de mercado tiende a confundir a muchos emprendedores ya que ellos solo se centran en un nicho de mercado específico, también menciona que el estudio de mercado es el análisis de un problema en particular y determinar las necesidades de un mercado objetivo que requiere solucionar ese problema para convertirse en una oportunidad para la empresa, estableciendo un servicio que satisfaga las necesidades del mercado objetivo.

Para Marrero, *et al;* (2015) el estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan antes de ofrecer un producto o servicio. Por esta razón se analiza la oferta y la demanda que se basan en el análisis de las necesidades dentro del territorio, las nuevas tendencias de servicios, diseños, análisis de ventas, imagen, y los canales de distribución del mismo todo esto se da con el objetivo de tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, junto a

esto se establece la política de precios y de comercialización y a través de lo mencionado anteriormente se puede llegar a conocer si las actividades turísticas realizadas dentro de la comunidad tendrán aceptación o no.

## **2.5. TURISMO**

Como Ibáñez (2014) plantea el turismo constituye una importante fuente de ingresos y es el causante de generar una dinamización socio-económica en una región determinada, el turismo ha sido el principal causante de la revitalización de comunidades y porque no de países enteros cuya principal actividad económica es el turismo. Pero Ibáñez (2014) también menciona que el turismo conlleva implicaciones que deben ser resaltadas, como que el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural, en zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos, ya sean estos positivos o negativos; y es por esto que debe existir la planificación estratégica adecuada para poder prevenir y orientar a las comunidades que tienen como idea ingresar al mundo del turismo.

La (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia Paseo del Malecón) "EUTM" (2012) define al turismo como un conjunto de actividades o fenómenos que se producen como resultado del desplazamiento transitorio de las personas fuera de su lugar de origen, siempre y cuando el viaje no esté enfocado a razones lucrativas dando paso así a la clasificación de mismo. Desde sus principios, la expresión turismo ha sido asociada con la acción de "viajar por placer". Por esta razón la (Organización Mundial de Turismo) "OMT" (2012) aduce que el turismo es la actividad de viajar o de emplear el tiempo libre en busca de recreación y lo efectúan las personas en un periodo determinado, fuera de su lugar de residencia habitual con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros.

El (El Plan Nacional e Integral de Turismo España) "PNIT" (2012) deduce que el turismo está enmarcado en un diagnóstico o actividad que implica viajar, hospedarse o pernoctar en un siempre y cuando se acuda a otro lugar geográfico distinto al que

residimos con el fin de buscar descanso, entretenimiento y nuevas experiencias de vida.

El turismo es una actividad económica que está ganando cada vez más importancia en el contexto socioeconómico global. Por este motivo Alcicley (2013) aduce que el turismo es la actividad que busca el desarrollo constante de grupos sociales a través de la actividad turística y las novedades del entorno institucional enfocadas en los atractivos naturales y culturales que inciden directamente y / o indirectamente en el desarrollo del turismo, contribuyendo así estructuración de las relaciones políticas, económicas y sociales entre las instituciones para mejorar las dimensiones que construyen al desarrollo local.

## **2.6. DESARROLLO SUSTENTABLE**

El desarrollo sustentable se basa literalmente en que las actividades ya sean estas de cualquier índole se sustenten a través del tiempo, ósea que el turismo o cualquier actividad de desarrollo sea realmente defendible y que esa acción sustente las necesidades básicas de las personas y de los lugares donde se da el dinamismo turístico o que le de sustento a las regiones donde se da el movimiento turístico. Martínez (2003) indica que la sustentabilidad es aquella que reconoce los límites y potencialidades de la naturaleza, así como la complejidad ambiental, inspirando una nueva comprensión del mundo para enfrentar los desafíos de la humanidad en el tercer milenio. Pero es importante mencionar que según Guzmán *et al;* (2000) citado por Martínez (2003) la sustentabilidad real requiere proteger las especies, las personas y el reconocimiento de diversas especies y distintos pueblos.

La (Friedrich Ebert Stiftung) “FES” (2013) señala que el desarrollo sustentable tiene un propósito fundamental que es el de establecer estrategias o propuestas viables de conservación del medio ambiente y de los recursos naturales y culturales en armonía con las poblaciones locales; discutir alternativas de producción de energía limpia y proponer espacios de capacitación para el cuidado y observancia de los derechos de la naturaleza.

## 2.7. TURISMO SOSTENIBLE

Según Arias *et al;* (2013) para la Federación de Parques de Nacionales y Naturales, el Turismo Sostenible constituye “todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad”. El turismo sostenible debe ser una actividad que se sostenga a través de los principios básicos de la sostenibilidad, teniendo en cuenta que esa sostenibilidad debe ser reflejada en el buen uso del suelo y en las buenas prácticas turísticas, la comunidad debe tener en cuenta que las nuevas alternativas de desarrollo plasman los lineamientos a seguir para un turismo responsable; También cabe mencionar que estas temáticas nacen a través de la necesidad de crear estrategias que sirvan para mitigar los diferentes impactos negativos que ha dejado la mano del hombre a través del tiempo.

Pero cabe mencionar que existe una concordancia de criterios ya que según Mancero (2012) el desarrollo sostenible es aquel adelanto capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Según la (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos) “OECD” (2008) el término desarrollo sostenible tuvo aceptación a finales de la década de 1980, lo cual indica dos puntos indispensables para el mismo, comprender que el crecimiento económico debe estar vinculado con lo social y ambiental; la naturaleza intervencional al desarrollo sostenible requiere que se establezcan fronteras y así coordinar estrategias y tomar decisiones acorde a las necesidades, también menciona que el núcleo del desarrollo sostenible se basa tres pilares: la sociedad, la economía y el medio ambiente.

Dentro del desarrollo sostenible el turismo juega un papel muy importante por lo cual el BIOCOMERCIO (2014) define al turismo sostenible como aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los

beneficios de la actividad son repartidos de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

El desarrollo Sostenible establece una estrecha vinculación entre: crecimiento económico, equidad social y protección del medio ambiente. El percatarse como los patrones de consumo afecta significativamente la disponibilidad y calidad de los recursos naturales necesarios para vivir.

## **2.8. TURISMO ALTERNATIVO**

Torres *et al*; (2013) indican que el turismo alternativo tiene una finalidad generar el desarrollo físico, mental, cultural y social del ser humano, el turismo alternativo nace como una opción más consciente de hacer turismo con un enfoque que es el de crear empleos y propiciar un turismo comprometido con el desarrollo sustentable y sostenible, utilizando tecnologías alternativas apropiadas. El turismo alternativo busca potenciar las actividades que generen un conocimiento significativo en el turista, dejando a un lado el turismo explosivo y degradador que se estaba dando, gracias al surgimiento de nuevas tendencias turísticas como es el turismo alternativo se podrá minimizar impactos negativos y darle un realce positivo al turismo.

Es importante mencionar que según la (Secretaría de Turismo) “SECTUR” (2004) el turismo alternativo 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. Pero es indispensable mencionar la relación de criterios que existe entre los autores los cuales tienen como principio fundamental el de generar un compromiso socio- ambiental y respeto; resaltando que la “SECTUR” (2004) cita que el análisis de este tópico ha facilitado la segmentación del Turismo Alternativo, basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza.

Es así que “SECTUR” (2004) y Torres *et al;* (2013) muestran una clasificación bastante oportuna al momento de querer realizar alguna actividad de las nuevas modalidades del turismo alternativo, manteniendo siempre el énfasis de generar conocimiento y una educación ambiental tributando al desarrollo sostenible. A continuación se muestra un gráfico de la clasificación del turismo alternativo:



**Figura 02. 02.** Clasificación del turismo alternativo.

**Fuente.** SECTUR (2004) y Torres *et al;* (2013)

### **2.8.1. ECOTURISMO**

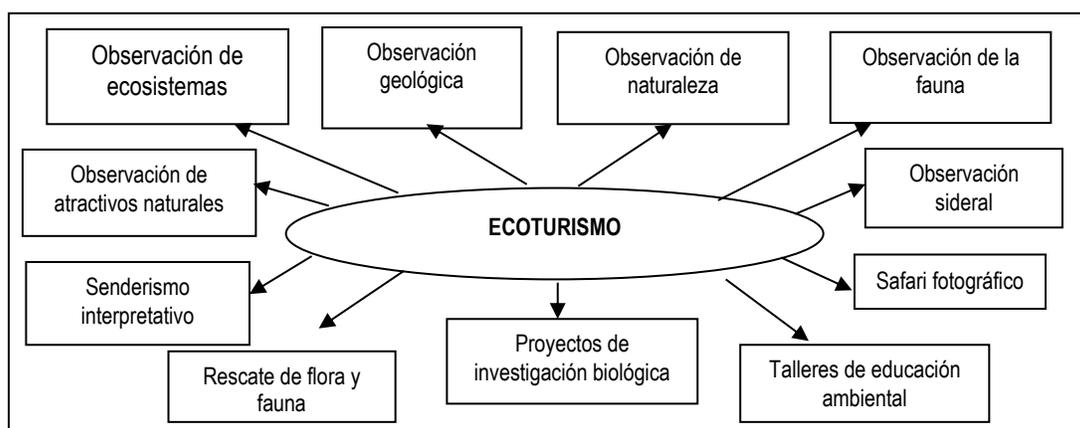
El ecoturismo es una actividad que está estrechamente ligada a la conservación de los recursos naturales, por lo general el ecoturismo se da en áreas que contengan un alto nivel de necesidad de conservación como las áreas protegidas, es por esto que Piñar *et al;* (2012) manifiesta que en los últimos años se ha considerado la consonancia entre el ecoturismo y preservación y esta relación se justifica en el hecho de que, a diferencia del turismo convencional, el ecoturismo lleva un componente educativo implícito presente en todas sus actividades y servicios, el factor diferenciador de esta actividad se denomina la educación ambiental.

Flores *et al;* (2012) indican que el ecoturismo, es una estrategia para la protección de áreas naturales, para la promoción de todo lo que contiene ese espacio y lo más importante para generar el desarrollo económico ya sea a nivel local e internacional; por otro lado, en la definición de ecoturismo, se hace ver aspectos de sustentabilidad, especialmente al preocuparse por respetar y conservar los recursos naturales y culturales.

El ecoturismo, se define como los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con

la misma y que abarca una serie de actividades como son la observación de flora y fauna, senderismo interpretativo, talleres de educación ambiental y el rescate de flora y fauna... (Flores *et al*; 2012). Cabe mencionar que según “ECOTUR” (2014), define al ecoturismo como turismo ecológico el cual tiene un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística.

Ibáñez (2013) manifiesta que el ecoturismo es un segmento especializado del turismo sostenible, que es una forma de hacer turismo responsablemente enfocado en minimizar los impactos que a través del turismo se puedan generar, pero que también busca la integración y los beneficios para todos los que se involucren en el desarrollo de esta actividad generando una economía equitativa.



**Figura 02. 03.** Clasificación del ecoturismo.

**Fuente.** SECTUR (2004)

## 2.8.2. TURISMO DE AVENTURA

Para Araújo *et al*; (2011) el concepto de turismo de aventura, realmente es una variante distintiva del turismo activo, que se define como aquel turismo que “se practica al aire libre, que exige un fuerte esfuerzo, normalmente en lugares remotos y que implica actividades peligrosas”. El turismo de aventura es una de las modalidades del turismo alternativo en ciertos casos deseada por los jóvenes turistas que buscan algo diferente como experimentar esa sensación de riesgo; el turismo

alternativo. Araújo *et al*; (2011) menciona que el turismo activo/ aventura busca también dar respuesta a las diferentes inquietudes del turista, surgiendo una amplia oferta de actividades adaptadas a ello. Así, dentro de los tres posibles medios que forman parte de la naturaleza como es terrestre, aéreo y acuático.

### **2.8.3. TURISMO RURAL**

Para Cebrián (2008) el turismo rural corresponde a aquellas actividades que se desarrollan en un medio campestre o en zonas naturales. Cebrián (2008) hace hincapié en que la evolución del sector turístico, en general ha permitido la incorporación paulatina de modalidades, muchas de ellas en espacios de interior y algunas en el medio rural, también es importante recalcar que uno de los principales rasgos del turismo rural es que debe apoyarse en estrategias de desarrollo local.

El desarrollo del turismo rural es constante esto surge por varias razones una de ellas es buscar la utilización de los recursos naturales pero a la misma vez la de conservar, los turistas tienen otra forma de ver al turismo es por esto que Cebrián (2008) manifiesta que el turismo constituye un provechoso yacimiento de empleo y es, además, una importante fuente de ingreso por su capacidad de desarrollo cuando se planifica y gestiona adecuadamente.

Según Rodríguez (2011) el turismo ha proporcionado el surgimiento de nuevas modalidades de desarrollo de este fenómeno, también indica que a pesar de la importancia que revisten los destinos para el aumento de los viajes, los estudios referidos al turismo han estado históricamente orientados a las empresas de la hotelería, la restauración y otros aspectos directamente vinculados a la operación turística; sólo en los últimos tiempos comienzan a considerarse los territorios donde se asienta el turismo como un objeto que requiere de un enfoque específico y diferenciado.

#### **2.8.4. TURISMO CULTURAL**

Para Martos y Pulido (2010) el turismo cultural es un fenómeno un tanto difícil de explicar ya que el turista busca presenciar actividades propias de la cultura de una comunidad o ciudad pero en el documento citan varios autores que manifiestan que el turismo cultural es el de apreciar objetos históricos que representan a una cultura determinada; es por esto que el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios citado por Martos y Pulido (2010) define al “turismo cultural” como “la forma de turismo cuyo objetivo es conocer monumentos y sitios histórico-artísticos”, considerando patrimonio cultural exclusivamente al histórico-monumental. También Martos y Pulido (2010) mencionan que se podría denominar “turista cultural” tanto a quien aprovecha su estancia en el destino para visitar un museo como a quien acude a éste para compartir una fiesta popular con la población residente.

#### **2.8.5. TURISMO COMUNITARIO**

Rodríguez *et al;* (2014) aducen que la orientación del turismo comunitario en mucho de los casos es polémico debido a los diferentes enfoques turísticos a pesar de todo esto definen que el turismo comunitario es la interacción de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural para el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus partes, certificando así el manejo adecuado de los recursos naturales, la apreciación de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados. Además turismo comunitario significa turismo responsable, enfocado en el respecto al medio ambiente y a la sensibilidad de la comunidad piloto o huésped.

Por otro lado Cabanilla (2015) definen al turismo comunitario como una actividad económica solidaria que es capaz de relacionar a la comunidad con sus visitantes la cual se desarrolla en lugares geográficamente definidos para de esta manera sustentar o valorar los saberes y patrimonios ancestrales, cuyos fines principales están enfocados en la participación masiva los de pobladores locales en actividades

turístico productivas, la transferencia de la mayoría de beneficios (culturales, naturales, económicos) a la población local y promover la permanencia de la población local en su lugar de origen fomentando de esta manera el orgullo y sentido de pertenencia por su tierra y tradiciones.

## **2.9. COMUNIDAD**

Para Guardiola y Diéguez (1998) la comunidad es esencialmente un grupo de seres humanos ocupando un espacio determinado dentro de la sociedad, la cual debe estar formada de una relación mutua, un patrón de acción intersubjetivo edificado sobre el afecto, para así establecer los fines, valores y la incontestable esperanza de la lealtad, enmarcados en la acción social que beneficie a un estado, país o región.

Suárez *et al;* (2012) las comunidades rurales cuentan con una gran ventaja en cuanto a tener alternativas de desarrollo como es el turismo, pero la actividad turística solo avanzará hacia la sustentabilidad si es que existe un cuidadoso proceso de planificación que involucre a todos los actores relacionados, incluyendo a las comunidades locales. Para lograr esta sustentabilidad se requiere de cambios profundos respecto de la forma de hacer turismo; esto es, conciliar el incremento en el número de visitantes en los destinos, con la adopción de buenas prácticas que garanticen la reducción y manejo de impactos negativos sobre el ambiente y la sociedad.

Ribera (2009) aduce la comunidad es un conjunto de personas dentro una sociedad, el cual se puede transformar en un país, provincia, cantón o ciudad donde habitan las familias con una gama de servicios públicos, programas que ayuden mutuamente a la integración de dichas personas en su espacio local cotidiano.

Cathcart (2009) enfoca a la comunidad a partir del análisis de conceptos socio-histórico-culturales y lingüísticas con el fin de establecer un eje teórico que en las definiciones más actuales de la misma hacen énfasis en dos elementos claves: los estructurales y los funcionales, para de esta manera dar origen a un barrio, una

ciudad, una nación o un grupo de naciones, de acuerdo a los intereses de la codificación, pues el tamaño de la cada una de estas fases depende de la existencia de las estructuras potenciales ejercidas en función de cooperación y coordinación entre sus miembros.

A modo que Cándido y Correa (2011) indican que la comunidad es un conglomerado de personas que buscan un bien común en territorio determinado, las cuales una vez constituidas dentro de su área deben hacer conciencia de sus derechos y obligaciones, para formar su propia identidad de una manera integral, participar en el ritual de las relaciones interpersonales, con todos los visitantes temporales, sin temor de que sea vulnerado su hábitat en un sentido integral.

## **2.10. DINAMIZACIÓN SOCIOECONÓMICA**

Para Losada (*sf*) la dinamización socioeconómica en un territorio ha sido uno de los desafíos más grandes que tiene un ente o una organización debido a los constantes debates sociales y económicos de este siglo y del siglo pasado, también indica que la dinamización económica de un territorio se ha centrado en diferentes modelos y tendencias, en favorecer inversiones públicas como factor dinamizador, la creación de infraestructura y mantener un capital humano que tenga conocimientos claros.

Vieira *et al;* (2012) sostienen que la dinamización socioeconómica pretende mejorar las relaciones y el trabajo desde la institución local, colaborando estrechamente con los agentes sociales y económicos existentes dentro de una región por este motivo es imprescindible conocer las necesidades que tienen a medio plazo las PYMES locales, reforzar el censo de actividades socioeconómicas que pretenden mejorar y optimizar todos los servicios que se ofrecen al tejido comercial y empresarial de la localidad o ciudad, por esta razón la dinamización socioeconómica dentro de la comunidad ayudara a informar a la población sobre las nuevas fuentes de ingresos vinculadas con proyectos turísticos que pondrán en marcha iniciativas generadoras de empleo mejoraran la calidad de vida de la población.

Además Llop (2011) cataloga que la dinamización socioeconómica determina la calidad de vida de la población dentro del territorio. Por esta razón el turismo alternativo se ha identificado como una estrategia de desarrollo económico en muchas comunidades, regiones y países pobres. Describiendo así los indicadores de dinamización o desempeño social enfocados en el instrumento de análisis, estrategias y proyectos dirigidos al contexto legal, normativo para lograr la adecuada reivindicación del desarrollo socioeconómico dentro del territorio a través de las buenas practicas turísticas.

## **2.11. ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO**

Una vez analizado los diferentes preceptos teóricos de la investigación y plasmado los conceptos se podrá tener una idea más clara de lo que pretende alcanzar la investigación, el criterio de los publicistas es de suma importancia ya que muestran tópicos relevantes de cómo establecer o diseñar un plan estratégico y cuáles son los principales componentes de este proceso; los escritores como Miranda (2014) muestran la importancia de desarrollar planes estratégicos que impulsen el progreso de cualquier actividad ya sea esta turística o no, como también hay autores que muestran definiciones o describen a una comunidad y como llevar a cabo estos planes en dichas comunidades generando desarrollo sustentable y un turismo sostenible como mencionan Arias *et al*; (2013) y Martínez (2003) .

## CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

La metodología que se utilizó en la investigación permitió recopilar información oportuna y verídica para alcanzar el buen desarrollo de la investigación, los métodos técnicos y herramientas implementados permitieron desarrollar la propuesta planteada que se basaba en diseñar el Plan estratégico de desarrollo turístico en la comunidad de Piedra de Plata, a continuación se describen metodologías de varios autores indicando cada uno de los métodos, técnicas y herramientas que se implementaron.

A continuación se muestra el cuadro 03.01 Diseño metodológico según los autores referenciados.

**Cuadro 03. 01.** Diseño metodológico según los autores.

AUTOR	AÑO	METODOS/TÉCNICAS/HERRAMIENTAS
<b>Ortiz, F</b>	2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracterización del lugar.</li> <li>- Revisión bibliográfica.</li> <li>- Observación científica y registro de datos.</li> <li>- Línea base de la comunidad.</li> <li>- Diseño de formularios Misión, Visión Objetivos, Políticas estrategias y el FODA.</li> <li>- Talleres participativos y comunitarios.</li> <li>- Programación general del Plan de Desarrollo Ecoturístico (cronogramas, costos financiamientos, y responsables respectivos).</li> <li>- Elaboración del Plan operativo anual POA.</li> <li>- Matriz de evaluación POA para fines de control y supervisión</li> <li>- Muestreo</li> </ul>
<b>Maldonado, G.</b>	2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracterización del lugar.</li> <li>- Observación científica.</li> <li>- Equipos y materiales a ser utilizados</li> </ul>
<b>Medianero, D</b>	s.f	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fase ideológica, concepción del rol institucional</li> <li>- Fase analítica, diagnostico institucional</li> <li>- Fase programática, determinación de objetivos estratégicos.</li> <li>- Fase operativa, (matriz FODA, políticas, estrategias, acciones y proyectos)</li> <li>- Fase cuantitativa, indicadores de desempeño, dimensiones del desempeño, requisitos de los indicadores.</li> </ul>
<b>Intriago, F</b>	2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metodología ZOOP, análisis de problemas, análisis de objetivos, análisis de alternativas, análisis de involucrados, matriz de marco lógico.</li> <li>- Inventarios de recursos turísticos.</li> <li>- Fichas de campo.</li> <li>- Clasificación del atractivo</li> <li>- Características del lugar, diagnóstico del área general de estudio.</li> <li>- FODA</li> <li>- Fase operativa</li> </ul>
<b>Almeida, P</b>	2008	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisión de documentos</li> <li>- FODA</li> <li>- Plataforma de servicios básicos</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inventario de atractivos turísticos</li> <li>- Categorización de atractivos turísticos</li> <li>- Análisis de la demanda turística</li> <li>- Análisis de la oferta</li> </ul>
Jarrín, P	2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis turístico (zonificación turística, Estado actual, descripción geográfica, Ubicación, altitud y latitud, clima, localización, orografía, hidrografía, demográficos, grupos étnicos, aspectos económicos, accesibilidad</li> <li>- Demanda</li> <li>- Oferta</li> <li>- Fichas de atractivos, jerarquización</li> <li>- Infraestructura turística.</li> <li>- Marketing</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Una vez analizada la metodología de varios autores se procedió a realizar una síntesis de los pasos más relevantes a ser utilizados dentro del Plan estratégico de desarrollo turístico en la comunidad de Piedra de Plata. A continuación se presenta el cuadro 03.02. Síntesis de metodologías.

**Cuadro 03. 02.** Síntesis de metodologías.

1.- Diagnóstico situacional (Características del lugar, zonificación turística)
2.- Inventarios de recursos turísticos (Clasificación del atractivo, Fichas de campo.)
3.- FODA
4.- .- Análisis de la demanda turística, Análisis de la oferta
5.- Análisis de problemas, análisis de objetivos, análisis de alternativas, análisis de involucrados, matriz de marco lógico.
6.- Fase operativa, (matriz FODA, políticas, estrategias, acciones y proyectos)
7.- Fase cuantitativa, indicadores de desempeño, dimensiones del desempeño, requisitos de los indicadores.
8.- Elaboración del plan de desarrollo estratégico

Fuente: Elaboración propia

A través de la síntesis de los diferentes métodos planteados por varios escritores se utilizaron los aspectos más importantes para realizar el diseño metodológico y plasmar así de una manera adecuada las fases, etapas, métodos técnicas y herramientas inmersas en el proyecto de tesis. Una vez establecida dicha síntesis metodológica planteada por los seis autores, se seleccionaron las fases que más relación tenían con el objeto de estudio ya que a pesar de que los investigadores muestran una metodología muy amplia y variada ciertos aspectos no se relacionan al área de estudio, es por esto que los literatos de esta investigación presentan un diseño metodológico para el plan de desarrollo turístico vinculado a la realidad de la

comunidad de Piedra de Plata, ver cuadro 03. 03. Diseño metodológico para el plan de desarrollo turístico.

Cuadro 03. 03. Diseño metodológico para el plan de desarrollo turístico.

DISEÑO METOLÓGICO	FASES	ETAPAS	MÉTODOS	TÉCNICAS y HERRAMIENTAS
			<b>ETAPA I.</b>	
	FASE I	Delimitación del área de estudio. Caracterización de los servicios básicos. Diagnostico participativo Diagnostico externo Diagnostico competitivo FODA		- Talleres participativos - EFI - Encuestas de filtro - EFE - MPC - FODA
	<b>Diagnóstico turístico situacional en la comunidad Piedra de Plata.</b>	<b>ETAPA II.</b> Selección de sitios con potencial turístico Inventario de recursos turísticos. Zonificación turística.		- Matriz de evaluación de factores para selección de sitios - Fichas de inventarios - Matriz de potencialidades turísticas.
		<b>ETAPA III</b> Análisis de impactos ambientales Estrategias de mitigación		- Matriz de Leopold
	FASE II	<b>ESTAPA IV</b> Análisis de la oferta Análisis de la demanda	Observación científica Método analítico sintético	- Encuestas - Entrevistas - Formula $n = \frac{Za^2 \times p \times q}{d^2} = 203$
	<b>OBJETIVO</b>			
	FASEIII	<b>ESTAPA V</b> Determinar las estrategias de acción Estructuración de programas y proyectos		- Matriz de Estrategias - PLANDETUR 2020
	FASE IV	<b>ETAPA VI</b> Determinación de indicadores de evaluación.		- Matriz de indicadores
	<b>Control y seguimiento</b>			

Fuente: Elaboración propia

### **3.1. DESCRIPCIÓN DE LAS DIFERENTES FASES**

#### **3.1.1. FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL**

El diagnóstico turístico situacional se basó en analizar las características del entorno físico rural, a través del cual se determinaron aspectos hidrográficos, características de la población, características de los servicios básicos e infraestructura, aspectos económicos y socioculturales, la determinación de los factores ambientales entre los que se destacaron inventariar los recursos naturales y culturales, la elaboración de la matriz FODA y la matriz de Leopold. Cabe mencionar que para poder realizar el diagnóstico turístico situacional se necesitó de métodos técnicas y herramientas:

##### **3.1.1.1. OBSERVACIÓN CIENTÍFICA:**

Para Nares (2014) el método de la observación científica sirve para tener una percepción más amplia y organizada, permite llevar un registro planificado y sistemático del comportamiento del objeto de estudio. La objetividad de los datos de la observación es esencial para la investigación, la observación debe ser lo más fiel a la realidad sin elementos subjetivos que enmascaren la verdad; la observación científica propicia el desarrollo de la búsqueda, la indagación y la elaboración de nuevas explicaciones de los fenómenos observados.

##### **3.1.1.2. MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO**

Martínez (2013) manifiesta que el método analítico sintético es un procedimiento mental, el análisis permite la descomposición de una integridad en sus partes y relaciones, este procedimiento de análisis se complementa con el de síntesis. El método analítico- sintético permite discernir los aspectos que pueden constituir las causas del problema y así sintetizar los elementos que son relevantes para la investigación.

### **3.1.1.3. TALLERES PARTICIPATIVOS**

El taller participativo para Richers *et al*; (2013) es una nueva forma pedagógica que pretende conocer la realidad objetiva, integradora y reflexiva de una localidad en donde se dialoga y se da a conocer un tema, en que las personas participan y dan su propio punto de vista u opiniones. Dicho taller se debe dar de forma dinámica ya que tiene como objetivo, conocer la situación real de un objeto de estudio el cual se realiza delante de las personas vinculadas al área de estudio todo esto con el fin de hacer lluvias de idea para obtener información real del lugar

### **3.1.1.4. ENTREVISTAS**

Para Vargas (2012) La entrevista es una técnica de gran utilidad y muy efectiva para orientar al investigador, cuyo fin es el de obtener información vinculada al objeto de estudio, la entrevista permite reconocer situaciones problemáticas gracias a la interrelación del entrevistador y entrevistado, se basa en ser preguntas abiertas.

### **3.1.1.5. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES PARA SELECCIÓN DE SITIOS.**

Para Cárdenas (1991) la matriz de evaluación de factores para selección de sitios es una herramienta que sirve para determinar si el lugar cuenta con las características necesarias para el desarrollo del turismo. La matriz ofrece determinar los factores decisivos, los factores importantes y los factores deseables es por esto que la aplicación de esa matriz es necesaria para el desarrollo de la tesis.

### **3.1.1.6. MATRIZ EFI**

Según Fred (2013) la matriz de evaluación de factores internos (EFI) es una herramienta para la formulación de la estrategia resume y evalúa las fortalezas y las debilidades principales en las áreas funcionales de una empresa, al igual que proporciona una base para identificar y evaluar las relaciones entre estas áreas. Se requieren juicios intuitivos para elaborar una matriz EFI, así que no se debe

interpretar con la apariencia de un método científico y que ésta es una técnica infalible.

#### **3.1.1.7. MATRIZ EFE**

Fred (2013) define a la matriz de evaluación de factores externos (EFE) como una herramienta que permite a los estrategas resumir y evaluar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva de una localidad.

#### **3.1.1.8. MATRIZ PC**

Fred (2013) matriz de perfil competitivo (MPC) es una herramienta que identifica a los principales competidores de una empresa, así como sus fortalezas y debilidades específicas en relación con la posición estratégica de una empresa en estudio. Los valores y los puntajes de valor total tanto en la MPC como en la matriz EFE tienen el mismo significado; no obstante, los factores importantes para el éxito en una MPC incluyen aspectos tanto internos como externos. Las clasificaciones se refieren, por tanto, a las fortalezas y debilidades, donde cuatro corresponde a la fortaleza principal, tres a la fortaleza menor, dos a la debilidad menor y uno a la debilidad principal.

#### **3.1.1.9. MATRIZ FODA**

Para Pareja (2012) la matriz FODA es una herramienta que sirve para orientar principalmente el análisis y resolución de problemas, se lleva a cabo para identificar, analizar las fortalezas y debilidades de la comunidad, así como las oportunidades y amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo. La aplicación de esta matriz es un factor clave para el alcance de los objetivos de la investigación ya que a través de la aplicación de la misma se podrán obtener las estrategias ya sean están ofensivas o defensivas. A continuación se presenta el formato del FODA a ser utilizado en el diagnóstico turístico situacional:

**Cuadro 03. 04.** Matriz FODA

FORTALEZAS: F	DEBILIDADES: D
AMENAZAS: A	OPORTUNIDADES: O

Fuente: Elaboración propia

### **3.1.1.10. MATRIZ DE POTENCIALIDADES TURÍSTICAS.**

La matriz de potencialidades turísticas tiene el fin de valorar cualitativamente el carácter cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio pero con base en el reconocimiento del atractivo turístico, deducido en unos casos, confirmado documentalmente en otros.

### **3.1.1.11. FICHAS DE INVENTARIOS DE RECURSOS TURÍSTICOS.**

El (Ministerio de turismo Ecuador) MINTUR (2007) define a la ficha de inventario de atractivos turísticos como una herramienta que brinda información sobre aquellos lugares que, por sus cualidades naturales o culturales, motivan el desarrollo del turismo en una región o país. Esta ficha de inventarios es una herramienta útil para la planificación turística, la elaboración de diversos productos y la difusión del lugar como un destino turístico único y variado, por ende el propósito de esta información es ofrecer a las instituciones y personas vinculadas al sector turística público y privado una herramienta útil para la planificación turística adecuada.

### **3.1.1.12. MATRIZ DE LEOPOLD**

Pereira (2011) deduce que la implementación de la matriz de Leopold sirve para determinar y analizar los diferentes impactos ya sean estos negativos o positivos que deja una actividad turística. La matriz de Leopold tiene por objeto determinar la viabilidad ambiental de un proyecto, obra o actividad pública o privada; tiene dos fases: el estudio de impacto ambiental y la declaratoria de impacto ambiental, Su aplicación abarca desde la pre factibilidad hasta el abandono o desmantelamiento del proyecto, obra, o actividad pasando por las fases intermedias, es por esto que la aplicación de la misma es de alta importancia para el estudio de los impactos ambientales.

### **3.1.1.13. ENCUESTA**

Según Uretra (2014) La encuesta al igual que la entrevista es una herramienta que permite recopilar información mediante un cuestionario y se caracteriza por ser preguntas cerradas, la aplicación de la encuesta va a estar direccionado al análisis del estudio de mercado ya que permite recopilar información puntual sobre temas relacionados con la demanda y oferta.

### **3.1.1.14. MATRIZ DE ESTRATEGIAS**

Para Pareja (2012) la matriz de estrategias no es nada más que la continuación de la matriz FODA done se definen el problema estratégico general y la solución estratégica general, una vez identificadas las mismas se procede a estructurar las estrategias ofensiva, defensiva, adaptativa y de supervivencia que ayudan a estructurar el plan, los programas y proyectos a ejecutarse dentro del área de estudio

## **3.1.2. FASE II. ESTUDIO DE MERCADO OBJETIVO**

### **3.1.2.1. ETAPA IV. ESTUDIO DE MERCADO**

En esta etapa se realizó un análisis de la demanda y la oferta ya que una vez que se realizó la selección de sitios de interés se pueden determinar cuál será la capacidad oferente, la demanda y la competencia basándose en encuestas para determinar cuál es la demanda actual en cuanto al turismo y cuál sería la posible competencia.

## **3.1.3. FASE III. DISEÑO DE ESTRATEGIAS**

### **3.1.3.1. ETAPA V. ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIAS**

En esta fase se realizó un diagnóstico estratégico basándose en el FODA de la primera fase para así proceder a estructurar las estrategias defensivas y ofensivas, determinar las acciones y programas turísticos a estar inmersos en el plan estratégico de desarrollo para el turismo.

### **3.1.4. FASE IV. CONTROL Y SEGUIMIENTO**

#### **3.1.4.1. ETAPA VI. DETERMINACIÓN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN**

En esta esta etapa se determinaron de los indicadores de control y seguimiento, dichos indicadores ayudaron a evaluar en qué grado se está desarrollando la propuesta y los diferentes programas y proyectos.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL EN LA COMUNIDAD PIEDRA DE PLATA.

#### 4.1.1. DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

La comunidad de Piedra de Plata su población es de aproximadamente 600 habitantes, en base a un proceso de registro realizado por la comunidad en el año 2010. La comunidad de Piedra de Plata se encuentra ubicada a 18 kilómetros desde la cabecera cantonal Calceta, cantón Bolívar y a 48 kilómetros desde el cantón Pichincha, sus límites son al norte con el sitio el Achiote, al sur con Cañales y el Ajo, al este con el Tarro y al oeste con el Guasmo.

Piedra de Plata se ubica al noroeste de las jurisdicciones del cantón Pichincha, anteriormente estos territorios pertenecían al cantón Bolívar, pero desde 1988 por fijaciones de límites y el establecimiento de ordenanzas por límites geográficos estos territorios pasaron a ser de Pichincha, luego en 2010, por decretos gubernamentales se crean las zonas, distritos y circuitos, es allí cuando los límites ya están reconocidos legalmente por la CONALI como se puede observar en la imagen 04.01.



**Imagen 04. 01.** Mapa de la comunidad Piedra de Plata  
**Fuente:** Cartografía del Instituto Geográfico Militar – 2001

A nivel organizativo lo representa el comité de desarrollo Piedra de Plata cuyo Presidente es el señor Lupercio Loor Moreira, y el presidente de la comunidad que es el señor Fernando Cantos. La comunidad de Piedra de Plata y sus sectores aledaños, forman parte del circuito del cacao fino de aroma nacional, de origen ancestral y su principal fuente de ingresos se basa en la agricultura, entre los productos que cultivan están los cítricos con características únicas, razón por el cual los productos agrícolas como el cacao, mandarinas, naranjas, café y otros, tienen un sabor especial por las características climáticas. <sup>1</sup>

Por otro lado a través de un convenio no gubernamental entre el Ing. Serbio Pachar y la organización de cacao de Piedra de Plata se están logrando grandes avances para la comunidad en temas de cacao, haciendo énfasis en la elaboración de chocolate con un producto llamado TOAK y la exportación del mismo, la construcción y equipamiento del centro de acopio del cacao para su debido proceso y posterior exportación.

#### **4.1.1.1. CARACTERÍSTICAS AMBIENTALES.**

##### **Clima**

El área de estudio está caracterizada por un clima tropical mega térmico seco. Esta característica climática determina la existencia de dos estaciones diferenciadas: húmeda entre enero y abril; y seca entre mayo y diciembre. Los factores principales que inciden sobre las condiciones climáticas son la corriente fría de Humboldt y la corriente cálida del Niño. <sup>2</sup>

##### **Precipitación**

Las precipitaciones están asociadas con las masas de aire húmedo provenientes del Océano Pacífico. La intensidad de las precipitaciones se incrementa del Este al

---

<sup>1</sup> (Loor L. , 2015) Principales actividades económicas y características organizativas (Entrevista). Manabí- Ecuador.

<sup>2</sup> (Cantos E. , 2015) Características ambientales de Piedra de Plata- Clima (Entrevista). Manabí- Ecuador.

Oeste, debido a la influencia del factor orográfico. Piedra de Plata tiene las características climáticas de la región costera, con una estación lluviosa típica de enero a mayo, y una estación seca de junio a diciembre. Los meses más lluviosos son febrero y marzo, con un promedio multianual de 145,8 y 124,9 mm respectivamente.<sup>3</sup>

### **Temperatura**

El régimen de temperatura está influenciado por las dos estaciones del año (invierno y verano) que son típicas a esta latitud. La época de invierno entre otras características presenta elevadas temperaturas y se manifiesta principalmente durante los primeros meses del año. De acuerdo a los anuarios de la estación del INAHMI, la temperatura oscila en un rango de 24,8 C° a 26,8 C°.<sup>4</sup>

### **Humedad relativa**

Este es un parámetro que determina el grado de saturación de la atmósfera. De acuerdo a los datos analizados del INAMHI, la humedad relativa es elevada y varía de 74,2% al 82,5%.<sup>5</sup>

## **4.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS BÁSICOS**

Para determinar los servicios básicos con los que cuenta la comunidad se implementó la matriz de diagnóstico para comunidades rurales (anexo 3). La comunidad el 80% cuenta con servicios básico tales como agua entubada ya sea esta llevada por gravedad desde río, vertientes o acequia, sin ningún tipo de tratamiento o de pozo. En cuanto a energía eléctrica el 90% de la población cuenta con la dotación de la misma y su redistribución energética se la da desde la parroquia Membrillo ya que es el lugar más cercano con energía eléctrica y está a 2 km. Por otro lado hay que mencionar que en la comunidad no existe sistema de

---

<sup>3</sup> (Cantos, E. 2015) Características ambientales de Piedra de Plata- Precipitación. (Entrevista). Manabí- Ecuador.

<sup>4</sup> (Cantos, E. 2015) . Características ambientales de Piedra de Plata- Temperatura. (Entrevista). Manabí- Ecuador.

<sup>5</sup> (Cantos, E. 2015) . Características ambientales- humedad relativa. (Entrevista). Manabí- Ecuador.

alcantarillado ni recolección de residuos por lo que es quemada y los habitantes eliminan las excretas a través de pozo ciego y poza séptica.

Las principales vías de acceso Quiroga-Membrillo están lastradas y en óptimas condiciones, pero es importante mencionar que desde Membrillo a Piedra de Plata la vía de comunicación se encuentra empedrada; existen cooperativas de transportes públicos que brindan servicios diarios con horarios previamente establecidos, cabe mencionar que desde el cantón Bolívar se puede acceder en bus, camionetas o moto y desde el cantón Pichincha el acceso es por canoa y bus.

En la comunidad también existe señal de servicio telefónico celular y un establecimiento de salud como es el dispensario público y lo más relevante también cuenta con el Centro de Educación Básica Fiscal “Rosa Herlinda Zambrano G”, que funciona de lunes a viernes, en esas mismas aulas funciona el Colegio a distancia, ext.64 D Piedra de plata IRFEYAL” los días sábados. Piedra de Plata tiene una iglesia construida por la comunidad y el padre Wenceslao Rijavec la cual es muy representativa para los habitantes.

#### **4.1.3. DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO**

En esta etapa se llevó a cabo un taller participativo con la comunidad en el cual se produjo la socialización, la realización de las matrices según sus conocimientos y la aplicación de encuesta.

**Tema del taller:** Socialización de tema de investigación en la comunidad Piedra de Plata-cantón Pichincha.

**Objetivo general del taller:** Socialización con la comunidad Piedra de Plata- cantón Pichincha de la importancia del desarrollo del turismo en áreas rurales.

**Descripción del taller:** A través del taller participativo se llevó a cabo la realización de la matriz de factores internos EFI para analizar cuáles son las fortalezas y debilidades de la comunidad según sus conocimientos haciendo un análisis comparativo de culturas en cuanto al turismo.

El taller participativo se basó en una reunión con la comunidad, específicamente con la asociación de cacaoteros Piedra de Plata, en primera instancia la reunión era de carácter comunicativo con temas de cacao, ya que ellos realizan una reunión el primer domingo de cada de mes. ¿Por qué con ellos?, porque son ellos quienes tienen un conocimiento más amplio en cuanto a temas que fortalecen a la comunidad y aquellos que impiden de cierta forma un desarrollo, en esta reunión se llevó cabo el registro de los socios (ver anexo 7) y se procedió con la reunión para después dar paso a la socialización, la cual se basó en dar a conocer la propuesta de investigación, porque se escogió el lugar, cual es la importancia del turismo y que beneficios puede dejar en las comunidades rurales (ver anexo 4).

Una vez tratados los temas mencionados se dio paso a la entrega de materiales para llenar la matriz, se entregó una hoja y un lapicero a cada socio, se dio una explicación de en qué consistía la matriz, la EFI consistía en determinar cuáles eran las fortalezas y debilidades de la comunidad haciendo énfasis en aspectos sociales, económicos y ambientales.

MATRIZ EFI: una vez analizado las fortalezas y debilidades se procedió a enlistar los factores internos más sobresalientes para proceder a dar la ponderación correspondiente según los siguientes puntos.

Según Fred (2013) el primer paso consiste en enumerar los factores internos incluyendo tanto fortalezas como debilidades, pueden ser de 10 a 20 factores, asignar un valor que vaya de 0.0 (sin importancia) a 1.0 (muy importante) a cada factor, la suma de todos los valores debe ser igual a 1.0. O 100, asignar una clasificación de 1 a 4 a cada factor para indicar si dicho factor representa una debilidad mayor (clasificación de uno), una debilidad menor (clasificación de dos), una fortaleza menor (clasificación de tres) o una fortaleza mayor (clasificación de cuatro) y por ultimo multiplicar el valor de cada factor por su clasificación para determinar un valor ponderado para cada variable.

Se suman los valores ponderados de cada variable para determinar el valor ponderado total de la comunidad. Los puntajes de valor muy por debajo de 2.5 caracterizan debilidades relevantes, mientras que los puntajes muy por arriba de 2.5 indican fortalezas importantes. A continuación se muestra la matriz EFI con los diferentes valores numéricos y la tabulación de la encuesta.

**Cuadro 04. 05.** Análisis de factores internos claves EFI

<b>FACTORES INTERNOS CLAVES –EFI</b>			
<b>DEBILIDADES</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>RESULTADOS</b>
·Deficiente infraestructura básica.	0,09	2	0,18
·Deficiencia de las vías de acceso.	0,08	2	0,16
·Deficiente señalética turística y vial.	0,10	3	0,30
·Ausencia de productos turísticos.	0,10	3	0,30
·Infraestructura turística nula	0,07	2	0,14
·Inseguridad jurídica territorial.	0,08	1	0,08
<b>FORTALEZAS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>RESULTADOS</b>
·Diversidad de flora y fauna	0,10	4	0,40
·Talento humano local	0,07	2	0,14
·Hospitalidad de los habitantes.	0,06	2	0,12
·Rehabilitación vía Membrillo-Piedra de Plata.	0,08	2	0,16
·Inclinación por actividades agro- turísticas.	0,08	2	0,16
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,14</b>

**Fuente:** Elaborado en base a los criterios de Fred, 2013

El resultado de la matriz EFI es de 2,14 lo que indica que las debilidades son mayores que las fortalezas, representando así; el 1,16 las debilidades y el 0,98 las fortalezas, pero es importante mencionar que no es tan relevante que el resultado pase de 2.5 ya que eso indicaría que no existe mayor problemática y no hace falta establecer estrategias de desarrollo turístico en el lugar de estudio. La debilidad más sobresaliente es la deficiente señalética turística y vial, seguida de ausencia de productos turísticos; estas debilidades son la mayor problemática que aquejan a la comunidad, pero también tienen fortalezas que son muy relevantes como la diversidad de la flora y fauna y la inclinación por desarrollar actividades agroturísticas.

Lo que indica que si supera esas debilidades se puede potenciar o desarrollar las fortalezas entre las que destaca la elaboración de productos turísticos haciendo buen uso de los recursos naturales. Cabe mencionar que los resultados de la tabulación del cuadro 04. 05. Análisis de factores internos claves EFI, surgen del análisis consensado de siete expertos, los mismos que tienen un conocimiento más técnico de la situación actual de la comunidad en conjunto con los autores de esta investigación, dándole así los expertos la ponderación a cada factor de la matriz EFI según la importancia.

#### **4.1.3.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTA DE FILTRO PARA COMUNIDADES**

Una vez culminada la socialización se entregó la hoja de encuesta a cada uno de los socios aprovechando la presencia de los mismos, pero cabe mencionar que se encuestaron a 120 personas que habitan en la comunidad, este número se lo determino en base a un proceso de registro realizado por la comunidad en el año 2010, la misma que se desarrolló a modo de censo y se encuestó a cada Jefe de familia (ver anexo 9). A través de la encuesta se pudo determinar cuáles son las inquietudes que tienen los habitantes en temas de turismo, como se beneficiarían y cuál es la aceptación para la misma.

La aplicación de la encuesta de filtro para comunidades rurales (ver anexo 8) se justifica porque busca analizar cuáles son las perspectivas que tienen los habitantes de Piedra de Plata en cuanto al turismo, además de determinar cuál es el grado de aceptación en la integración del turismo como una fuente generadora de ingresos y si estarían dispuestos a participar en el desarrollo de las actividades turísticas y de los programas y proyectos establecidos en el plan; los habitantes de la comunidad son el componente esencial para el alcance de los objetivos del plan de desarrollo turístico, aparte de que se busca integrar de una forma activa a la comunidad en los beneficios que puede dejar el turismo, es por esto la importancia de la aplicación de la encuesta.

Una vez analizado y tabulado las diferentes encuestas (ver anexo 5) se realizó una interpretación general de las respuestas relacionadas al turismo de los habitantes, para lo cual a continuación se muestra el cuadro 04. 07. Interpretación de análisis.

**Cuadro 04. 06.** Interpretación de análisis de encuestas dirigida a los habitantes.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
El turismo sería beneficio para la comunidad de Piedra de Plata	La población local está de acuerdo que el turismo sería beneficioso para su zona ya que les daría a las personas de la comunidad una nueva fuente de ingresos económicos diferente a los habituales y el 18% indico que no está ni en desacuerdo ni de acuerdo.
El turismo beneficiaría personalmente a los habitantes de la comunidad:	La población está de acuerdo en que el turismo los beneficiaría a cada uno de ellos de forma personalizada ya que les permitirá a cada una de las familias obtener beneficios de la actividad turística aprovechando de una manera sostenible cada uno de los atractivos naturales y culturales con que cuenta la comunidad.
El turismo generaría fuentes de trabajo para los residentes locales	El turismo si es manejado de una forma adecuada puede llegar a ser beneficiosa para las comunidades es por esto que los habitantes de la comunidad de Piedra de Plata están de acuerdo que el turismo generaría nueva fuentes de trabajo para los residentes locales.
La actividad turística dará empleo a jóvenes de la localidad	Los habitantes de la comunidad no está en desacuerdo ni en acuerdo que el turismo genere nuevas áreas de empleo a los jóvenes de la comunidad por lo que para ellos el turismo en ciertos casos es incierto.
La actividad turística ayudaría a que la comunidad obtenga servicios	La comunidad está de acuerdo en que el turismo si podría llegar a contribuir para que la comunidad obtenga los servicios que requieren para su desarrollo y brindarle así una mejor calidad de vida a cada uno de sus habitantes ya que para que se desarrolle el turismo debe existir una infraestructura básica.
El turismo estimularía la artesanía y cultura locales	La población está de acuerdo en que el turismo estimularía la artesanía y la cultura local por esta razón creen que los beneficiaría a cada uno de ellos de forma personalizada ya que les permitirá a cada una de las familias obtener beneficios de la actividad turística que se desarrolle en la comunidad.
El turismo sería una oportunidad para que el dinero que genera el turismo se queda en la localidad	La población no está ni en desacuerdo ni de acuerdo que el dinero que generaría la actividad turística se quedaría en la comunidad, por otro lado hay que tener en cuenta que un 49% de los moradores está de acuerdo en que la apreciación planteada si causara que el dinero generado por la actividad turística se quede dentro de la comunidad para el desarrollo de la misma y sus pobladores.

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.4. DIAGNÓSTICO EXTERNO

En esta etapa se llevó a cabo la realización de la matriz de factores externos EFE para analizar cuáles son las oportunidades y amenazas que pueden afectar la comunidad según sus conocimientos haciendo un análisis de los conocimientos que tienen en cuanto al turismo y a las problemáticas que pueden impedir el desarrollo de la misma. Se procedió a enlistar los factores externos más sobresalientes para proceder a dar la ponderación correspondiente según los siguientes puntos.

Según Fred (2013) es necesario enumerar los factores externos incluyendo tanto oportunidades como amenazas, pueden ser de 10 a 20 factores, asignar un valor que vaya de 0.0 (sin importancia) a 1.0 (muy importante) a cada factor, la suma de todos los valores debe ser igual a 1.0. O 100, asignar una clasificación de uno a cuatro a cada factor externo clave para indicar con cuánta eficacia responden las estrategias actuales de la comunidad a dicho factor, donde cuatro corresponde a la respuesta es excelente, tres a la respuesta está por arriba del promedio, dos a la respuesta es de nivel promedio y uno a la respuesta es deficiente, multiplicar el valor de cada factor por su clasificación para determinar un valor ponderado y sumar los valores ponderados de cada variable para determinar el valor ponderado total de la empresa.

Los puntajes de valor muy por debajo de 2.5 caracterizan a las amenazas como más importantes, mientras que los puntajes muy por arriba de 2.5 indican que las oportunidades tienen mayor incidencia para esto a continuación se muestran la matriz EFE.

**Cuadro 04. 07.** Análisis de factores externos claves EFE

FACTORES EXTERNOS CLAVES –EFE			
OPORTUNIDADES	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADOS
Construcción de anillo vial pichincha Chone	0,08	3	0,24
ESPAM	0,10	4	0,40
Implementación de nuevos proyectos de café y cacao	0,08	3	0,24
Surgimiento de nuevas tendencias turísticas (agroturismo y ecoturismo)	0,08	2	0,16
MAGAP	0,06	2	0,12
Financiamientos de entidades públicas (CFN, BANCO DEL ESTADO, MINTUR, BNF)	0,07	3	0,21

Alianzas estratégicas con empresas agropecuarias (centro de acopio)	0,06	1	0,06
<b>AMENAZAS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>RESULTADOS</b>
Caza y deforestación indiscriminada	0,10	3	0,30
Contaminación de afluentes hidrográficos	0,08	2	0,16
Crisis económica mundial	0,08	1	0,08
Crisis financiera del país	0,08	2	0,16
Migración	0,06	1	0,06
Normativas tributarias.	0,07	2	0,14
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,33</b>

**Fuente:** Elaborado en base a los criterios de Fred, 2013

El resultado de la matriz EFE es de 2,33 lo que indica que las oportunidades son mayores que las amenazas representando así el 1,43 las oportunidades y el 0,90 las amenazas. Las oportunidades más sobresalientes son la existencia de la ESPAM-MFL y la implementación de nuevos proyectos de café y cacao, estas oportunidades son factores claves indirectos para el desarrollo del turismo en la comunidad de Piedra de Plata, ya que estos factores son externos y no dependen de la localidad, pero si se potencian las oportunidades se puede mitigar las amenazas y las debilidades de la comunidad.

En el cuadro 04.07 se observa que la caza y la deforestación fue considerada como el factor más importante que afecta al turismo o que es un elemento que perjudica el desarrollo del turismo en localidades rurales, según indica el valor de 0.30 y esta causa muestra que no se siguen estrategias que eliminen las malas prácticas ambientales o de generar una educación ambiental, pero es importantes mencionar que si se aprovechara con eficacia la ESPAM o la academia para inmiscuir profesionales en el ámbito turístico se mitigarían las amenazas.

#### **4.1.5. DIAGNÓSTICO COMPETITIVO**

Se llevó a cabo la realización de la matriz de perfil competitivo MPC para analizar cuáles son los competidores directos de la comunidad, haciendo un análisis de dos comunidades que tengan las mismas características que Piedra de Plata; a continuación se muestran los pasos a seguir para la realización de matriz.

Según Fred (2013) es necesario identificar a los principales competidores de la comunidad, así como sus fortalezas y debilidades específicas en relación con la posición estratégica de una comunidad en estudio. Los valores y los puntajes de valor total tanto en la MPC como en la matriz EFE tienen el mismo significado. Las clasificaciones se refieren, por tanto, a las fortalezas y debilidades, donde 4 corresponde a la fortaleza principal, 3 a la fortaleza menor, 2 a la debilidad menor y 1 a la debilidad principal.

Los factores importantes para el éxito en una MPC tampoco se agrupan en oportunidades y amenazas como en una matriz EFE. En una MPC, las clasificaciones y los puntajes de valor total de las empresas rivales se comparan con los de la empresa en estudio. Este análisis comparativo proporciona información estratégica interna importante (Fred, 2013)

A continuación se muestra el cuadro de matriz MPC con los valores respectivos.

**Cuadro 04. 08.** Análisis MPC

			Sarampión		Camachal		
EMPRESA			MUESTRA	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2		
FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
Potencial de recursos turísticos	0,20	3	0,60	1	0,20	2	0,40
Calidad de la producción	0,20	4	0,80	4	0,80	3	0,60
Competitividad del precio	0,20	2	0,40	3	0,60	3	0,60
Infraestructura y servicios básicos	0,10	1	0,10	4	0,40	4	0,40
Participación en el mercado	0,30	4	1,20	3	0,60	3	0,60
<b>TOTAL PONDERADO</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>1,00</b>	<b>3,10</b>		<b>2,60</b>		<b>2,60</b>

**Fuente:** Elaborado en base a los criterios de Fred, 2013

Según los resultados de la matriz la comunidad de Piedra de Plata tiene un resultado ponderado de 3,10 con ventajas al competidor número 1 que es la comunidad de Sarampión la cual tiene un resultado ponderado de 2,60 siendo la participación en el mercado su mayor fuerte, con el competidor número 2 que es Camachal está en una posición igualitaria con 2,60 de ponderación; La comunidad de Piedra de Plata su

mayor fuerte es la calidad de la producción y el potencial de los recursos turísticos a pesar de tener la menor clasificación en infraestructura y servicios básicos ya que es una problemática relevante.

Piedra de Plata se encuentra en una situación favorable en comparación de sus competidores directos ya que tiene una buena participación en el mercado en cuanto a temas de cacao y chocolate y cuenta con recursos turísticos que pueden ser aprovechados de una manera responsable, a pesar de que los competidores cuentan con los servicios básicos necesarios les falta en temas de potencializarían de recursos.

Cabe mencionar que los resultados de la tabulación de esta matriz surgen del análisis consensuado de siete expertos, los mismos que tienen un conocimiento más concreto de las ventajas competitivas de pueden tener otras comunidades de la zona, en conjunto con los autores de esta investigación, dándole así los expertos la ponderación a cada factor de la MPC según los factores claves de éxito.

#### **4.1.6. MATRIZ FODA**

Para diseñar la matriz FODA se tomó en cuenta los factores de las matrices EFI-EFE, para así elaborar un listado final de las DAFO principales (ver anexo 6), una vez establecidas se cruzaron las informaciones de los distintos cuadrantes mediante interrogantes a partir de eso se les asignó un valor.

1. Si se potencia plenamente a tope esta fortaleza permitirá aprovechar esta oportunidad y se evalúa cualitativa y cuantitativamente del 1 al 3, donde 1 es poco, 2 es regular y 3 es mucho.
2. Si se potencia totalmente esta fortaleza cuanto permitirá atenuar o mitigar los efectos de esta amenaza y se evalúa cualitativa y cuantitativamente del 1 al 3, donde 1 es poco, 2 es regular y 3 es mucho.

3. Si se supera totalmente esta debilidad cuanto permitirá aprovechar óptimamente esta oportunidad y se evalúa cualitativa y cuantitativamente del 1 al 3, donde 1 es poco, 2 es regular y 3 es mucho.
4. Si se supera totalmente la debilidad cuanto permitirá protegerse de manera óptima de la amenaza y se evalúa cualitativa y cuantitativamente del 1 al 3, donde 1 es poco, 2 es regular y 3 es mucho.

Una vez asignado los valores numéricos se sumaron los cuadrantes tanto horizontales como verticales y se determinó el valor total de cada cuadrante y el total general, el total general permitió identificar las principales DAFO, y a través de esta identificación se definen el problema estratégico general y la solución estratégica general, una vez identificadas las mismas se procede a estructurar las estrategias ya sean estas ofensiva, defensiva, adaptativa y de supervivencia según la puntuación, las mismas que ayudaran a estructurar el plan, los programas y proyectos a ejecutarse dentro del área de estudio (Pareja, 2012)

También Pareja (2012) muestra unas preguntas para establecer estrategias como: Estrategias ofensivas (maxi- maxi). ¿Cómo permiten las fortalezas aprovechar las oportunidades?; Estrategias defensivas (maxi- mini). ¿Cómo aprovecho las fortalezas para contrarrestar las amenazas?; Estrategias reorientación (mini- maxi). ¿Cómo minimizar debilidades aprovechando oportunidades? y estrategias de supervivencia (mini- mini). ¿Cómo evito que la debilidad favorezca la amenaza?.

#### **4.1.6.1. ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIAS**

La estructuración de la matriz FODA es determinante para establecer las diferentes estrategias que ayudaran al desarrollo del turismo en Piedra de Plata, pero antes de diseñar las estrategias de debe plantear el problema estratégico y la solución estratégica para según el análisis de esos dos componentes más la suma de los valores diseñar estrategias.

#### **Problema estratégico**

Si la contaminación de los afluentes hidrográficos continúa perjudicando el desarrollo turístico de la comunidad Piedra de Plata y este no es capaz de permitir la implementación de nuevos proyectos turísticos, aun buscando potenciar la integración de la comunidad y aprovechando al máximo el surgimiento de nuevas tendencias turísticas.

### **Solución estratégica**

Si se soluciona la ausencia de productos turísticos y se potencia a tope la integración de la comunidad Piedra de Plata, se podría aprovechar al máximo el surgimiento de nuevas tendencias turísticas y así establecer estrategias para mitigar la contaminación de los afluentes hidrográficos.

### **Determinación de estrategias**

Según los resultados de la matriz DAFO las estrategias a implementar son de reorientación o adaptativas, ya que la mayor ponderación se encuentra en las oportunidades y debilidades, y respondiendo a la interrogante de cómo se minimiza las debilidades aprovechando las oportunidades. Esta estrategia DO está pensada para atenuar o mitigar las debilidades internas, en la perspectiva de lograr el máximo aprovechamiento de las oportunidades que se han identificado en el ámbito externo.

### **Estructuración de estrategias**

Reorientación o adaptativas (MINI- MAXI).

O4= Surgimiento de nuevas tendencias turísticas (agroturismo y ecoturismo)

D4= Ausencia de productos turísticos

**Cuadro 04. 09.** Estrategias de reorientación para el desarrollo del turismo en la comunidad Piedra de Plata

<b>Diseñar un plan estratégico de desarrollo turístico</b>
<b>Establecer proyectos de desarrollo turístico direccionado al agroturismo y ecoturismo</b>
<b>Capacitar a la comunidad en la implementación de nuevos proyectos turísticos</b>
<b>Capacitación de actualización en nuevas tendencias turísticas</b>

---



---

**Elaborar paquetes turísticos innovadores**


---

**Establecer y diversificar la oferta turística de la comunidad**


---

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.7. SELECCIÓN DE SITIOS CON POTENCIAL TURÍSTICO

Una vez determinado los aspectos de la situación actual de la comunidad de Piedra de Plata se aplicó la matriz de evaluación de factores para selección de sitios (ver anexo 10) para determinar si el lugar es idóneo para la investigación y analizar la potencialidad; Dicha matriz es una herramienta que sirve para determinar si el lugar cuenta con las características necesarias para el desarrollo del turismo. A continuación se muestra el proceso de cómo se desarrolla la matriz y cuáles son los pasos a seguir.

La matriz permite determinar los factores decisivos, los factores importantes y los factores deseables de un destino, a los factores decisivos se les asignan una ponderación o peso del 60% dentro de la evaluación total, con un máximo de 60 puntos. Se debe recordar que la no calificación de cualquiera de ellos hace que se deseche una alternativa dada. Los factores importantes se evalúan en un 30%, con un máximo de 25 puntos, los factores deseables les corresponde una ponderación o peso de un 10%, con un máximo de 15 puntos (Cárdenas, 1991)

Los límites para efectuar la evaluación individual de cada factor van desde 0 hasta 5 puntos, de la forma siguiente:

**Cuadro 04. 10.** Límites para evaluación individual

<b>PUNTOS</b>	<b>SIGNIFICADO DEL FACTOR</b>
0	Inexistente
1	Pobre
2	Regular
3	Bueno
4	Excelente
5	Óptimo

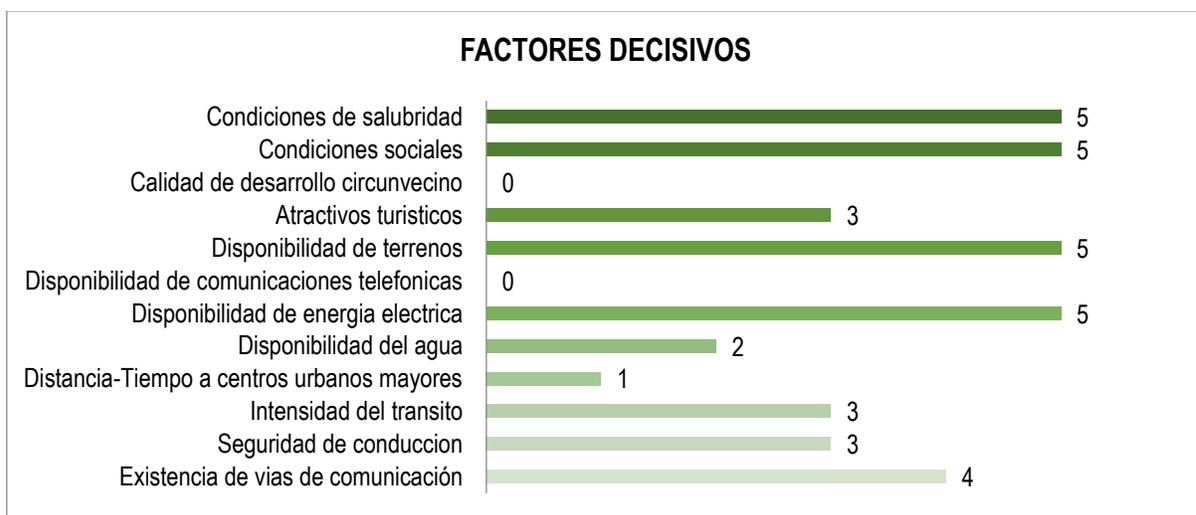
Fuente: Cárdenas, 1991

Según Cárdenas (1991) al efectuarse la suma de los puntos para todos los grupos de factores, se podrán establecer las comparaciones cuantitativas entre las diferentes

posibilidades que se están estudiando. La calificación final se obtiene con base en los siguientes criterios: si la ubicación es descartable tiene una puntuación total de 0 a 15 puntos, si es malo tendrá una puntuación de 16 a 35 puntos, regular de 36 a 55 puntos, bueno de 56 a 75 puntos, excelente de 76 a 95 puntos y óptimo de 96 a 100 puntos. La aplicación de la matriz de factores para selección de sitios sirve para determinar si el lugar seleccionado cuenta con características favorables para el desarrollo del turismo.

El 36% es el resultado obtenido de los factores decisivos donde se encuentra la mayor parte de interrogantes, estos obtuvieron la calificación de acuerdo a lo observado y estipulado en las reglas de la matriz, el 15% de los factores importantes de la cual el mayor número de incógnitas cumplió con las expectativas establecidas en el documento de evaluación, el porcentaje menor se obtiene de los factores deseables 10% por el poco porcentaje de incógnitas y la baja calificación por parte de una de las preguntas. Estos valores arrojan un valor de 61 puntos lo que hace que la comunidad tenga una buena ubicación que va de 56- 75 puntos.

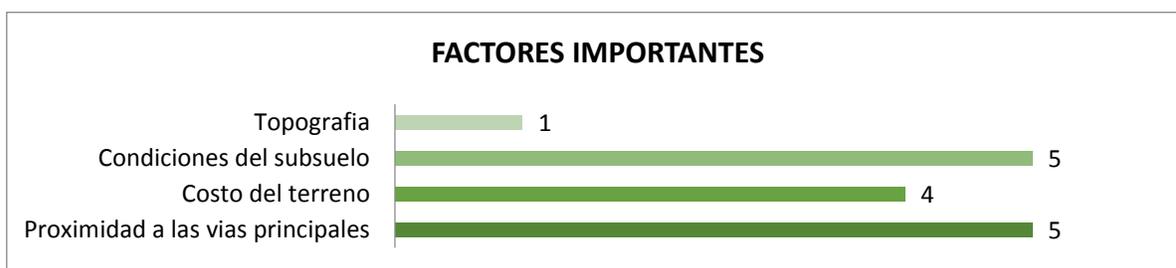
A continuación la tabulación desglosada de cada uno de los factores:



**Gráfico 04. 01.** Análisis y tabulación de factores decisivos

Fuente: Elaboración propia

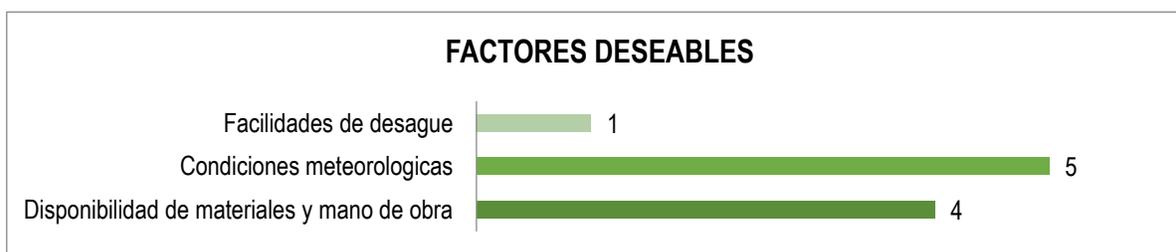
Los factores decisivos tienen 36%, en su totalidad el mayor puntaje por la conexión del lugar hacia polos económicos, su viabilidad, la disponibilidad de los servicios básicos, y las condiciones de salubridad que se presentan en el medio, sin embargo por el poco desarrollo de otros centros con la temática turística y por las falencias en las vías de comunicación esta no tiene un total de lo requerido que es 60 puntos o la ponderación total del 60%.



**Gráfico 04. 02.** Análisis y tabulación de factores importantes

Fuente: Elaboración propia

Los factores importantes completan su totalidad 15% porque la pendiente que oscila entre el 30% y 40% lo que hace que se le dé una puntuación de uno, a pesar de que la comunidad se encuentra situada al borde de una vía principal, los terrenos de las distintas familias del sector fueron adquiridos con un costo más allá de lo normal y el suelo es apto para la construcción no completa el 30% de puntos.



**Gráfico 04. 03.** Análisis y tabulación de factores deseables

Fuente: Elaboración propia

En los factores deseables muestran una puntuación de 10, lo que indica que las condiciones meteorológicas se encuentran estables o normales y la disponibilidad de la mano de obra, materiales para la construcción está disponible en el lugar y el desagüe por gravedad a servidumbre no ocasiona ningún perjuicio en el proyecto. En estos factores si se completa el la ponderación o peso del 10%.

Según la matriz, los factores decisivos arrojó un resultado de 36 puntos, en el factor importante se obtiene un resultado de 15 puntos y en el factor deseable una puntuación de 10, sumando estos tres valores nos da una puntuación de 61 lo que según el cuadro de valores indica que la ubicación de la comunidad de Piedra de Plata es buena para desplegar el turismo.

#### **4.1.8. INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS**

La comunidad de Piedra de Plata cuenta con recursos turísticos naturales (ver anexo 11) los cuales no han sido inventariados en investigaciones pasadas ni por iniciativa de la comunidad, por lo que es necesario inventariar los diferentes recursos existentes y así determinar la potencialidad de los mismos y el estado de conservación en el que se encuentran, para esto a continuación se muestra el proceso de cómo se invitarían los recursos turísticos naturales y culturales según el MINTUR, 2008.

La clasificación de los atractivos, consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el recurso/atractivo a inventariar, recopilación de información, evaluación y jerarquización; consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

Según el MINTUR (2008) la clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: sitios naturales y manifestaciones culturales y ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de sitios naturales se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas. En la categoría manifestaciones culturales se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados (MINTUR, 2008).

Según el MINTUR (2008) en la categoría se definen los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza, el tipo son los elementos de características similares en una categoría y el subtipo son los elementos que caracterizan los tipos. Posteriormente se da la evaluación de los atractivos, se evalúan un conjunto de atractivos lo que significa establecer una relación de orden entre los elementos de ese conjunto, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información. El proceso de evaluación conduce a la asignación de una jerarquía.

La descripción de los parámetros de evaluación: los atractivos deberán ser evaluados en base a tres parámetros: información consignada en los formularios, estudio fotográfico (mínimo 5 tomas por atractivo) y un minucioso conocimiento de los evaluadores sobre las características particulares de los atractivos. La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo; Los rangos son: 1 a 25 puntos: Jerarquía I; 26 a 50 puntos: Jerarquía II; 51 a 75 puntos: Jerarquía III; 76 a 100 puntos: Jerarquía IV (MINTUR, 2008). A continuación de describe de una forma sintetizada cada uno de los recursos inventariados:

## **RECURSOS TURÍSTICOS**

La comunidad de piedra cuenta con cuatro recursos turísticos (ver anexo 11) los mismos que fueron inventariados para así poder analizar el valor de intrínseco y extrínseco de cada recurso. A continuación Imagen 04. 02. de la ficha de resumen, evaluación y jerarquización de los recursos.

## FICHA DE RESUMEN

PROVINCIA: Manabí						FECHA: 16/05/2015							
NOMBRE DEL RECURSO	CALIDAD		ENTORNO Max. 10 puntos	ESTADO DE CONSERVAC Max.10 puntos	INFRAEST. VIAL Y ACCESO Max. 10 puntos	SERVICIOS máx. 10 puntos	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS Max. 5 puntos	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA I - II - III - IV
	VALOR INTRÍNSECO Max. 15 puntos	VALOR EXTRÍNSECO Max. 15 puntos						LOCAL Max. 2 puntos	REGIONAL Max. 4 puntos	NACIONAL Max.7 puntos	INTERNAC. Max. 12 puntos		
Caída de agua Talambuco	5	4	3	2	3	3	2	1	1			24	I
Caída de agua El Perro	5	4	2	3	3	3	2	1	1	0	0	24	I
Balneario de Agua dulce Conguillo	5	3	2	2	5	3	2	2	1			25	I
Cueva La Olla	6	4	2	2	3	1	2	2	1			23	I

**Imagen 04. 02.** Ficha de resumen, evaluación y jerarquización de los recursos

**Fuente:** En base a los criterios del Mintur, 2008

Una vez inventariado los diferentes recursos naturales ubicados en la comunidad se procedió a desarrollar la matriz de potencialidades turísticas, la cual tiene el fin de valorar cualitativamente el carácter cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio pero con base en el reconocimiento del atractivo turístico, deducido en unos casos, confirmado documentalmente en otros.

A continuación se muestra cual es el proceso para estructurar la matriz de potencialidades turísticas y cuáles son los factores a evaluar:

Según Villegas y Sánchez (2000) la metodología se basa en valorar cualitativamente el carácter cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio, pero con base en el reconocimiento del atractivo turístico, deducido en unos casos, confirmado documentalmente en otros. Se establece una escala de 1 a 3 que permite valorar cuantitativamente los recursos: cultural, ambiental, paisajístico y deportivo; a cada uno de estos factores se les da una puntuación de moderado (1), importante (2) y muy importante (3).

La segunda tabla de variables consideradas se ha centrado en una serie de atributos que se entiende oportunos y de evaluación factible, se determina pertinente la clasificación del 1 al 4 en la valoración de atributos, según los siguientes criterios: dinámica, utilización, accesibilidad y equipamiento turístico; a cada uno de estos factores se les da una puntuación de latente (1), emergente (2), consolidada (3) y

consolidada y en expansión (4); entre otros componentes según la interrogante. (Villegas y Sánchez. 2000)

A continuación se muestra el Cuadro 04. 16. Matriz de potencialidades turísticas.

**Cuadro 04. 11.** Matriz de potencialidades turísticas

N	Atractivo y / o recurso	Carácter				Atributos				Total
		C	A	P	D	D	u	a	e	
1	Cascada el Perro	2	2	2	3	3	3	4	2	22
2	Balneario Conguillo	2	2	2	2	3	3	3	2	19
3	Cueva de la Olla	1	1	2	1	1	1	1	1	10
4	Cascada el Talambuco	2	2	2	3	3	2	3	2	21
<b>Posición del recurso</b>										
<b>A Cascada el Perro</b>									22	<b>Mayor potencialidad</b>
<b>B Cascada el Talambuco</b>									21	
<b>C Balneario Conguillo</b>									19	
<b>F Cueva de la Olla</b>									10	<b>Potencialidad emergente</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.9. ZONIFICACIÓN TURÍSTICA

##### Zonificación

La zonificación consiste en dividir el área de estudio y representa uno de los procesos más relevantes de la planificación turística sostenible, ya que según esta zonificación se puede determinar cuáles son las áreas de mayor uso o explotación, para así determinar estrategias de uso, la característica principal de la zonificación turística es analizar que se hace en cada zona y que cada zona debe cumplir su tarea específica, su objetivo que es la conservación y el buen manejo de los recursos naturales y culturales.

Existen diversas metodologías para establecer una zonificación ya sea esta turística o de cualquier otro índole; Según Báez Y Acuña (2003) la zonificación es el proceso de aplicar objetivos de manejo e identificar y agrupar áreas con potencial turístico, diferenciando también áreas de uso. La metodología planteada por Báez Y Acuña (2003) conlleva seguir varios puntos que son:

1. Tomar como base el mapa de la comunidad y la información de campo recopilada sobre el área (Báez y Acuña. 2003)
2. Bosquejar cada una de estas áreas, lugares o puntos particulares en una copia del mapa base (Báez y Acuña. 2003)
3. Establecer la zonificación preliminar con zonas tales como las que mencionan Báez y Acuña (2003) que son las siguientes:
  - Áreas capaces de hacer frente a los objetivos del patrimonio cultural.
  - Áreas capaces de hacer frente a los objetivos relacionados con el esparcimiento, el turismo y la conservación de los recursos escénicos.
  - Áreas capaces de hacer frente a los objetivos de educación, interpretación, investigación y monitoreo.
  - Áreas con potencial para el desarrollo de actividades ecoturísticas especializadas (hospedaje, alimentación, tienda, etc.).
4. Comprobar mediante reconocimiento de campo cada una de las zonas preliminares.... (Báez y Acuña. 2003)
5. Bosquejar las especificaciones o zonas según el análisis del paso tres.... (Báez y Acuña. 2003)
  - El sistema de zonificación planteada se define en el establecimiento de cuatro zonas de manejo que a continuación se detalla:

**Cuadro 04. 12. Zonificación**

Zonas	Criterio para usos
De Conservación	Científicos, investigación, de flora y fauna, servidumbre ecológica y turística.
De uso Turístico	Fines turísticos, educación ambiental, recreativos.
De uso Especial	Infraestructura para administración y servicio al público
Amortiguamiento	Relación armónica y de desarrollo sustentable.

**Fuente:** Elaboración propia

6. Definir la zonificación final con las diferentes definiciones y desarrollar el mapa de zonificación (Báez y Acuña. 2003)

Una vez analizado los diferentes pasos establecidos por los autores se procedió con la zonificación de la comunidad de Piedra de Plata y haciendo la descripción de cada zona.

**Zona de conservación**

Esta área esta destinadas para la conservación absoluta que permitan asegurar la continuidad de los procesos naturales, sin intervención humana excepto para fines de investigación científica, así como para actividades de turismo muy especializado y bajo normas estrictas de control.

**Zona de uso turístico**

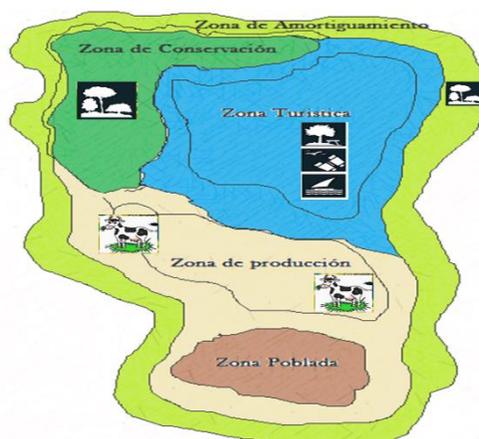
Espacios naturales con alto potencial para la recreación, caracterizado por poseer alta calidad paisajística, diversidad de fauna y comunidades de plantas de particular interés para el turismo orientado a la naturaleza. Zona definida expresamente para fines de recreación y turismo.

**Zona de uso especial**

Hace referencia a los espacios estratégicamente localizados en el exterior y ocupados por la infraestructura e instalaciones necesarias para el funcionamiento de la administración pública. También son áreas ocupadas por otras instituciones u organismos de apoyo vinculados a la conservación, investigación y educación.

**Zona de amortiguamiento**

Es la zona adyacente que bordea la zona de bosques nativos, cuyo fin debe ser el de proteger, prevenir y minimizar los efectos de borde provenientes de las diferentes actividades humanas.



**Imagen 04. 03.** Mapa de zonificación turística de la comunidad Piedra de Plata  
**Fuente:** elaboración propia

En la comunidad de Piedra de Plata se determinaron cuatro zonas entre las que comprende la zona de poblada que es donde habitan mayoritariamente las personas y se podría decir que es el centro de la comunidad; la zona de producción que es donde están los cultivos y está dispersa entre partes de la zona poblada y en el centro de la comunidad; la zona turística es donde se encuentra los recursos turísticos; la zona de conservación es la que aún no está intervenida por el hombre y cuenta con gran relevancia paisajística y de características ambientales significativas, esta es la zona de intangibilidad de la comunidad y por último la zona de amortiguamiento que es toda la franja que bordea la comunidad.

#### **4.1.10. ANÁLISIS DE IMPACTOS AMBIENTALES**

Para determinar los diferentes impactos ambientales que puede generar el turismo se elaboró la matriz de Leopold la misma que plasma cuales son las actividades que generan más impactos en la comunidad ya sean estos positivos o negativos y a través de esto establecer estrategias de prevención y mitigación según la valoración numérica (ver anexo 12 del proceso de elaboración de la matriz). A continuación se muestra la matriz de Leopold según Dellavedova, 2010.

## MATRIZ DE LEOPOLD

CATEGORIA	COMPONENTE	FACTOR	ACTIVIDADES								AF. P O S T	AF. N E G T	AGREGACIÓN DE IMPACTOS
			SENDERISMO	CICLISMO DE MONTAÑA	CAMPING	PESCA RECREATIVA	CABALGATA	PASEO EN CANOA	AGROTURISMO				
1. BIOTICO	1.2. FLORA	1.2.1 CULTIVOS	3 6 18				2 2 4			5 10 50	3		72
		1.2.2. PASTIZALES	2 5 10				2 3 6			4 8 32	3		48
	1.3. FAUNA	1.3.1. HABITATS	5 7 35	4 3 12	2 1 2	-3 5 -15	4 4 16	-2 6 -12	-6 5 -30	4	3	8	
		1.3.2. AVES	-5 6 -30	-3 4 -12	-3 1 -3	-2 3 -6	-3 2 -6	-4 2 -6	5 -5 -20		7	-97	
		1.3.3. REPTILES	-4 5 -20	-3 3 -9	-2 1 -2	-2 2 -4	-1 1 -1	-2 3 -6	-4 5 -20		7	-62	
		1.3.4. MAMIFEROS	-6 7 -42	3 5 -15	-2 3 -6	-2 2 -4	-3 4 -12	-3 2 -6	-5 6 -30		7	-85	
		1.3.5. ESPECIES ACUATICAS				-6 7 -42		4 5 20	-2 2 -4	1	2	-26	
	2.1. SUELO	2.1.1. EROSION	-7 8 -56	-2 3 -6	2 3 6	-3 2 -6	-6 8 -48	2 2 4	-6 7 -42	2	5	-148	
		2.1.2. PRODUCTIVIDAD DEL SUELO	5 5 25	2 3 6	2 4 8	2 3 6	4 5 20	2 2 4	5 8 40	7		109	
		2.1.3. ESTRUCTURA DEL SUELO	3 5 15	1 3 3	1 4 4	1 2 2	4 5 20	1 2 2	-4 7 -28	6	1	18	
2.1.4. FORMAS DEL RELIEVE		2 4 8	1 1 1	2 3 6	1 1 1	3 4 12	1 1 1	3 5 15	7		44		
2.1.5. ESTABILIDAD DE TALUDES													
2.1.6. USOS DEL SUELO		-5 6 -30	-2 5 -10	-3 5 -15	2 3 6	-4 7 -28	2 2 4	5 7 35	4	3	-38		

2. FISICO	2.2. AGUA	2.2.1. CAUDALES	-2	5				5	5	-2	3	-4	5	2	3	3	2	35	
		2.2.2. CALIDAD DEL AGUA	-2	2	-1	1	-2	2	-6	6	-1	6	-6	8	-3	3		7	-103
		2.2.3. NIVEL FREATICO	5	5	3	4	1	2			-3	5			-7	7	3	2	-25
		2.2.4. AGUAS SUBTERRANEAS	-4	5	-1	3	-2	2	4	4	-4	5	3	5	-4	6	2	5	-40
		2.2.5. USOS DEL AGUA					2	4	4	5			5	7	-2	3	3	1	57
	2.3. AIRE	2.3.1 EMISION DE GASES	-3	3	-3	2	-2	3	-2	3	-3	2	-4	5	-5	6		7	-83
		2.3.2. EMISION DE SOLIDOS	-4	5	-3	3	-2	4	-3	3	-2	1	-2	3	-4	5	1	6	-34
		2.3.3. RUIDO	-4	5	3	5	4	4	-3	3	3	5	-3	3	5	6	4	3	38
	3. SOCIOECONOMICO	3.1. POBLACION	2.4.1. RECURSOS PAISAJISTICOS	5	5	2	2	2	1	3	2	2	1	1	3	3	7		50
			3.1.1 EMPLEO /INGRESOS	3	3	1	2	1	2	3	1	2	4	2	4	7	7	7	
3.1.2. ASENTAMIENTOS HUMANOS			3	3	1	1	1	1	1	2	2	3	1	2	5	6	7		51
3.2. USO DEL SUELO		3.1.3. MIGRACION	3	3					2	2			2	3	4	5	4		39
		3.2.1. AREAS PRODUCTIVAS	5	6	2	2	3	5	3	3	2	3	2	2	7	9	7		131
		3.2.2. PRODUCTIVIDAD /PRODUCCION	3	6			2	4	1	2	3	5	2	2	7	8	6		103
		3.2.3. VALOR DE LA TIERRA	5	5	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	5	7	7		74
3.3. INFRAESTRUCTURA		3.2.4. FRACCIONAMIENTO DE LA TIERRA	-6	6	-2	3	-2	4	-3	3	-4	5	-2	3	-7	9		7	-148
		3.3.1. DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS	5	6	5	5	3	4	2	4	5	5	2	4	7	7	7		157
		3.3.2. ACCESIBILIDAD	5	7	6	6	3	5	3	5	4	6	4	5	3	7	7		166
	3.5.4. SALUD/ ENFERMEDAD	2	4	2	3	3	3	1	2	2	3	2	2	1	3	7		38	
	CULTURAL	3.6.1. VESTIGIOS ARQUEOLOGICOS												5	5	1		25	
<b>Afectaciones positivas</b>		17		15		17		17		16		19		19					
<b>Afectaciones negativas</b>		12		9		9		11		12		9		13	455		455		
<b>AGREGACIÓN DE IMPACTOS</b>		37		82		68		-20		24		31		233					

Imagen 04. 04. Matriz de Leopold con sus respectivos impactos

Fuente: elaboración propia

A continuación se muestra una síntesis la matriz de Leopold con los impactos de las actividades más sobresalientes.

**Cuadro 04. 13.** Impactos ambientales

<b>Principales Impactos Ambientales.</b>			
<b>Aspecto Ambiental</b>	<b>Impacto Ambiental</b>	<b>Positivo / Negativo</b>	<b>Etapas del Proyecto</b>
<b>FAUNA</b>	La actividad de pesca recreativa altera la tranquilidad de especies de aves y reptiles de la zona.	<b>negativo</b>	<b>Etapas de operación</b>
<b>SUELO</b>	La actividad de pesca recreativa produce la erosión del suelo del afluente hidrográfico donde se va a llevar a cabo esta acción o suceso.	<b>negativo</b>	<b>Etapas de operación</b>
<b>AGUA</b>	La actividad de pesca recreativa provoca muchas veces la muerte de las especies capturadas lo cual afecta los caudales de agua dedicados para el consumo.	<b>negativo</b>	<b>Etapas de operación</b>
<b>AIRE</b>	La pesca recreativa afecta a las diferentes especies existentes dentro del campo de acción a través de la emisión de sólidos, gases, ruido y por la utilización de ciertas especies para su ejecución.	<b>negativo</b>	<b>Etapas de operación</b>

Fuente: Elaboración propia

Una vez terminada la matriz se procede a analizar los valores para según eso establecer las estrategias de prevención (programas), cabe mencionar que si el signo es negativo, el proyecto será detrimental, y de ser necesaria su ejecución, deberán tomarse medidas de corrección o mitigación para las acciones que mayor detrimento ambiental causen y si es positivo serán de prevención.

El resultado de la matriz de Leopold es positivo con un valor de 455 lo que indica que las actividades a realizarse no causarían mayor impacto en la comunidad, pero es necesario establecer estrategias de prevención en los ámbitos ambientales y establecer directrices de educación y conciencia ambiental. A continuación se muestran los diferentes planes con sus programas tributando al análisis de la matriz.

#### **4.1.10.1. ESTRATEGIAS DE MITIGACIÓN O PREVENCIÓN**

**Cuadro 04. 14.** Planes de prevención y mitigación.

<b>PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS</b>
<b>OBJETIVOS:</b> PREVENIR Y MITIGAR LOS IMPACTOS AMBIENTALES CAUSADOS POR LAS ACTIVIDADES TURISTICAS.
<b>LUGAR DE APLICACIÓN:</b> COMUNIDAD DE PIEDRA DE PLATA
<b>RESPONSABLE:</b> GANCHOZO MIRIAM – LOOR ALFREDO

<b>PROGRAMA DE MANEJO DE DESECHOS</b>						
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	<b>MEDIDAS PROPUESTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>	<b>DE PLAZO (meses)</b>	
<b>SUELO</b>	Actividades turísticas.	Majo integral de residuos sólidos.	Realizas 1 charla de capacitación sobre manejo integral de residuos.	Fotos		1
<b>PLAN DE COMUNICACIÓN, CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL</b>						
<b>SUELO</b>	Actividades turísticas	Programa de manejo de suelos. Prevención de la contaminación al recurso suelo. Implementación de senderos.	Construcción y ubicación de 10 tachos de basura en la comunidad para poder mitigar el impacto causado por las actividades turísticas por lo tanto se debe designar un área para el almacenamiento temporal de materiales de construcción y evitar la alteración del suelo.	Fotos, fichas de monitoreo.		1
<b>PLAN DE RELACIONES COMUNITARIAS</b>						
<b>SUELO</b>	Las actividades turísticas socio economía de la comunidad se encuentra afectadas, ya que no cuentan con una capacitación adecuada para generar emprendimientos que mejoren su actividad económica	Programa de inclusión de la comunidad. Inclusión de la comunidad con los turistas.	Realizar 1 taller ambiental.	Fotos, entrevistas.		1
<b>PLAN DE CONTINGENCIAS</b>						
<b>SUELO</b>	Actividades turísticas	Programa de manejo de suelos.	2 talleres para la prevención de la erosión.	Fotos.		1
<b>PLAN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL</b>						
<b>SUELO</b>	Ayudar a las personas que están involucradas en la actividad turística o al momento de estar brindando servicios.	Programa de salud y enfermedades. Programa de normas básicas de higiene. Programa de Bienestar Humano	2 capacitaciones de primeros auxilios	Referencias locales, fotos		1
<b>PLAN DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO</b>						

---

<b>SUELO</b>	Actividades turísticas	Programa de monitoreo de desechos. Programa de monitoreo de conservación.	Realizar 1 control mensual de la clasificación de los desechos y conservación del ambiente.	Fotos Fichas de control	1
--------------	------------------------	--	---	----------------------------	---

---

**Fuente:** Elaboración propia

## 4.2. FASE II. ESTUDIO DE MERCADO OBJETIVO

El estudio de mercado es un factor clave para analizar la demanda, la oferta, la competencia y determinar el grado de aceptación que tendrá la inserción de un nuevo producto o servicio en el mercado, para esto se aplicaron las siguientes herramientas para el levantamiento de la información: encuestas y entrevistas; para analizar los gustos y preferencias de los turistas que visitan las playas de Puerto López, Canoa y Manta (ver anexo 14), las encuestas fueron redistribuidas entre los tres lugares ya mencionados y se realizaron 203 encuestas, para determinar el número de encuestas a realizar se implementó la fórmula del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población según Torres y Paz (sf).

Es importante mencionar que las encuestas fueron dirigidas hacia los visitantes internacionales, es por eso que se realizaron las encuestas en las playas Manabitas con mayor afluencia de turistas. A continuación se muestra la formula y el proceso de la misma:

En donde:

Z= nivel de confianza

P=probabilidad de éxito

Q=probabilidad de fracaso

D=precisión

$$n = \frac{Za^2 \times p \times q}{d^2} = 203 \quad [04.01]$$

Reemplazar valores

Donde:

Za<sup>2</sup> = 1.962

P = 0.5

Q = 0.5

D = 7%

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.07^2} = 203 \quad [04.02]$$

#### **4.2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

A través del análisis bibliográfico se determinó que el segmento de mercado al cual estaría direccionado los servicios de turismo en áreas rurales sería al mercado extranjero, ya que según lo analizado el Ecuador busca aumentar el ingreso de turistas internacionales como lo indica el MINTUR (2014) a través del plan de marketing turístico del Ecuador, en el que se hizo una actualización de los propósitos que se plantearon en el PIMTE 2003-2006, tomando en cuenta los cambios de las condiciones de la oferta, la demanda y la competencia. En el PIMTE (2014) se han establecido objetivos estratégicos con prioridad para promocionar los productos de ecoturismo y turismo rural con una primacía de producto clave o estrellas.

También es importante mencionar el término matriz productiva en este análisis del mercado, específicamente en el análisis de la demanda ya que según Espinosa (2013) Ministro Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, el turismo es uno de los sectores priorizados para el cambio de la matriz productiva, tomando más fuerza en cuanto al desarrollo del mismo, debido a las características naturales y culturales del Ecuador, lo que lo hace cada vez más llamativo para los turistas extranjeros; y que además ahora cuenta con infraestructura, vías de calidad, aeropuertos adecuados, entre muchos otros factores para el desarrollo de este sector.

La (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) SEMPLADES (2012) ha definido 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas para el proceso de cambio de la matriz productiva del Ecuador, entre las que se encuentra el turismo, ya que como indicó Rivadeneira (2014) se le apuesta al turismo para que en corto tiempo se convierta en la primera actividad que genere ingresos no petroleros al país; buscando así fuentes de financiamientos nacionales y extranjeras para seguir invirtiendo en la mejora de los servicios turísticos.

**Encuestas dirigidas a Extranjeros previo criterio de segmentación:**

Conocer los gustos y preferencias de los turistas extranjeros que llegan los balnearios de la provincia de Manabí y la incidencia que ellos pueden tener en el desarrollo del turismo en áreas rurales. (Ver anexo 13 y 14). Las encuestas realizadas en las playas de Manabí (Canoa, Puerto López y Manta) dirigida a los visitantes que tienen una inclinación por el turismo de sol y playa y por actividades de conocimiento ambiental y cultural fueron la principal motivación para realizar las encuestas en los lugares ya mencionados, se realizaron 203 encuestas distribuidas entre hombre y mujeres. Una vez analizado y tabulado las diferentes encuestas se estableció el perfil del visitante (ver anexo 16). A continuación se muestra el cuadro 04. 15 del perfil del posible visitante a la comunidad de Piedra de Plata para realizar actividades de turismo rural.

**Cuadro 04. 15.** Perfil de visitante

PERFIL DEL POSIBLE VISITANTE	
Género	Masculino
Nacionalidad	Estadounidense
Medios de información	Internet
Forma de viaje	Grupo de amigos
Como organiza el viaje	Cuenta propia
Tiempo de traslado	Dos a tres horas
Vivir excursiones	Si
Modalidades de turismo prefiere	Turismo comunitario, turismo rural, turismo de aventura y ecoturismo
Gusta de actividades turísticas comunitarias (agroturismo, ecoturismo).	Si
Combinaciones prefiere	Alimentación y hospedaje
Actividades a realizar	Recorridos en canoa, Camping, Deportes acuáticos, Pesca artesanal, Intercambio cultural y Turismo de montaña
Dispuesto a gastar	30 a 50 dólares

Fuente: Elaboración propia

### **Entrevistas dirigidas a organismos públicos y privados:**

#### **Entrevistas prestadores de servicios turísticos**

Se entrevistaron a tres prestadores de servicios turísticos redistribuidos entre Manta y Puerto López, con el fin de analizar si estarían dispuesto a promocionar a la comunidad a la de Piedra de Plata y servir de intermediarios para el desarrollo del

turismo en la misma. A continuación se muestra un cuadro de los nombre con el cargo respectivo de los entrevistados

**Cuadro. 04. 16.** Prestadores de servicios turísticos

Nombre	Lugar	Cargo
Elsa Cuni	Manta	Gerente general de agencia de viajes "Narwell ecotours" Tours ecoturísticos- Manabí
Dunmar Muñoz	Puerto López	Gerente propietario de agencia turística "Arrecife Marino" Tours isla de la Plata e isla Salango
Miguel Villarruel	Puerto López	Escuela de buceo

Fuente: Elaboración propia

El análisis de la entrevistas se basó en determinar un grado de similitud en cuanto a las respuestas de los prestadores de servicios turísticos, a continuación análisis de entrevistas en el cuadro.04. 17.

**Cuadro. 04. 17.** Análisis de respuestas de prestadores de servicios turísticos

PREGUNTAS	ARGUMENTO	
	SI	NO
1. Cuál es el tipo de producto que ofrece.		La primera interrogante se asentó en cuál es el tipo de producto o el servicio que ofrecen y dos de los encuestados indicaron que prestan servicios de agenciamiento con tours previamente establecidos y el otro entrevistado tiene una escuela de buceo, estos establecimientos son muy visitados por turistas extranjeros ya que son estos el principal mercado de las empresas mencionadas.
2. Estaría dispuesto a vender productos de turismo rural	X	La segunda interrogante se basó en preguntar si estarían dispuestos a vender productos de turismo rural y los tres encuestados manifestaron que si están dispuestos mientras se presente una propuesta tentadora.
3. Cuáles serían los parámetros de calidad para ofrecer los productos		La tercera pregunta era cuáles serían los parámetros de calidad para ofrecer los productos y los encuestados indicaron lo siguiente: Que los valores de turismo rural sean bien transmitidos: buen trato del cliente, buena relación entre comunidad y clientes, respeto, y que los clientes puedan tener una experiencia de vida autentica compartida con la comunidad; Calidad de alojamiento y comida: limpio, buena higiene, comodidad. Porque aunque algunos clientes estén listos para compartir con la comunidad local, a veces llegando a la noche les gusta tener un poco de comodidad e intimidad (dependiendo del número de noches que pasan también).
4. Cuál sería el porcentaje de ganancias que se manejaría.		La cuarta incógnita se asentó en cuál sería el porcentaje de ganancias que se manejaría; en esta interrogante hubo un poco de desacuerdo ya que Narwell trabajaría con lo que normalmente se habla de un 5 o 10% pero todo depende del producto y del valor final también; y Arrecife Marino y Escuela de buceo trabajarían con un 20% de ganancias.
5. Estaría dispuesto a generar alianzas con comunidades rurales	X	La quinta pregunta es si estaría dispuesto a generar alianzas con comunidades rurales, para lo cual los tres prestadores de servicios turísticos indicaron que si estarían predispuestos en establecer lasos de trabajo para el desarrollo mancomunado.
6. Estaría dispuesto a generar alianzas estratégicas con la comunidad de Piedra de Plata del cantón Pichincha- Manabí.	X	La sexta interrogante se analizó si estaría dispuesto a generar alianzas estratégicas con la comunidad de Piedra de Plata del cantón Pichincha- Manabí; y los encuestados dijeron tendrían que visitar para ver si tiene potencial para promocionarla.
7. Estaría dispuesto a realizar un FAN TRIP	X	La séptima pregunta es si estaría dispuesto a realizar un FAN TRIP, para lo cual indicaron que sí, ya que les gustaría analizar el potencial de la comunidad para así determinar que estrategias implementarían para la difusión de la misma.

Fuente: Elaboración propia

## Entrevistas dirigidas a organismos públicos

Se entrevistaron a dos organismos públicos redistribuidos entre Manta y Pichincha, con el fin de analizar cómo podría contribuir e impulsar el desarrollo del turismo en comunidades rurales y servir de intermediarios. A continuación se muestra el cuadro 04.18. De los nombre con el cargo respectivo de los entrevistados

**Cuadro. 04. 18.** Organismos públicos

Nombre	Lugar	Cargo
Norma Suarez	Pichincha- Gad del cantón Pichincha	Coordinadora del departamento de turismo
Paola Saltos	Manta	Coordinadora de gestión- MINTUR

Fuente: Elaboración propia

El análisis de la entrevistas se basó en determinar un grado de similitud en cuanto a las respuestas de los organismos públicos como el Mintur y el Gad del cantón Pichincha, a continuación análisis de las entrevistas.

**Cuadro. 04. 19.** Análisis de respuestas de representantes de organismos públicos

PREGUNTAS	SI	NO	ARGUMENTO
1. Cuáles son los programas que impulsan el turismo en comunidades.			La coordinadora del departamento de turismo del Gad del cantón Pichincha indico que los programas que se llevan a cabo en la zona para impulsar el turismo son de ayudar al desarrollo de las festividades de carnaval, regatas, trabajan en conjunto con las comunidades antes y durante los eventos, tambien indico que como municipio están fomentando la arborización en los sectores de relevancia ambiental. La coordinadora tambien manifestó que en el POA se establece un presupuesto para las fechas festivas y que de esa forman ellos impulsan el turismo. Caso contrario del MINTUR- Manta, ya que la Señorita Paola Saltos coordinadora del departamento de turismo manifestó que como ministerio de turismo solo impulsan a los diferentes Gads municipales a que presenten proyectos y verificar que cumplan con los puntos del formato Semplades y los lineamientos del SECOB.
2. Cómo acceder a ellos.			En el caso del Gad de pichincha los interesados se pueden acercar a la oficina de la dirección de turismo y socializar cuales son las necesidades y según eso le dan acceso a la información y explican en que consiste para así involucrarlos en los programas. Así mismo mencionan los del Mintur que para acceder a los programas se lo debe hacer mediante el Gad Manta ya que ellos si cuentan con dichos programas.
3. Cuáles son los requisitos para que una comunidad pueda obtener algún beneficio en cuanto al desarrollo del turismo.			En este punto la coordinadora de turismo Pichincha indico que es necesario que presenten propuestas para en base a eso determinar los requisitos y enfocarse en las necesidades.
4. Trabajan o tienen relaciones con ONG que ayuden al desarrollo del turismo rural.		X	El Mintur no trabaja con ONG que ayuden al desarrollo del turismo rural al igual que el Gad de Pichincha.
5. Estarían dispuestos a ayudar en la publicidad de Piedra de Plata como destino rural.	X		La coordinadora del D.T. Gad Pichincha manifiesta que siempre y cuando se analice la propuesta y la necesidad y este dentro del plan ayudarían en temas de desarrollo y publicidad.
6. Cómo ayudarían al desarrollo del turismo en la comunidad de Piedra de Plata.			Así mismo en esta interrogante indicaron que es necesario en primer parte conocer el lugar la comunidad de Piedra de Plata, que se le presente la propuesta ver cuáles son las fortalezas del lugar y las potencialidades que puedan generar un desarrollo.

Fuente: Elaboración propia

## **4.2.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

### **4.2.2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE LA COMUNIDAD DE PIEDRA DE PLATA**

Con respecto a la oferta la comunidad Piedra de Plata tiene una oferta nula a pesar de contar con recursos con potencial, para lo cual se establecerán estrategias para desarrollar una oferta en la comunidad de Piedra de Plata. Es importante mencionar que según los resultados de ciertas interrogantes de las encuestas realizadas a los turistas internacionales se establecerá o mejorara la oferta existente según las sugerencias o pedidos de los mismos.

### **4.2.2.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE COMUNIDADES EN LAS QUE SE DESARROLLA EL TURISMO RURAL.**

En el Ecuador se llevan a cabo diversos proyectos de desarrollo turísticos, entre los que se encuentra el turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura, en la Provincia de Manabí también se desarrollan actividades turísticas en zonas o áreas de relevancia ambiental y cultural como es el caso de Agua Blanca, Río Muchacho, Isla Corazón Y la Quinkigua, en estos lugares o poblados se desarrolla el turismo comunitario, turismo vivencial, turismo de naturaleza o ecoturismo de una forma continua, estos centros turísticos han sido creados con el afán de satisfacer a una demanda cada vez más interesada en vincularse de forma directa con la naturaleza y los habitantes de las comunidades, estos lugares representan la principal oferta de turismo rural de la Provincia de Manabí.

## **4.2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Lograr la consolidación de un destino o de un lugar que se esté desarrollando turísticamente se basa en analizar la competencia ya sea esta directa o indirecta, analizar los servicios que se ofrecen y que aspectos de calidad están inmersos, son aspectos claves para establecer ventajas competitivas.

Es por esto que en cuanto a la competencia se analizaran cuatro lugares donde se desarrolla el turismo rural comunitario, a continuación se muestra el cuadro 04. 20 de competidores:

**Cuadro 04.20.** Descripción de centros turísticos

NOMBRE	UBICACIÓN			QUE OFRECE	PRECIOS
	Cantón	Parroquia	Comunidad		
<b>Comuna de Agua Blanca</b>	Puerto López	Machalilla	Agua Blanca	Ofrece servicios de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismo comunitario</li> <li>- Alimentación</li> <li>- Hospedaje</li> <li>- Voluntariado</li> <li>- Tours</li> </ul> <p><b>NOTA:</b> Los turistas acuden a conocer los restos de la cultura Manteña, admirar los bosques seco y tropical, o a beneficiarse de las propiedades medicinales que se le atribuyen a las aguas de su laguna de azufre.</p>	Entrada a la comunidad y servicio de guianza: <ul style="list-style-type: none"> <li>•Adultos \$5,00.</li> <li>•Estudiantes \$2,50.</li> <li>•Tercera edad y personas con capacidades especiales \$2,50.</li> <li>•Alquiler de caballos \$8,00 por día.</li> <li>•Alquiler de salvas \$1,00 por día.</li> </ul>
<b>Río Muchacho ORGANIC FARM &amp; ACCOMMODATION</b>	San Vicente	Canoa	Río Muchacho	Ofrece servicios de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agroturismo o turismo rural</li> <li>- Caminatas</li> <li>- Cabalgatas</li> <li>- Pesca deportiva</li> <li>- Navegación en ríos</li> <li>- Avistaje de flora</li> <li>- Servicios de alimentación comida vegetariana con productos orgánicos cultivados en la finca.</li> <li>- Alojamiento en cabañas con habitaciones múltiples; funcionan inodoros aboneros y baños comunitarios,</li> <li>- Áreas de esparcimiento</li> <li>- Áreas deportivas</li> <li>- Alternativas de balneario de agua dulce.</li> </ul>	
<b>Isla Corazón y Fragatas</b>	Sucre	Bahía de Caraquez y San Vicente		El RVS Isla Corazón y Fragatas es uno de los productos estrellas de la Ruta del Spondylus de la zona norte de Manabí (Bahía de Caraquez y San Vicente)	
<b>Centro turístico comunitario La Quinkigua</b>	Santa Ana	Honorato Vásquez		Brinda servicios turísticos de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alojamiento</li> <li>- Alimentación,</li> <li>- Visitas ecoturísticas y de agroturismo, guiadas por gente local quienes además desarrollan eventos culturales mediante los cuales dan a conocer las costumbres, y folklore de la cultura montubia.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

### 4.3. FASE III. DISEÑO DE ESTRATEGIAS

En esta fase se llevó a cabo un análisis de los resultados de las fases anteriores para así determinar cuáles serían las estrategias a implementar y posteriormente relacionarlas con el PLANDETUR 2020 para así vincularlas al área de estudio. Pero para lo mencionado se hará un análisis del problema en el área de estudio, el objetivo de la investigación y las posibles soluciones como a continuación se muestra en el cuadro 04.21.

**Cuadro. 04. 21.** Componentes del área de estudio

PROBLEMA	DEFICIENTE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LA COMUNIDAD PIEDRA DE PLATA
OBJETIVO	DESARROLLAR EL TURISMO EN LA COMUNIDAD DE PIEDRA DE PLATA, CANTÓN PICHINCHA-MANABÍ.
SOLUCIONES	Mejorar la deficiente práctica administrativa
	Mejorar la infraestructura turística
	Implementar señalización turística y vial
	Socialización de normativas sobre actividades turísticas
	Campaña de valoración de recursos turísticos
	Campaña de concienciación ambiental y buen usos de los recursos naturales
	Establecer una oferta turística de la comunidad

**Fuente:** Elaboración propia

En base a la problemática que se presenta en el área de estudio y al objetivo de la investigación se plantearon posibles soluciones y se estructuraron las estrategias vinculándolas a los resultados de la matriz FODA, haciendo énfasis en el cuadrante mayor puntuado o tomando como referencia la fortaleza, la debilidad, la amenaza y la oportunidad principal; analizando también el problema estratégico, la solución estratégica y las estrategias de reorientación que surgieron una vez analizado el total de la sumatoria de los cuadrantes.

#### 4.3.1. DETERMINAR LAS ESTRATEGIAS DE ACCIÓN

**Objetivo:** Elaborar un plan estratégico de desarrollo turístico en la comunidad de Piedra de Plata, cantón Pichincha- Manabí, y contribuir con una herramienta para mejorar la calidad de vida de los habitantes aprovechando los recursos naturales de una manera sustentable y sostenible.

**Cuadro. 04. 22.** Estrategias de acción

<b>Estrategias de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Indicadores de Resultado</b>	<b>Indicadores de Impactos</b>
Involucrar a los habitantes de la comunidad de Piedra de Plata al desarrollo de actividades turísticas e impulsarlos a brindar servicios de calidad manteniendo los principios de la sostenibilidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar campañas de valoración de recursos turísticos, concienciación ambiental y buen uso de los recursos naturales.</li> <li>• Capacitar a los habitantes de la comunidad de Piedra de Plata en temas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendencias turísticas</li> <li>- Agroturismo</li> <li>- Turismo comunitario</li> <li>- Turismo rural</li> <li>- Ecoturismo</li> <li>- Turismo cultural</li> </ul> </li> <li>• Ejecutar programas de desarrollo turístico.</li> <li>• Capacitar a los habitantes en la elaboración de paquetes turísticos innovadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 campañas.</li> <li>• 30 personas capacitadas.</li> <li>• 1 programa</li> <li>• 30 personas</li> </ul>	Impulsar la actividad turística en un 40% en la comunidad Piedra de Plata.

Fuente: Elaboración propia

## **DEFINICIÓN DE LA IMAGEN DESEADA, MISIÓN, VISIÓN VALORES CORPORATIVOS.**

### **VALORES CORPORATIVOS**

1.- Honestidad

2.- Lealtad

3.- Hospitalidad

4.- Respeto

5.- Calidad

### **FORMULACIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

La propuesta tiene los siguientes objetivos principales:

- Promover el desarrollo rural sostenible en la comunidad de Piedra de Plata.

- Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad de Piedra de Plata haciendo buen uso a los recursos turísticos.
- Diversificar la oferta turística en el territorio cantonal y en la comunidad.
- Establecer lineamientos para el trabajo continuo y mancomunado.

### **Misión del plan**

Promover el desarrollo turístico en la comunidad de Piedra de Plata, Cantón Pichincha, a través de estrategias operativas y que sirvan como un instrumento para orientar las acciones de los comuneros y de los involucrados en el sector turístico, aprovechando el potencial turístico, beneficiando a la comunidad y por ende generar un desarrollo sostenible.

### **Visión del plan**

La zona rural del cantón Pichincha se consolidará como una alternativa de turismo rural sostenible generando fuentes de empleo para los habitantes de las comunidad y liderar actividades turísticas rurales en la región aprovechando los recursos naturales y culturales existentes.

### **Meta**

Desarrollar la actividad turística en la comunidad Piedra de Plata en un 40% generando ventas de servicios turísticos a partir del año 2016.

### **4.3.2. PROGRAMAS Y PROYECTOS**

Una vez analizado los resultados de las matrices EFI, EFE, MPC, MATRIZ FODA y el estudio de mercado se procedió a realizar una comparación de los programas y proyectos del PLANDETUR para así los que se relacionan y se vinculan al área de estudio y que estarán inmersos en el plan de desarrollo turístico:

**Cuadro. 04. 23.** Programas y proyectos del plan estratégico de desarrollo.

PROGRAMA	PROYECTO
<b>Desarrollo y consolidación de la normativa de turismo sostenible.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativas por actividades turísticas.</li> </ul>
<b>Facilitación turística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de señalización vial, urbana, rural y de sitios de patrimonio cultural.</li> </ul>
<b>Infraestructura turística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan nacional de equipamiento turístico en terminales terrestres, aéreos y acuáticos.</li> <li>• Plan de dotación de servicios básicos en la red nacional de conectividad y destinos Turísticos.</li> </ul>
<b>Desarrollo de destinos turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecución de planes cantonales de dinamización turística.</li> <li>• Consumo de productos ecológicos locales por los turistas.</li> </ul>
<b>Desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario y patrimonio cultural para el turismo de Ecuador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dotación de servicios básicos para los CTC y sus comunidades</li> <li>• Profesionalización de gestores y personal técnico para el turismo comunitario.</li> <li>• Consolidación institucional y desarrollo organizativo del turismo comunitario.</li> <li>• Fortalecimiento de la comercialización del producto turístico comunitario del Ecuador.</li> </ul>
<b>Turismo de Naturaleza y Comunitario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puesta en marcha y ejecución de los programas de turismo de naturaleza y comunitarios viables.</li> </ul>
<b>Innovación de productos turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación de productos turísticos.</li> </ul>
<b>Fortalecimiento del marketing turístico del Ecuador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de Marketing Turístico del Ecuador para el mercado interno.</li> </ul>

Fuente: Análisis del PLANDETUR, 2007

## DESCRIPCIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS

**Cuadro. 04. 24.** Plan estratégico de desarrollo.

PROGRAMAS	PROYECTOS
<p><b>Desarrollo y consolidación de la normativa de turismo sostenible en la comunidad de Piedra de Plata</b></p> <p><b>Descripción y justificación del programa.</b> Este programa busca fortalecer el cumplimiento de los principios de la sostenibilidad de una forma integrada con las actividades turísticas, generando también buenas prácticas de turismo en comunidades rurales.</p> <p><b>Objetivo</b> Lograr la inclusión de la normativa de turismo sostenible para mejorar las prácticas ambientales, socioculturales y económicas en comunidades rurales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b><u>Normativas por actividades turísticas en la comunidad de Piedra de Plata</u></b> El proyecto busca direccionar las actividades turísticas en comunidades a través de las normas de desarrollo por actividades, buscando mejorar la calidad de los servicios turísticos, brindando una seguridad jurídica y brindar protección a todos los entes turísticos privados o públicos.</li> </ul> <p><b>Duración del proyecto :</b> 5 años</p>
<b>Monto total del programa:</b>	<b>\$ 1.000</b>
<p><b>Facilitación turística para la comunidad de Piedra de Plata</b></p> <p><b>Descripción y justificación del programa.</b> El desarrollo de la actividad turística se da en un lugar determinado si esta cuenta con las adecuadas facilidades turísticas, el impulso del turismo sostenible se respalda en una adecuada facilitación de la visita y estancia del turista en los lugares de destino o donde se da turismo rural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b><u>Plan de señalización vial para la comunidad de Piedra de Plata</u></b> Implementación de señalización turística y vial en comunidades donde existe una incidencia de desarrollo turístico para así brindar la comodidad necesaria para el visitante.</li> </ul>

<p><b>Objetivo</b> Dotar de facilidades y elementos de soporte para la visita turística, de manera que se garantice estadía, movilización, seguridad y disfrute de los sitios de atractivo.</p>	<p><b>Duración del proyecto :</b> 5 años</p>
<p><b>Monto total del programa: \$ 15.000</b></p>	
<p><b>Programa de Infraestructura turística para la comunidad de Piedra de Plata</b> <b>Descripción y justificación del programa.</b> Mejorar la infraestructura turística y servicios básicos para generar un desarrollo integral de la comunidad de Piedra de Plata y así fortalecer la actividad turística comunitaria y dando paso en un proceso progresivo y de fortalecimiento. <b>Objetivo</b> Implementación de infraestructura básica turística en comunidades rurales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Plan nacional de equipamiento turístico en terminales terrestres, aéreos y acuáticos.</b> Se proyecta el mejoramiento de la oferta de servicios y asistencia al turista (información, comunicación en red, reservaciones, reclamaciones, etc.) en las terminales de transporte del Cantón Bolívar y Pichincha de pasajeros domésticos e internacionales, para lo cual se optimizará las iniciativas locales en la construcción y modernización de las facilidades de acceso y conectividad. <b>Duración del proyecto :</b> 3 años</li> <li>• <b>Plan de dotación de servicios básicos</b> Este proyecto se enfoca en los destinos rurales y en áreas naturales que sean de valor turístico pero que no cuenten con infraestructura de servicios básicos aptos para el turismo. Este proyecto servirá como uno de los mecanismos de contribución del turismo para la reducción de la pobreza y la mejora del bienestar de la comunidad de Piedra de Plata. <b>Duración del proyecto :</b> 3 años</li> </ul>
<p><b>Monto total del programa: \$ 20.000</b></p>	
<p><b>Desarrollo de destinos turísticos</b> <b>Descripción y justificación del programa.</b> A partir de la identificación de los destinos turísticos regionales, y las áreas con mayores índices de pobreza del país, se deberá hacer una integración de éstas dentro de aquéllos. Esta integración tiene por objetivo que el turismo sea una herramienta más que active las economías de las comunidades locales menos favorecidas, y que tengan cierta potencialidad para el turismo, tanto en cuanto a atractivos como en cuanto a productos o servicios susceptibles de incorporarse dentro de la cadena de valor del turismo. <b>Objetivo</b> Fomentar el desarrollo turístico sostenible en comunidades rurales que cuentan con potencial turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ejecución de planes cantonales de dinamización turística.</b> Involucramiento de los gobiernos municipales para la implementación de planes de dinamización para los cantones y sus comunidades. <b>Duración del proyecto :</b> 2 años</li> <li>• <b>Consumo de productos ecológicos locales por los turistas.</b> El proyecto tiene como objetivo contribuir a la integración de la cadena de valor del turismo en comunidades y de los emprendimientos relacionados con mecanismos de comercio justo, que fomentan formas de producción sostenibles, entre ellas el agroturismo y la agroecología que se caracterizan por la conservación de la agrobiodiversidad y promueven la disminución del uso de agroquímicos. <b>Duración del proyecto :</b> Permanente</li> </ul>
<p><b>Monto total del programa: \$ 8.000</b></p>	
<p><b>Desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad de Piedra de Plata.</b> <b>Descripción y justificación del programa.</b> Las implicaciones de la actividad turística con las comunidades rurales y Nacionalidades del Ecuador son amplias y alcanzan la vida comunitaria de modo completo. Significa de modo general la oportunidad de la gestión autónoma de los territorios, la revitalización de sus culturas, la dinamización de sus actividades productivas y la</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dotación de servicios básicos para Piedra de Plata</b> Este proyecto busca dotar de servicios básicos a la comunidad de Piedra de Plata para así brindar servicios de calidad que vayan a corde a las nuevas exigencias de los turistas comunitarios. <b>Duración del proyecto:</b> 3 años</li> <li>• <b>Profesionalización de gestores y personal técnico para el turismo comunitario en Piedra de Plata</b> El apoyo a la profesionalización del recurso humano</li> </ul>

oportunidad de aportar, desde la práctica de la interculturalidad, a la construcción de una sociedad solidaria y responsable con las vidas. Por esta razón es que las comunidades han generado su propia perspectiva de análisis de la estructura del turismo vinculándola al desarrollo de la comunidad.

**Objetivo**

Promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario para mejorar la calidad de vida de las comunidades desde una perspectiva integral sustentable y sostenible.

resulta clave para el desarrollo turístico en comunidades rurales, apoyar las estrategias de capacitación para potenciar el soporte técnico y mejorar la imagen turística del Ecuador.

**Duración del proyecto :** 1 año y repetir cada año

- **Consolidación institucional y desarrollo organizativo del turismo comunitario en Piedra de Plata**

Este proyecto busca la consolidación, mejora y desarrollo institucional del turismo comunitario, a la vez que persigue incentivar formas de organización óptimas a nivel de los Centros de Turismo Comunitario. Este fortalecimiento de la gestión en el turismo comunitario permitirá posicionar a la oferta de Ecuador con altos niveles de competitividad, no sólo a través de las mejoras en la oferta que el fortalecimiento traerá aparejadas, sino también con la adquisición de conocimientos de gestión operativa óptima y negociación para la comercialización del turismo.

**Duración del proyecto :** Permanente

- **Fortalecimiento de la comercialización del producto turístico comunitario.**

El presente proyecto busca el fortalecimiento de la promoción, mercadeo y comercialización del producto turístico comunitario en los mercados nacional e internacional. Este fortalecimiento deberá concretarse dentro de las actividades de comercialización y promoción turística que se desarrollen dentro del marketing turístico nacional. Se aprovecharán las sinergias mutuas entre productos y destinos turísticos, y el encuadre de las marcas turísticas de posicionamiento de Ecuador.

**Duración del proyecto :** Permanente

**Monto total del programa: \$ 20.000**

**Turismo de Naturaleza y Comunitario**

**Descripción y justificación del programa.**

El Programa tiene por objeto la consolidación del turismo sostenible como dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador. El programa de turismo de naturaleza y comunitario busca además consolidar la participación de los gobiernos seccionales, que han asumido las competencias de turismo y que en coordinación con las cámaras, los gremios y las comunidades locales están interesados en fortalecer la gestión local y la diversificación de la oferta turística de sus respectivas localidades.

**Objetivo**

Apoyar el desarrollo continuo del turismo en comunidades rurales aprovechando los recursos naturales y así generar un incremento de la actividad turística, a través de la consolidación de productos turísticos comunitarios.

- **Puesta en marcha y ejecución de los programas de turismo de naturaleza y comunitarios viables de Piedra de Plata**

El proyecto busca la implementación efectiva de los proyectos que sean evaluados como viables, resultado del proyecto anterior de estudios de factibilidad integral. Consta básicamente de dos actividades, una para la organización y gestión de los proyectos, y otra para el financiamiento y la ejecución operativa de los mismos.

**Duración del proyecto:** Permanente

**Monto total del programa: \$ 2.000**

**Innovación de productos turísticos en la comunidad de Piedra de Plata**

**Descripción y justificación del programa.**

Este programa busca que los comuneros tengan la

- **Innovación de productos turísticos.**

El proyecto busca también impulsar la conformación de clubes de producto turístico, entendiéndose como

capacidad de establecer productos turísticos innovadores, que generen cambios significativos que se adapten a lo existente en sus comunidades.

**Objetivo**

Diversificar y enriquecer la oferta turística de la comunidad de Piedra de Plata a través de la innovación de productos turísticos comunitarios.

consorcio de Pymes que deciden trabajar juntas de forma voluntaria para desarrollar nuevos productos turísticos o mejorar los existentes.

Este proyecto se enfoca en dos ejes: la creación de nuevos productos turísticos y el mejoramiento de los ya existentes.

**Duración del proyecto:** Permanente

**Monto total del programa:** \$ 1.000

**Fortalecimiento del marketing turístico**

**Descripción y justificación del programa.**

La creación del Plan de Marketing Turístico del Ecuador para comunidades rurales, servirá como una guía detallada de las actividades de marketing, y su implementación a partir de la necesidad de los turistas.

**Objetivo**

Posicionar a la comunidad de Piedra de Plata como líder de turismo comunitario sostenible e incrementar los ingresos de los comuneros.

• **Plan de Marketing Turístico para la comunidad de Piedra de Plata**

Este proyecto busca elaborar estrategias de marketing para las comunidades que desean ofertar sus servicios y productos turísticos consolidados y en concordancia con las nuevas tendencias.

**Duración del proyecto:** 2 años

**Monto total del programa:** \$ 5.000

Fuente: Análisis del PLANDETUR, 2007

## PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Cuadro. 04. 25. Cronograma de los Programas y proyectos del plan estratégico de desarrollo.

PROGRAMAS	AÑO 2016- 2020					PRESUPUESTO TOTAL	TOTAL PROYECTOS
	2016	2017	2018	2019	2020		
Desarrollo y consolidación de la normativa de turismo sostenible en la comunidad de Piedra de Plata.	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$ 1.000	1
Facilitación turística en la comunidad de Piedra de Plata.	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$ 15.000	1
Infraestructura turística para la comunidad de Piedra de Plata	\$10.000	\$5.000	\$5.000			\$ 20.000	2
Desarrollo de destinos turísticos	\$4.000		\$4.000			\$ 8.000	2
Desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad de Piedra de Plata.	\$4.000	\$4.000	\$4.000	\$4.000	\$4.000	\$ 20.000	4
Turismo de Naturaleza y Comunitario	\$500	\$500	\$100	\$200	\$200	\$ 2.000	1
Innovación de productos turísticos en la comunidad de Piedra de Plata	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$ 1.000	1
Fortalecimiento del marketing turístico.	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$ 5.000	1
	<b>TOTAL DEL PLAN</b>					<b>\$ 72.000</b>	

Fuente: Análisis del PLANDETUR, 2007

## 4.4. FASE IV. CONTROL Y SEGUIMIENTO

### 4.4.1. DETERMINACIÓN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN.

En fase se realizó la matriz de indicadores donde se determinaron indicadores de cumplimiento, a través del establecimiento de metas que direcciones a los indicadores ya que estos deben ser medible y cuantificables, a continuación se muestra el cuadro 04.26. Matriz de indicadores.

**Cuadro 04.26.** Matriz de indicadores de control y seguimiento

Proyectos	Metas	Indicadores de cumplimiento	Responsable del monitoreo
<b>Plan de señalización vial para la comunidad de Piedra de Plata</b>	Implementación del plan de señalización en un mes iniciando el año 2016.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un contrato firmado.</li> <li>• Dos informes de avance</li> <li>• N. de señalética instalada</li> <li>• Un informe final</li> </ul>	MINTUR Gad Municipal de Pichincha Presidente de la comunidad
<b>Plan nacional de equipamiento turístico en terminales terrestres, aéreos y acuáticos</b>	Puesta en valor de gastos de equipamiento de dos terminales terrestres de la provincia de Manabí en 3 años (Cantón bolívar y Pichincha).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un contrato firmado.</li> <li>• Dos informes de avance</li> <li>• N. de equipamiento instalada en terminales terrestres</li> </ul>	MINTUR Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar Presidente de la comunidad
<b>Plan de dotación de servicios básicos.</b>	Diseño del Plan local de Dotación de servicios básicos en 1 año. Implementación del plan de dotación de servicios básicos en dos años.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acta de entrega recepción del Plan Nacional de Dotación</li> <li>• Un contrato firmado.</li> <li>• Dos informes de avance</li> <li>• Un informe final</li> </ul>	MINTUR Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar Presidente de la comunidad
<b>Ejecución de planes cantonales de dinamización turística.</b>	Implementación de 2 planes de dinamización turística a nivel local en 2 años.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado de cumplimiento por planes de dinamización turística en un 50%.</li> </ul>	Gad Municipal de Pichincha Comunidad
<b>Consumo de productos ecológicos locales por los turistas.</b>	Incremento de la demanda de productos ecológicos comunitarios en un 20% cada año.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de incremento de la demanda y en la comercialización de los productos.</li> </ul>	Gad Municipal de Pichincha Comunidad
<b>Dotación de servicios básicos para Piedra de Plata.</b>	Dotación de servicios básicos en un 50% en la comunidad Piedra de Plata para el 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de avance en un 50%.</li> <li>• Acta de entrega de recepción.</li> </ul>	Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar Presidente de la comunidad
<b>Profesionalización de gestores y personal técnico para el turismo comunitario en Piedra de Plata.</b>	Contar con suficiente personal capacitado para la gestión del turismo en comunidades para el 2020.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de profesionales contratados en el ámbito turístico en un 50%.</li> <li>• N° de gestores y técnicos comunitarios formados y acreditados.</li> </ul>	Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar Presidente de la comunidad Comunidad
<b>Consolidación institucional y desarrollo organizativo</b>	Contar con equipos técnicos de apoyo institucional de turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N° de CTC con equipos técnicos de apoyo institucional por cada</li> </ul>	Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar Presidente de la comunidad

<b>del turismo comunitario en Piedra de Plata.</b>	comunitario en 25% para asesoramiento y gestión con gobiernos seccionales en el 2016, el 50% 2018 y el 100% en el 2020.	porcentaje establecido por año.	
<b>Fortalecimiento de la comercialización del producto turístico comunitario.</b>	-Contar con 2 planes de promoción turística anuales sobre turismo comunitario. -Integrar al turismo comunitario en los paquetes turísticos de TTOO receptivos e internacionales, alcanzando una presencia del 25% de turistas a la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acuerdo de participación con TTOO.</li> <li>• Existencia de planes anuales de promoción de turismo comunitario.</li> <li>• N° de paquetes de TTOO nacionales e internacionales que incluyen turismo comunitario al año.</li> </ul>	Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar Presidente de la comunidad
<b>Puesta en marcha y ejecución de los programas de turismo de naturaleza y comunitarios viables de Piedra de Plata.</b>	-Ejecución del 100% de los proyectos comunitarios al cabo de cinco años de su inicio respectivo -Al 2020, la comunidad de Piedra de Plata ha puesto en marcha proyectos de turismo de naturaleza y comunitario factibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de unidades ejecutoras por destinos.</li> <li>• % de proyectos finalizados a los cinco años de su comienzo, 2016-2020</li> <li>• Número de turistas en la comunidad.</li> </ul>	Comunidad Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar
<b>Innovación de productos turísticos</b>	Impulsar al menos 5 proyectos estrella por año de desarrollo de nuevos productos turísticos. Impulsar al menos 5 proyectos estrella por año de mejoramiento de producto ya existente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No. de proyectos impulsados para desarrollo de nuevos productos turísticos.</li> <li>• No. de proyectos impulsados para mejoramiento de producto ya existente.</li> </ul>	Comunidad Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar Mintur
<b>Plan de Marketing Turístico de Piedra de Plata.</b>	-Diseño de 1 Plan de Marketing Turístico de la comunidad de Piedra de Plata para el mercado interno en el 2016, y su actualización cada 2 años. -Diseño de 1 Plan de Marketing Turístico de la comunidad de Piedra de Plata para el mercado extranjero en el 2016, y su actualización cada 2 años.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan diseñado entregado</li> <li>• No. de manuales producidos y distribuidos.</li> <li>• Plan actualizado</li> </ul>	Comunidad Gad Municipal de Pichincha Gad Municipal de Bolívar Mintur

Fuente: Análisis del PLANDETUR, 2007

## 4.5. DISCUSIÓN

La comunidad de Piedra de Plata cuenta con aspectos relevantes para desarrollar el turismo, las características naturales con mayor potencial y potencialidad emergente demuestran el sesgo de desarrollo que puede tener el lugar haciendo buen uso de estos recursos y desarrollando actividades de vinculación con la naturaleza y la comunidad, Piedra de Plata cuenta con recursos naturales como caídas de agua, balnearios de agua dulce y cueva; dichos recursos turísticos naturales fueron analizados y previamente inventariados, para así ser plasmados en la investigación como un respaldo del potencial con el que cuenta la comunidad.

Una vez obtenido los resultados de la investigación se pudo verificar que la aplicación de las diferentes matrices ayudó a determinar la situación actual de la comunidad de Piedra de Plata y que la metodología planteada por Fred (2013) es muy oportuna y bastante clara para establecer una ponderación según los indicadores o factores identificados en las matrices EFI, EFE y MPC. El MINTUR presenta un modelo a seguir para inventariar los diferentes recursos y atractivos turísticos del Ecuador, en el que señala varios pasos a seguir al momento de diseñar la fichas de inventarios turísticos naturales y culturales, pero es un poco contradictorio al momento de realizar la ponderación para determinar la categoría del recurso ya que no existen criterios bien puntuados ya que juega mucho la subjetividad del investigador para poder alcanzar la puntuación necesaria.

Por otro lado cabe destacar que las encuestas aplicadas sirvieron como base fundamental en el proceso de recolección de información, dentro y fuera de la comunidad, lo cual nos permitió compilar datos más detallados, en primer lugar que posee la comunidad para darse a conocer como territorio turístico y la otra parte de las encuestas ayudaron a identificar el grado de aceptación y la tipología del visitantes que desean realizar actividades de turismo rural dentro de la comunidad. Es por lo mencionado anteriormente que la aplicación de herramientas como encuestas y entrevistas ayudan a determinar factores de aceptación y rentabilidad en la inserción de un nuevo producto o servicio en el mercado turístico nacional.

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

1. Se establecieron estrategias de acuerdo a la realidad turística de la comunidad de Piedra de Plata, por lo que se proponen adicionalmente ocho programas y trece proyectos basados en el PLANDETUR 2020 y los resultados obtenidos de la investigación.
2. La comunidad de Piedra de Plata según el diagnóstico turístico situacional es un área rica en recursos naturales y culturales, posee una producción agrícola muy variada con reconocimiento a nivel internacional y esto permite desarrollar actividades integrativas como el agroturismo.
3. El estudio de mercado sirvió como base para establecer las estrategias de acción y promoción, tomando en cuenta el análisis de la demanda y la oferta.
4. La matriz FODA dio paso a la elaboración del problema estratégico y la solución estratégica permitiendo establecer las estrategias de reorientación para posteriormente vincularlas con los resultados de las fases siguientes.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pichincha (GAD) y a la Junta Parroquial de Membrillo establecer presupuestos dirigidos a implementar facilidades turísticas y servicios básicos para mejorar y aplicar proyectos de desarrollo turístico en la comunidad de Piedra de Plata.
2. Se recomienda a la comunidad buscar el apoyo de entidades gubernamentales y no gubernamentales para que coadyuguen en la ejecución de los programas y proyectos establecidos que se direccionan con el desarrollo sostenible y hacer buen usos de esta herramienta de planeación turística dejando a un lado las malas prácticas y haciendo énfasis en la preservación de los recursos naturales, culturales y económicos de la comunidad de Piedra de Plata.
3. Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pichincha (GAD) y a la Junta Parroquial de Membrillo buscar el fortalecimiento de las políticas de desarrollo turístico y vincular a la comunidad en los beneficios del turismo.
4. Se recomienda al consejo Provincial mejorar las vías de acceso hacia la comunidad para facilitar la visita de los turistas, también se recomienda al Gad del cantón Pichincha visitar la comunidad de Piedra de Plata para que conozca más de cerca cuales son las necesidades de los habitantes y así también destinar presupuestos para mejora de las vías de acceso.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGESTIC (Asociación Gallega De Empresas De Tecnologías De Información Y Comunicación). 2009. (En Línea). Ec. Consultado, 27 de Oct. 2014. Disponible en:<http://www.agedtic.org/content/2-estudio-mercado-y-definicion-objetivos-y-estrategias>.
- Alcicley, F. 2013. Turismo e desenvolvimiento local: un abordaje sobre los impactos de organización institucional productiva local turística del municipio de parintins – Amazonas, Brasil. Revista turydes. Vol. 6. No. 14. (En Línea). México. Consultado, 28 de Abril. 2015. Formato HTML. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/14/turismo-local.html>.
- Almeida, P. 2008. Plan de desarrollo turístico del cantón san miguel de Urcuquí, provincia de Imbabura. (En Línea). Ec. Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8387/1/37483\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8387/1/37483_1.pdf).
- Araújo, N. 2011. El Turismo Activo o de Aventura como componente destacado del Turismo de Naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia. (En Línea). México. Consultado, 07 de May. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.eutm.es/journal/index.php/gt/article/view/34/33>.
- Arias, L; Arias, E; Arias; J. 2013. Definición de Turismo Sustentable. Tamaulipas, México complejo turístico sustentable "el fantástico sur de Tamaulipas". Revista turydes. Vol. 6. No. 14. (En Línea). México. Consultado, 28 de Abril. 2015. Formato HTML. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/14/tamaulipas.html>.
- Barbosa, Y. 2007. Cómo realizar un análisis de mercado para su producto. (En Línea). Ec. Consultado, 27 de Oct. 2014. Formato HTML. Disponible en:<http://www.desarrolloweb.com/articulos/analisis-mercado-producto.html>.
- Báez, A. y Acuña, A. 2003. Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas. México. Primero edición. Pág. 51-54.
- BIOCOMERCIO (Comercio y Desarrollo). 2014. Turismo sostenible. (En Línea). Consultado, 25 de Oct. 2014. Disponible en: <http://www.biocomercioecuador.ec/sectores-y-empresas/turismo-sostenible>.
- Botella, T. 2014. Líneas Estratégicas. (En línea). Mex. Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.moliner.san.gva.es/castellano/Plan%20de%20Calidad/Calidad2012.pdf>.

- Blanco, M. 2008. Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. (En Línea). Costa Rica. Consultado, 08 de Oct. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.territorioscentroamericanos.org/instituciones/Herramientas%20de%20trabajo/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>.
- Cabanilla, E. 2015. Impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del chamán y los ritos mágico-religiosos. (En Línea). Argentina. Consultado, 08 de Octubre. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V24/N02/v24n2a10.pdf>
- Cándido, B; y Correa, M. 2011. La comunidad. Brasil. Revista PASOS. Vol. 2 p 166 – 169.
- Cathcart, M. 2009. Comunidad, definición. (En línea). Cuba. Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1813/181321553002.pdf>.
- Cebrián, F. 2008. Turismo rural y desarrollo local. Ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha. p 11- 20. (En Línea). Sevilla. Consultado, 25 de Oct. 2014. Disponible en: [http://books.google.com.ec/books?id=\\_NjEMwc1i\\_AC&pg=PA40&lpg=PA40&dq=desarrollo+turistico+definicion+omt&source=bl&ots=LOEfe8-aqm&sig=dVeRzZVHfAu1Dt8kqhBF5DIxqss&hl=es&sa=X&ei=rZhLVNzXBYze sATZ0ILADQ&ved=0CFQQ6AEwCQ#v=onepage&q=desarrollo%20turistico%20definicion%20omt&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=_NjEMwc1i_AC&pg=PA40&lpg=PA40&dq=desarrollo+turistico+definicion+omt&source=bl&ots=LOEfe8-aqm&sig=dVeRzZVHfAu1Dt8kqhBF5DIxqss&hl=es&sa=X&ei=rZhLVNzXBYze sATZ0ILADQ&ved=0CFQQ6AEwCQ#v=onepage&q=desarrollo%20turistico%20definicion%20omt&f=false).
- Chinga, D y Párraga, J. 2011. Incidencia del turismo en Manabí. (En línea) EC. Consultado, 27 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://repositorio.utm.edu.ec/bitstream/123456789/1153/1/TESIS%20OPERADORAS%20TURISTICAS%20.pdf>.
- Cortés, C. 2013. Estrategias de desarrollo. (En Línea). España. Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/26548/2/Dosier\\_teorico.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/26548/2/Dosier_teorico.pdf).
- Dellavedova, M. 2010. Guía metodológica para la elaboración de una evaluación de impacto ambiental. (En Línea). Consultado, 25 de Jun. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://blogs.unlp.edu.ar/planeamientofau/files/2013/05/Ficha-17-GUIA-METODOLOGICA-PARA-LA-ELABORACION-DE-UNA-EIA.pdf>
- Espinosa, R. 2013. Turismo uno de los sectores priorizados para el cambio de la matriz productiva. (En Línea). Consultado, 10 de Sept. 2015. Disponible en:

<http://www.produccion.gob.ec/turismo-es-uno-de-los-sectores-priorizados-para-el-cambio-de-la-matriz-productiva-ministro-richard-espinosa/>.

ECOTUR (Fundación Ecoagroturismo). 2012. Definición de ecoturismo. (En Línea). Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato HTML. Disponible en:[http://www.ecotur.es/ecoturismo-agroturismo-casa-hotel-rural-ecologico/ecoturismo/definicion-del-ecoturismo\\_4318\\_2483\\_4723\\_0\\_1\\_in.html](http://www.ecotur.es/ecoturismo-agroturismo-casa-hotel-rural-ecologico/ecoturismo/definicion-del-ecoturismo_4318_2483_4723_0_1_in.html).

EUTM (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia Paseo del Malecón España). 2012. El turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual. (En Línea). Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>.

FES (Friedrich Ebert Stiftung).2013 .Definición de desarrollo sustentable. (En Línea). Consultado, 25 de Oct. 2014. Disponible en: <http://www.fes-ecuador.org/pages/lineas-de-trabajo/economia-y-desarrollo-sustentable.php>.

Flores, C. y Hernández, V. (2012). Turismo alternativo como herramienta para el desarrollo local. El caso del parque nacional el Chico en el estado de Hidalgo. (En Línea). Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/13/archm.pdf>.

Fred, D. 2003. Conceptos de Administración Estratégica, matriz EFE, EFI y MPC. 9na edición. Mex. Pág. 110-118.

Fred, D. 2013. Administración estratégica. Matriz EFE, EFI y MPC. (En Línea). Mex. Decimocuarta edición. Consultado, 26 de Jun. 2015. Formato PDF. Disponible en: <https://bibliotecat2.files.wordpress.com/2014/10/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf>

Pareja, F. 2012. Guía Práctica de Planificación y Herramientas de Gestión. FODA. (En Línea). Consultado, 12 de May. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.hss.de/fileadmin/americalatina/Bolivia/downloads/libro\\_herramientas\\_4.pdf](http://www.hss.de/fileadmin/americalatina/Bolivia/downloads/libro_herramientas_4.pdf).

García, T. y Cano, M. (sf). El foda: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones. (En Línea). Consultado, 12 de May. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>.

GEO Juvenil Ecuador (Global Environment Outlook). 2010. Política y estrategia nacional de biodiversidad del Ecuador. (En línea) EC. Consultado, 27 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.geojuvenilecuador.org/29-42%20tema%202.pdf>.

- Grefa, R. 2013. Turismo ecoturístico sustentable. Editorial Guayaquil. 07 de feb. El universo, Amazonia. P 10b.
- Guardiola, M. y Diéguez, A. 1998. Comunidad. (En línea). Arg. Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/pela/pl-000215.pdf>
- Guzmán. 2000 Citado por Martínez, R. 2003. Alternativas para un desarrollo sustentable. (En Línea). Consultado, 28 de Abril. 2015. Formato HTML. Disponible: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intersedes/article/view/819/880>.
- Cárdenas, F. 1991. Proyectos turísticos, localización e inversión. Matriz de evaluación de factores para selección de sitios. Editorial trillas. México.
- Hinojosa, R. Galván, A. 2013. Estrategias para el desarrollo sustentable en la ciudad de Navojoa, Sonora. (En Línea). Mex. Consultado, 27 de Abr. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://190.144.151.155/ojs/index.php/IGO/article/viewFile/100/99>
- Ibáñez, C. 2013. Ecoturismo: concepto y evolución. (En Línea). Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PPT. Disponible en: <http://prezi.com/aosevikdifpj/ecoturismo-concepto-y-evolucion/>.
- INAMHI (instituto nacional de meteorología es hidrología). 2013. Datos climáticos. Ec. (En Línea). Consultado, 17 de Jun. 2015. Disponible en: <http://www.serviciometeorologico.gob.ec/>.
- Intriago, F. 2009. Diseño de un plan de desarrollo ecoturístico para la zona del Llandia, parroquia San José, Provincia de Pastaza. (En Línea). Ec. Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/527/1/23T0214INTRIAGO%20FABIAN.pdf>.
- Lima, S. García, C. Gómez, C. Eusebio, C. 2012. El turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo el programa UNWTO. (En Línea). Mex. Consultado, 27 de Abr. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PS0312\\_07.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PS0312_07.pdf).
- Llop, C. 2011. La valorización y dinamización de los paisajes para el desarrollo económico local. (En Línea). Esp. Consultado, 27 de Abr. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://upcommons.upc.edu/e-prints/bitstream/2117/13848/1/pasosrep5.pdf>.

- Losada, C. sf. La dinamización económica del área metropolitana. (En Línea). Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: [http://www.bcn.cat/publicacions/b\\_mm/ebmm\\_Plaestrategic/058-063\\_cas.pdf](http://www.bcn.cat/publicacions/b_mm/ebmm_Plaestrategic/058-063_cas.pdf).
- Maldonado, G. 2012. Elaboración de un plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible de la parroquia Huigra, cantón Alausí, provincia de Chimborazo. (En Línea). Ec. Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/2190/1/23T0330%20MALDONADO%20GABRIEL.pdf>.
- Mancero, H. 2012. Qué es el desarrollo sostenible. (En Línea). Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato HTML. Disponible en: <http://www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/que-es-el-desarrollo-sostenible.html>.
- Marrero, M. Naranjo, M. Chávez, H. 2015 Estudio de Factibilidad Económica para propuesta de inversiones del parque acuático inflable y el Canopy- tour en el Parque Turístico Canimar, en la Ciudad de Matanzas, Cuba. (En Línea). Cuba. Consultado, 26 de Abr. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retos/article/viewFile/151/140>
- Martínez, D. y Milla, A. (2005). La elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral. España. p 12- 13. Disponible en: [http://books.google.com.ec/books?id=qGUOpeifd\\_UC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=qGUOpeifd_UC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false).
- Martos, M. Fernández, J. 2010. Una aproximación al análisis de la actividad turística cultural en la ciudad. (En Línea). Consultado, 01 de May. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/110/103>.
- Medianero, D. s.f. Guía metodológica para el diseño de planes estratégicos en el sector público. (En Línea). Ec. Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: [http://www.pnuma.org/aguamiac/REGIONAL/MATERIAL%20ADICIONAL/BIBLIOGRAFIA-WEBGRAFIA%20\(2\)/Guia%20metodologica%20planes%20estrategicos%20sector%20publico.pdf](http://www.pnuma.org/aguamiac/REGIONAL/MATERIAL%20ADICIONAL/BIBLIOGRAFIA-WEBGRAFIA%20(2)/Guia%20metodologica%20planes%20estrategicos%20sector%20publico.pdf).
- MINTUR (Ministerio de turismo Ecuador). 2013. Anuario 2009-2013 de llegadas de turistas extranjeros a Ecuador. (En Línea). Ec. Consultado, 27 de Jul. 2015. Disponible en: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/anuario-de-estadisticas-turisticas/anuario-2009-2013/175>

- MINTUR (Ministerio de turismo Ecuador). 2012. Ecuador superó el millón de llegadas de extranjeros. (En Línea). Ec. Consultado, 27 de Jul. 2015. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-supero-el-millon-de-llegadas-de-extranjeros/>.
- MINTUR (Ministerio de turismo Ecuador). 2007. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, PLANDETUR 2020. (En Línea). Ec. Consultado, 04 de May. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.
- MINTUR (Ministerio de turismo Ecuador). 2008. Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Ec.
- MINTUR (Ministerio de turismo Ecuador). 2009. Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014. (En Línea). Ec. Consultado, 27 de Jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf).
- Miranda, A. 2014. Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible de la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. (En Línea). Ec. Consultado, 25 de Abr. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3453/1/23T0404%20MIRANDA%20ARACELY.pdf>.
- OEDC (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos). 2008. Desarrollo sostenible: vincular la economía, la sociedad, el medio ambiente. (En Línea). Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.oecd.org/insights/41774475.pdf>.
- OMT (Organización Mundial De Turismo). 2012. Definición de Turismo. Panorama OMT del turismo internacional. (En Línea). Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: [http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2013/05/panorama\\_OMT\\_turismo\\_internacional\\_2012.pdf](http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2013/05/panorama_OMT_turismo_internacional_2012.pdf).
- Ortiz, F. 2009. Diseño de un plan de desarrollo ecoturístico para la comunidad de Chotayacu, parroquia Santa Clara, provincia de Pastaza. (En Línea). Ec. Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/522/1/23T0210ORTIZ%20FREDY.pdf>.
- Pereira, I. 2011. La matriz de Leopold en EIA. (En Línea). Consultado, 10 de Jun. 2015. Disponible en: <http://www.eoi.es/blogs/ivanpereira/la-matriz-de-leopold-en-eia/>.

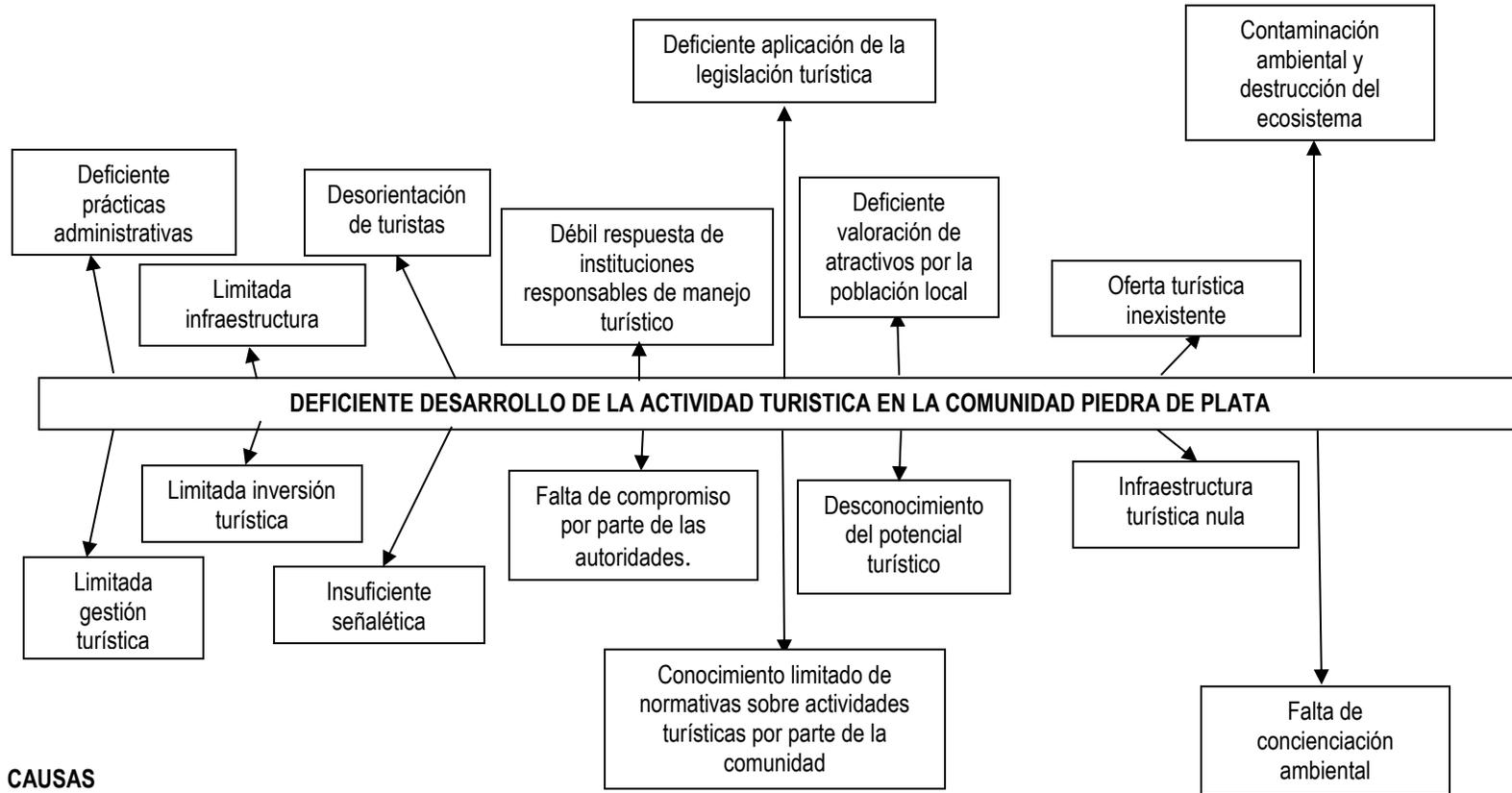
- Piñar, Á; García, M; García, H. 2012. Ecoturismo y educación ambiental para la sustentabilidad en la reserva de la biosfera de los Tuxtlas. (En Línea). México. Consultado, 28 de Abril. 2015. Formato HTML. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/asc.html>.
- PNIT (El Plan Nacional e Integral de Turismo España). 2012. Definición de turismo. (En Línea). Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: [http://www.tourspain.es/es-es-VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan%20Nacional%20e%20Integral%20de%20Turismo%202012\\_2015\\_FINAL\\_REVISADO%20150313.pdf](http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan%20Nacional%20e%20Integral%20de%20Turismo%202012_2015_FINAL_REVISADO%20150313.pdf).
- Rivera, G. 2009. Comunidad. (En línea). Chile. Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: [http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2009/cs-meza\\_g/pdfAmont/cs-meza\\_g.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2009/cs-meza_g/pdfAmont/cs-meza_g.pdf).
- Rodríguez, D. et al 2014. Turismo comunitario en favelas. (En Línea). Brasil. Consultado, 08 de Octubre. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V23/N04/v23n4a08.pdf>
- Rodríguez, R. 2011. Destinos turísticos, realidades y concepto. (En Línea). Consultado, 25 de Oct. 2014. Formato HTML. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/rrf.html>.
- Rogelio, A. 2012. Líneas Estratégicas. (En línea). Esp. Consultado, 24 de Oct. 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.carm.es/ctyc/institucional/turismo/4.2803.pdf>.
- Ricaurte, C. 2009. Manual para diagnostico turístico local. Consultado, 12 de May. 2015.
- Santamera, D. 2013. La empresa familiar: desafíos, retos, entornos, supervivencia generacional. La sucesión, planificación, protocolos y organización. (En Línea). Esp. Consultado, 01 de May. 2015. Formato PDF. Disponible en: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3085/1/TFG-B.147.pdf26>
- SECTUR (Secretaría de Turismo). 2004. Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo. (En Línea). México. Consultado, 23 de Abr. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://metztitlan.com.mx/data/documents/turismoalternativo.pdf>.
- SEMPLEDES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). 2012. Transformación de la Matriz Productiva. 1era edición. (En Línea). Ec. Quito. Consultado, 10 de Sept. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)

- Suárez, R. Bribiescas, F y Villanueva, J. 2012. Gestión y fortalecimiento de proyectos comunitarios: una opción para el desarrollo turístico sustentable en comunidades rurales del estado de Chihuahua (caso ejido ojo de la casa). (En Línea). México. Consultado, 07 de May. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.eujournal.org/index.php/esj/article/view/894/937>.
- Thompson, I. 2008. El Estudio de Mercado. Conozca qué es el estudio de mercado, tipos y proceso. (En Línea). Ec. Consultado, 27 de Oct. 2014. Formato HTML. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>.
- Torres, C. Martínez, P. García, F. 2013. Turismo Alternativo y Educación Una propuesta para contribuir al desarrollo humano. (En Línea). México. Consultado, 30 de Abr. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/view/770/557>.
- Torres, M. y Paz, K. (sf). Tamaño de una muestra para una investigación de mercado. (En Línea). Consultado, 26 de Jul. 2015. Formato PDF. Disponible en: [http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL\\_02\\_BAS02.pdf](http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf).
- Vieira, A. López, T. Rodríguez, J. 2012. Desarrollo socioeconómico endógeno-local y Etnoturismo: el marco de jerez-sherry. (En Línea). Esp. Consultado, 25 de Abr. 2015 Formato PDF. Disponible en: <http://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/viewFile/231/299>.
- Villegas, F. Y Sánchez, M. 2000. Recursos turísticos y actividad del sector en la provincia de Granada. Matriz de potencialidades turísticas. Cuadernos geográficos. Pág. 200- 209.

# **ANEXOS**

Anexo 1. Árbol del problema

EFFECTOS



CAUSAS

Fuente. Elaboración propia

## Anexo 2. Visita a la comunidad Piedra de Plata



### Anexo 3. Ficha de caracterización turística de comunidades

#### 1. DATOS GENERALES

##### 1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA: Manabí  
 NOMBRE DE CANTÓN: Pichincha  
 NOMBRE DE PARROQUIA: Pichincha  
 NOMBRE DE COMUNIDAD: Piedra de Plata

##### 1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.

600 habitantes

Fuente: registro comunitario

#### 2. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

##### TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

##### 2.1. Distancias

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

Distancia a la cabecera parroquial (Km): 48 km Pichincha – 2 km Membrillo

Distancia a la cabecera cantonal (km): 50 km Pichincha – 18 km Calceta

Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Caminando
X	X		X			X	

##### 2.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA
2. ADOQUINADA
3. EMPEDRADA
4. LASTRADA
5. DE TIERRA (CARROSABLE)

6. FLUVIAL
7. MARÍTIMA
8. AÉREA
9. SENDERO
10. OTRO \_\_\_\_\_

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

###### a) VIAL

1. Sí
2. No

###### b) TURÍSTICA

1. Sí
2. No

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

- |              |   |               |
|--------------|---|---------------|
| 1. BUS       | x | 5. CANOA      |
| 2. CAMIONETA | x | 6. AVIÓN      |
| 3. TAXIS     |   | 7. AVIONETA   |
| 4. LANCHA    |   | 8. NINGUNO    |
|              |   | 9. OTRO _____ |

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

- |              |   |               |
|--------------|---|---------------|
| 1. BUS       | x | 5. MARÍTIMO   |
| 2. CAMIONETA |   | 6. FLUVIAL    |
| 3. CAMIONES  |   | 7. LACUSTRE   |
| 4. TAXIS     |   | 8. AÉREO      |
|              |   | 9. OTRO _____ |

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

Nombre de la Cooperativa	Estación/terminal	Tipo de transporte (marque con una x)		Frecuencia Del servicio	Tipo de Vehículo
		Local	Inter.- Cantonal		
Ciudad de Calceta	Calceta		x	Diario	Bus
Ciudad de Canuto	Canuto		x	Diario	Bus
Rancheras	Calceta	x		Diario	Bus

### COMUNICACIONES

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

1. Sí  
2. NO x

#### 2.8. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a 2 Kms.

#### 2.9. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí x  
2. No

#### 2.10. En la comunidad existen 0 cabinas de servicio telefónico para uso público.

#### 2.11. En la comunidad existen 0 cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

#### 2.12. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí  
2. No x

### SANIDAD

#### 2.13. Existe red de agua entubada:

1. Sí x 80% de la población con agua entubada  
2. No

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

1. Sí  
2. NO x

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

- |                            |                            |   |
|----------------------------|----------------------------|---|
| 1. RED PÚBLICA             | 6. POZO                    | x |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA    | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | x |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | 8. AGUA LLUVIA             |   |
| 4. CARRO REPARTIDOR        | 9. OTRO _____              |   |
| 5. TRICICLO                |                            |   |

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

1. Sí 0% de la población con alcantarillado  
2. No x

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

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO

2. LETRINA  
 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO  
 4. POZO SÉPTICO x  
 5. POZO CIEGO x  
 6. OTRO \_\_\_\_\_

**2.18. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:**

1. CARRO RECOLECTOR  
 2. SE QUEMA x  
 3. SE ENTIERRA  
 4. OTRO \_\_\_\_\_

**2.19. Existen establecimientos de salud en la comunidad:**

1. Sí x  
 2. No

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

**Cuantos**

1. PARTERAS CAPACITADAS  
 2. PARTERAS NO CAPACITADAS 2  
 3. PROMOTORES DE SALUD  
 4. CURANDERO TRADICIONAL 1  
 5. SHAMAN  
 6. BOTIQUIN COMUNITARIO  
 7. SUB-CENTRO DE SALUD  
 8. CENTRO DE SALUD

**Cuantos**

9. HOSPITAL PÚBLICO  
 10. DISPENSARIO PÚBLICO 1  
 11. UNIDAD MÓVIL  
 12. CONSULTORIO PRIVADO  
 13. CLÍNICAS  
 14. HOSPITAL PRIVADO  
 15. FARMACIA  
 16. OTRO

**2.21. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.**

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud Membrillo  
 2. Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece el establecimiento de salud Membrillo-Bolívar  
 3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). 2 km

**ENERGIA**

**2.22. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:**

1. Sí x  
 2. No

**2.23. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: 90 %.**

**2.24. Existen gasolineras en la comunidad**

1. Sí ¿Cuántas?  
 2. No x

**2.25. Distancia a la gasolinera más cercana: 18 Km.**

### 3. GOBERNANZA

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

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1.NACIONALES	Fundación MCCH Maquita Cusunchi	2003	2015	Desarrollo social Organizativo y productivo Rol de genero
	Ministerio de educación	1995	2013	Educación
	Distrito de Bolívar	2013	2015	Educación
	Junta parroquial de Membrillo	2009	2015	Estructura y vialidad
	Distrito de Pichincha	2014	2015	Educación
	IRFEYAL	2006	2015	Educación
	ESPAM	2011	2015	Dotación de Computadoras
2.INTERNACIONALES	Fundación Manos unidas	2015	2015	Construcción
	Fundación MCCH	2014	2015	Construcción
	TOAK	2015	2015	Chocolate

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

Si x

PLAN	AÑO
Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cantón Pichincha – Manabí	2011
Plan de desarrollo de Piedra de Plata	2015-2019

NO

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

TIPO DE ORGANIZACIÓN

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

### 4. COMUNIDAD RECEPTORA

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

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA X
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS

3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
4. ARTESANÍAS
5. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA
6. CONSTRUCCIÓN
7. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES
8. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN
9. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS
10. COMERCIO
11. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES
12. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS

X

Fuente: Investigación propia

**4.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbralas.**

1. Agricultura
2. Comercio
3. Ganadería

Fuente: Investigación propia

**4.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a 120 personas.**

Porcentaje%

1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	0%
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	0%

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

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

x

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

	SI	NO
1. MUNICIPIO		
2. GOBIERNO PROVINCIAL	x	
3. GOBIERNO PARROQUIAL	x	

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

# De personas

1. INGLÉS
2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA 1
3. COCINA
4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN
5. OTRA \_\_\_\_\_

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

Para contestar esta pregunta se encuestó a 120 personas.

% relativo

1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)	37%
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	10%
3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	0%
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	0%

**4.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad.** Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (4.6).

Comentarios: Piedra de Plata es una comunidad que actualmente se ubica en las jurisdicciones del Cantón Pichincha , antes estos territorios pertenecían al Cantón Bolívar ,pero desde 1988 por factores de fijaciones de límites ,sin conocimiento de las autoridades ,y en ordenanzas por límites geográficos se arrebatan estos territorios, luego en 2010,por decreto del gobierno se crean las Zonas ,distritos y circuitos ,es allí cuando los limites ya están reconocidos legalmente por la CONALI, sin que se puedan recuperar.

**Fuente:** Ricaurte, 2009. Manual para diagnostico turístico local

## Anexo 4. Taller participativo con los moradores de la comunidad de Piedra de Plata

### Parte 1. Socialización de tema de estudio



## Parte 2. Socialización de importancia del turismo y la importancia del tema de investigación



Parte 3. Taller participativo, llenado de matriz EFI y encuestas

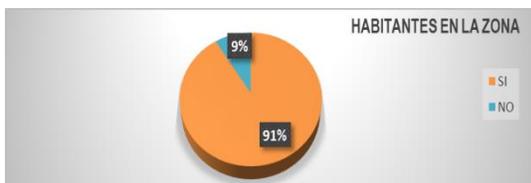




### Anexo 5. Análisis y tabulación de encuestas dirigidas a los habitantes de la comunidad

#### 1. ¿Usted vive en la zona?

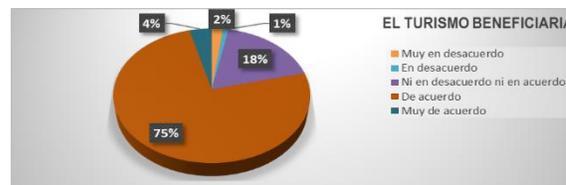
Según la encuesta realizada los resultados indican que el 91% de los encuestados radican en Piedra de Plata y el 9% restante no vive en ella pero tienen tierras por lo cual viajan constantemente a la comunidad, este porcentaje es relevante para el caso de estudio ya que existiría un apoyo más significativo por parte de los habitantes y un beneficio más directo.



#### a. El turismo sería beneficio para la comunidad de Piedra de Plata:

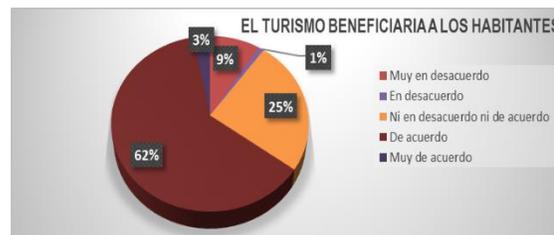
El presente gráfico aforó como resultado que la cuarta afirmación planteada en la encuesta tuvo un resultado positivo por parte de los encuestados en un 75%, lo que indica que la población local está de acuerdo que el turismo sería beneficioso para su zona ya que le daría a las personas de la comunidad una nueva fuente de

ingresos económicos diferente a los habituales y el 18% indico que no está ni en desacuerdo ni de acuerdo



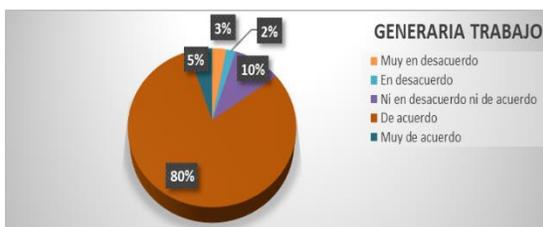
#### b. El turismo beneficiaría personalmente a los habitantes de la comunidad:

En el presente gráfico el 62% de la población está de acuerdo en que el turismo los beneficiaría a cada uno de ellos de forma personalizada ya que les permitirá a cada una de las familias obtener beneficios de la actividad turística aprovechando de una manera sostenible cada uno de los atractivos naturales y culturales con que cuenta la comunidad, el 25% se encuentran ni en desacuerdo ni de acuerdo y el 9% muy en desacuerdo.



C. El turismo generaría fuentes de trabajo para los residentes locales

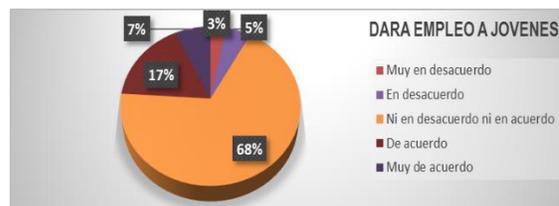
El turismo si es manejado de una forma adecuada puede llegar a ser beneficiosa para las comunidades es por esto que los habitantes de la comunidad de Piedra de Plata están de acuerdo en un 80% que el turismo generaría nueva fuentes de trabajo para los residentes locales, el 10% no están ni de acuerdo ni es desacuerdo y el 3% están muy en desacuerdo.



c.1. La actividad turística dará empleo a jóvenes de la localidad

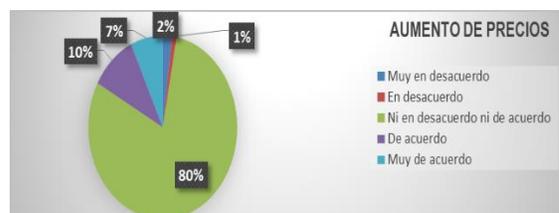
El presente gráfico el 68% de los habitantes de la comunidad no está en desacuerdo ni en acuerdo que el turismo genere nuevas áreas de empleo a los jóvenes de la comunidad por lo que para ellos el turismo en ciertos casos es incierto, por otra parte hay que tener presente que el 17% de la población si cree que esta actividad genere nueva ocupaciones para los

jóvenes evitando así la migración de los mismos hacia otros lugares en busca de empleo.



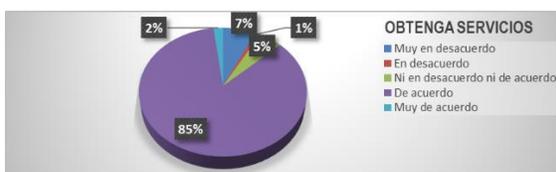
d. La actividad turística Provocaría el aumento de los precios de los artículos

En la apreciación del siguiente gráfico el 80% la población no está ni en acuerdo ni en desacuerdo que el turismo provocaría el aumento de los precios de los artículos producidos en la comunidad; sin embargo hay que tener presente que un 10 % si está de acuerdo con lo planteado ya que si se aprovecha de una manera adecuada la actividad turística si mejoraría los precios de lo que se ofrece mejorando así la calidad de vida de los habitantes.



e. La actividad turística ayudaría a que la comunidad obtenga servicios

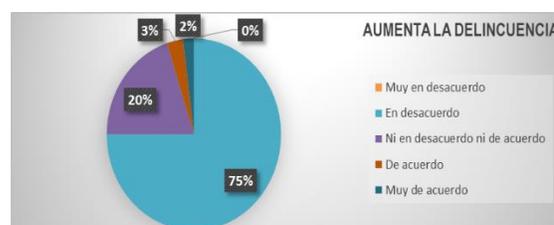
El 85 % de la población de la comunidad está de acuerdo en que el turismo si podría llegar a contribuir para que la comunidad obtenga los servicios que requieren para su desarrollo y brindarle así una mejor calidad de vida a cada uno de sus habitantes ya que para que se desarrolle el turismo debe existir una infraestructura básica, el 7% está muy en desacuerdo y el 1% está en desacuerdo, estos valores menores se dieron porque los habitantes de la comunidad desconocen de cierta forma como se desarrolla el turismo y que se necesita



f. El turismo generaría delincuencia

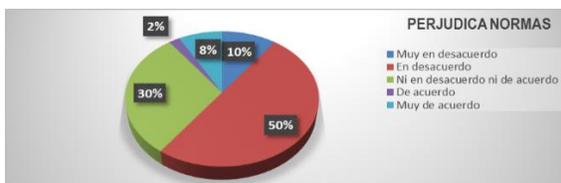
El 75% de los moradores aduce que la actividad turística no aumentaría los índices de delincuencia dentro de la comunidad, ya que la mayor parte de los integrante de la misma son personas conocidas entre si y que

desarrollan actividades cotidianas para beneficio de su familia y de la localidad en general, el 20% consideran que el turismo ni aumentaría ni disminuiría la delincuencia en su comunidad porque en la actualidad no hay incidencias del turismo y el 2% están muy de acuerdo.



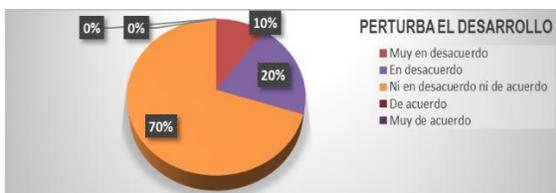
g. La actividad turística perjudicaría las normas morales

En la apreciación del presente gráfico se puede observar que el 50% de los moradores está en un total desacuerdo que la actividad turística perjudicaría las normas morales de la población local, el 30% está ni en desacuerdo ni de acuerdo y el 10% muy en desacuerdo, el turismo si se lo desarrolla de una manera responsable no perjudicaría los aspectos socioculturales de una localidad específica.



h. La actividad turística perturbaría el desarrollo de las actividades locales

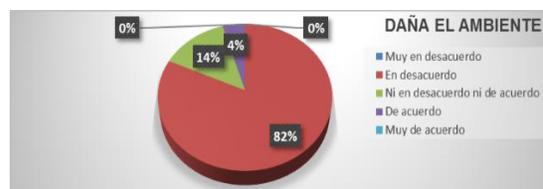
Analizando los resultados del presente gráfico el 70% de los pobladores no está ni en acuerdo ni en desacuerdo que las actividades turísticas perturben en el desarrollo de las actividades locales por otro lado un 20% de los mismos está en desacuerdo con la presente apreciación más bien aducen que el turismo podría abrirles nuevas fuentes de trabajo relacionadas con sus vivencias diarias.



i. La actividad turística provocaría que se dañe el medio ambiente

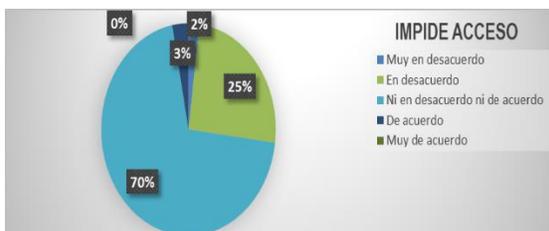
Para los pobladores el turismo si es manejado de una manera responsable puede llegar a ser beneficiosa para la comunidad de Piedra de Plata y están en desacuerdo en un 82% que las

actividades turísticas deterioren los atractivos existentes dentro del territorio local, el 14% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo, son totalmente imparciales por el desconocimiento existente y el 4% están de acuerdo que el turismo llegue a dañar el ambiente.



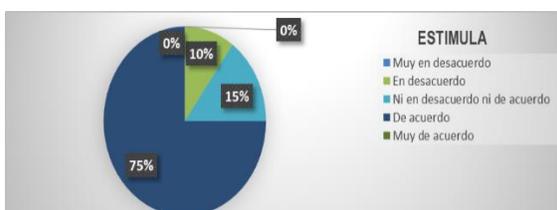
j. Impediría el acceso de los residentes locales a los diversos lugares (playa, parque, sendero)

Analizando los resultados del presente gráfico el 70% de los pobladores no está ni en acuerdo ni en desacuerdo que la implementación de actividades turísticas en la zona impedirá el que los residentes locales tengan acceso a los diversos lugares o atractivos turísticos existentes por otro lado un 20% de los mismos está en desacuerdo con la presente apreciación más bien aducen que el turismo podría abrirles nuevas oportunidades de desarrollo para la población.



k. El turismo estimularía la artesanía y cultura locales

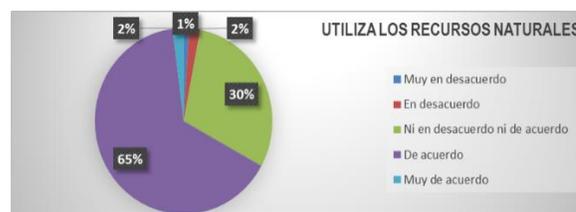
En el presente gráfico el 75% de la población está de acuerdo en que el turismo estimularía la artesanía y la cultura local por esta razón creen que los beneficiaría a cada uno de ellos de forma personalizada ya que les permitirá a cada una de las familias obtener beneficios de la actividad turística que se desarrolle en la comunidad.



l. Utilizaría los recursos naturales necesarios para los residentes

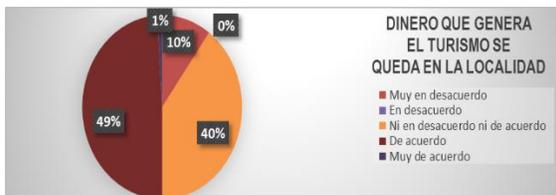
En la apreciación del siguiente gráfico el 80% la población no está ni en desacuerdo ni en desacuerdo que el turismo utilizaría los recursos naturales necesarios para los residentes locales,

sin embargo hay que tener presente que un 6 % de los moradores si está muy de acuerdo con lo planteado anteriormente ya que si se aprovecha de una manera responsable mejorara la calidad de vida de los habitantes.



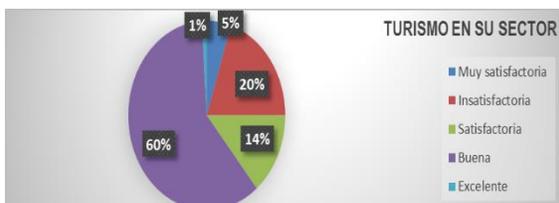
m. El turismo sería una oportunidad para que el dinero que genera el turismo se queda en la localidad

Como se puede observar en el gráfico el 40% de la población no está ni en desacuerdo ni de acuerdo que el dinero que generaría la actividad turística se quedaría en la comunidad, por otro lado hay que tener en cuenta que un 49% de los moradores está de acuerdo en que los beneficios económicos generados gracias a la actividad turística se quede dentro de la comunidad para el desarrollo de la misma y sus pobladores.



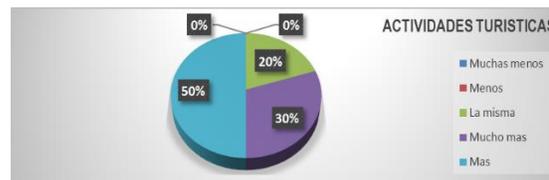
ñ. En general ¿Cuál es su opinión del turismo en su sector?

El 60% de los habitantes de Piedra de Plata opina que las actividades turísticas en su sector podrían llegar a ser factibles, esto se da gracias a que la comunidad cuenta con un sinnúmero de atractivos turísticos los cuales si son aprovechados de una manera responsable y sostenible podrían dar a conocer al sector turísticamente a nivel nacional o internacional, aunque es importante mencionar que en la comunidad la actividad turística es casi nula y es por esto que el 20% de los habitantes consideran que es insatisfactoria dicha actividad en el sector y el 14% manifestaron que es satisfactoria ya que lo vinculan con temas de cacao.



2. ¿Desearía usted más o menos actividad turística en su sector?

El 50% de los pobladores de la comunidad de Piedra de Plata desearía que hubiera más actividad turística dentro de su sector a esto se suma un 30% que desea que se implementen más actividades ya que se han dado cuenta que otras comunidades dentro del el país se han desarrollado gracias al aprovechamiento de sus recursos naturales o culturales y a la oferta turística que ofrecen, y el 20% indica que desean que se desarrollen las mismas.



3. ¿Cuál es su mayor inquietud con respecto al turismo en su sector?

Dentro de la comunidad una de las mayores inquietudes está enfocada en la implementación de proyectos rurales para así lograr un beneficio mancomunado para el lugar y sus residentes.

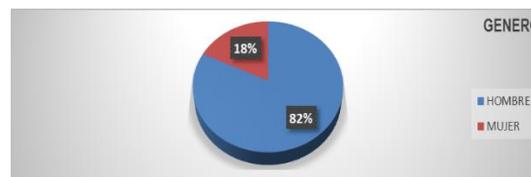
4. ¿Qué se podría hacer para mejorar el turismo en su sector cuando este se de?

Para mejorar el turismo en la comunidad de Piedra de Plata lo que se debe hacer es dictar chalas de capacitación a los moradores en lo que tiene que ver con las buenas prácticas de servicio y el turismo rural comunitario para dar a conocer los lugares turísticos con que cuenta el lugar y ofrecer un servicio un de calidad a los turistas nacionales y extranjeros para que así cuando se de la actividad se ofrezcan servicios únicos y de calidad.

5. Género del entrevistado

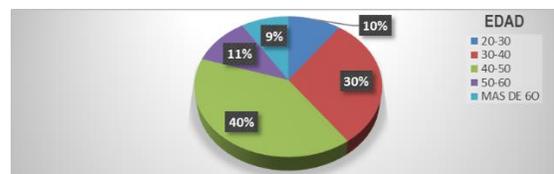
Como se puede observar en el presente gráfico el 82% de las personas encuestadas dentro de la comunidad de Piedra de Plata son hombres y el 18% restante corresponde a mujeres, las mujeres encuestadas dentro de dicha localidad, pero es importante mencionar que el porcentaje del gráfico es mayor en cuanto al género masculino debido a que se encuestaron a los jefes de familia y el menor es el de mujeres

debido a que en la socialización se encuesto a 5 mujeres lo que representa el 18% en el gráfico.



6. ¿Edad de las personas encuestadas?

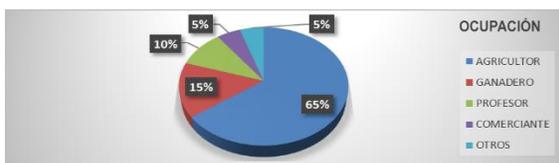
De todos los habitantes encuestados dentro de la comunidad Piedra de Plata el 40% está en una edad comprendida entre los 40-50 años, el 30% está en una edad entre los 30-40 años, el 11% está en una edad alcanzada entre los 50-60 años, el 10% está en una edad entre los 20-30 años y el 9% restante corresponde a las personas que sobrepasan los 60 años.



7. ¿Cuál es su ocupación?

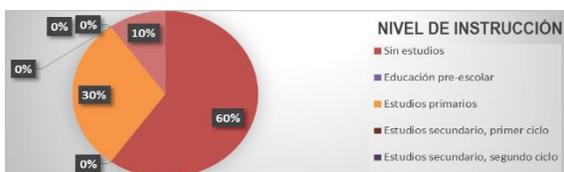
El 65% de las personas encuestadas como ocupación se dedica a las actividades agrícolas ya que el

sustento de la mayoría de las familias desde el pasado y que ha pasado de generación en generación, el 15% de las personas se dedica a la ganadería ya que ocupa el segundo escaño en las fuentes de ingresos de la comunidad.



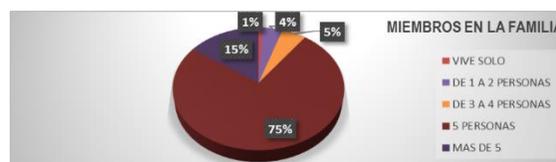
### 8. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Analizando las encuestas realizadas acerca del nivel de instrucción de los pobladores de la comunidad Piedra de Plata el 60% de los habitantes no cuenta con ningún tipo de estudio, mientras tanto hay que tener en cuenta que el 30% de los habitantes si ha culminado sus estudios primarios pero además cabe destacar que el 10% de los pobladores si ha finalizado los estudios superiores.



### 9. Miembros en su familia

Analizando el presente grafico de la conformación familiar de la comunidad Piedra de Plata el 75% de la misma está conformada por cinco miembros y un 15% cuenta con más de cinco miembros.



### 10. Tiempo para recibir sus pagos?

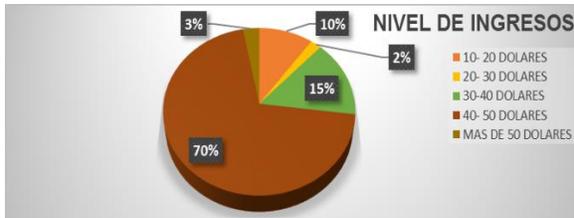
La cancelación de los ingresos dentro de la comunidad en un 89% es realizada semanalmente para que los empleados puedan satisfacer sus necesidades y la de sus familias, por otro lado hay que tener en cuenta que el 11% de los moradores prefiere que sus pagos sean mensuales.



### 11. Nivel de ingresos

Como se puede observar en el presente grafico el 70% de los pobladores encuestados tiene un salario que oscila entre los 40-50 dólares semanales y el 30% restante

de las apreciaciones se enmarca entre los 10 y 40 dólares semanales lo cual varía según la demanda de trabajo dentro de las actividades agrícolas y los días laborados por los pobladores.



Anexo 6. Matriz FODA

	IMPACTOS (LEYENDA)	OPORTUNIDADES						AMENAZAS						TG			
		3- MUCHO IMPACTO 2- REGULAR IMPACTO 1- POCO IMPACTO															
		Construcción de anillo vial Pichincha Chone	ESPAM	Implementación de nuevos proyectos de café y cacao	Surgimiento de nuevas tendencias turísticas (agroturismo y ecoturismo)	Financiamientos de entidades públicas (CFN, BANCO DEL ESTADO, MINTUR, BNF)	Alianzas estratégicas con empresas agropecuarias (centro de acopio)	T	Caza y deforestación indiscriminada	Contaminación de ambientes hidrográficos	Crisis económica mundial	Crisis financiera del país	Migración	Normativas tributarias.	T		
		O1	O2	O3	O4	O5	O6		A1	A2	A3	A4	A5	A6			
<b>FORTALEZAS</b>	Diversidad de flora y fauna	F1	0	2	3	3	2	1	11	3	3	0	0	0	0	6	17
	Talento humano local	F2	1	3	3	3	2	3	15	2	2	2	3	3	0	12	27
	Hospitalidad de los habitantes de la comunidad.	F3	0	2	2	3	1	2	10	0	0	0	0	0	0	0	10
	Rehabilitación en la vía Membrillo-Piedra de plata.	F4	3	0	3	3	2	1	12	0	1	0	0	3	0	4	16
	Inclinación por actividades agroturísticas.	F5	0	3	3	3	2	3	14	3	3	1	2	3	1	13	27
	Comunidad organizada	F6	0	2	3	2	3	3	13	3	3	1	3	3	2	15	28
	<b>T</b>	4	12	17	17	12	13		11	12	4	8	12	3	125		
<b>DEBILIDADES</b>	Deficiente infraestructura básica.	D1	2	3	3	3	3	3	17	1	2	1	1	3	1	9	26
	Deficiencia de las vías de acceso.	D2	2	3	3	3	3	3	17	1	1	1	1	3	1	8	25
	Deficiente señalética turística y vial.	D3	2	2	3	3	3	1	14	1	2	1	1	3	0	8	22
	Ausencia de productos turísticos.	D4	0	3	3	3	3	3	15	3	3	2	2	3	0	13	28
	Infraestructura turística nula	D5	0	2	2	3	3	0	10	1	2	1	1	3	0	8	18
	Inseguridad jurídica territorial.	D6	3	3	0	0	2	0	8	1	0	1	1	3	0	6	14
	<b>T</b>	9	16	14	15	17	10		8	10	7	7	18	2	133		
	<b>TG</b>	13	28	31	32	29	23	156	19	22	11	15	20	5	102		

Fuente: Elaborado en base a los criterios de Pareja, 2012

## Anexo 7. Registro de asistencia

FICHA DE REGISTRO DE ASISTENCIA		
NOMBRES	APELLIDOS	FIRMA
Wagner Vicente	Pazmino Canales	
Pouso Alejandro	Zamborano Alava	
Olivero GILLES	CONTEZAMPAN	
Barrameda Rodolfo	Lombardo Luis	
Leila Liliana	Georga Anique	
Plavandrea Trinidad	Rodriguez Napapa	Alexandra Rodriguez
Lupone Vidaricio	Losa Molina	
Priscila Bernado	Munoz Romero	Priscila Munoz
Eliade Aparicio	Montes Anique	Eliade Morales
Santo Volodia	Valencia V	Santo Volodia
Pastora Arcantela	Amendunin	Pastora Arcantela
Diana Divino	Los Novicio	
Mary Alvaro Gaudin		Mary Alvaro Gaudin
Aida Gregoria	Barra Abeiga	Aida Barra
Luis Alberto	Gonzalez Andrade	Luis Gonzalez
Edison Wilberto	Valez Moreira	Edison Valez
Rosa Maria	Romero Ramirez	Rosa Romero
Yanelle Valez	Yanelle Valez	Yanelle Valez
Liduvino Casimiro	Losa Molina	Liduvino Casimiro
Arnoldo Wilson	Flora Sanchez	
Miguel Francis	Losa Chauvina	Miguel Francis
Arnoldo Gaudin	Gaudin Gaudin	Arnoldo Gaudin
Miguel Francis	Losa Chauvina	Miguel Francis
Arnoldo Gaudin	Gaudin Gaudin	Arnoldo Gaudin
Euperio Baldano	Losa Novicio	Euperio Losa
Helenis Dominguez	Intero	Delgado
JOSE FELIPE	CARTOS VILLI	JOSE FELIPE
Danny Gutierrez	Piedra de Plata	Danny Gutierrez

### Anexo 8. Encuesta filtro para comunidad

- ¿Usted vive en la zona?  
SI\_\_1 (continúe con la entrevista) NO\_\_2 (agradezca la colaboración y termine la entrevista)
- Nosotros le vamos a hacer algunas afirmaciones con respecto al turismo en la zona para que usted nos diga su opinión de cada afirmación según esta tarjeta.

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo ni en acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
El turismo es beneficioso para mi zona					
A mí, personalmente el turismo me beneficia					
En mi zona el turismo tiene los siguientes efectos:					
Crea trabajo para los residentes locales					
Da empleo a jóvenes de la localidad					
Provoca el aumento de los precios de los artículos					
Contribuye a que la comunidad obtenga servicios					
Aumenta la tasa de delincuencia					
Perjudica las normas morales					
Perturba el desarrollo de las actividades locales					
Daña el medio ambiente					
Impide el acceso de los residentes locales a los diversos lugares (playa, parque, sendero)					
Estimula la artesanía y cultura locales					
Utiliza los recursos naturales necesarios para los residentes					
El dinero que genera el turismo se queda en la localidad					

- En general ¿Cuál es su opinión del turismo en su sector?

Muy insatisfactoria	Insatisfactoria	Satisfactoria	Buena	Excelente

- ¿Desearía usted más o menos actividad turística en su sector?

Mucha menos	Menos	La misma	Mas	Mucho mas

- Cuál es su mayor inquietud con respecto al turismo en su sector?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- ¿Qué se podría hacer para mejorar el turismo en su sector?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



Anexo 9. Encuestando a la comunidad



## Anexo 10. Matriz de evaluación de factores para selección de sitios

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES PARA SELECCIÓN DE SITIOS</b>				
A los factores decisivos se les asigna una ponderación o peso del 60% dentro de la evaluación total, con un máximo de 60 puntos. Se debe recordar que la no calificación de cualquiera de ellos hace que se deseche una alternativa dada. Los factores importantes se evalúan en un 30%, con un máximo de 25 puntos, los factores deseables les corresponde una ponderación o peso de un 10%, con un máximo de 15 puntos.				
Los límites para efectuar la evaluación individual de cada factor van desde 0 hasta 5 puntos, de la forma siguiente:				
	<b>PUNTOS</b>	<b>SIGNIFICADO DEL FACTOR</b>		
	0	Inexistente		
	1	Pobre		
	2	Regular		
	3	Bueno		
	4	Excelente		
	5	Optimo		
<b>EVALUACIÓN DE FACTORES DECISIVOS</b>				
<b>1. EXISTENCIA DE VÍAS DE COMUNICACIÓN</b>			<b>VALOR</b>	<b>EVALUACIÓN</b>
<b>a</b>	Localización sobre caminos vecinales		0	
<b>b</b>	Localización sobre carreteras sin continuidad		1	
<b>c</b>	Localización sobre carreteras continuas, pero que no unen directamente polos económicos		2	
<b>d</b>	Localización sobre carreteras sin continuidad, pero que unen dos polos económicos		3	
<b>e</b>	Localización sobre carreteras continuas que unen varios polos económicos		4	<b>X</b>
<b>f</b>	Localización sobre carreteras de enlace internacional		5	
			<b>Subtotal</b>	<b>4</b>
<b>2. SEGURIDAD DE CONDUCCIÓN</b>				
<b>a</b>	Vías con trazado y superficie defectuosos, o montañosas		0	
<b>b</b>	Vías con trazados defectuosos, superficie normal, montañosas		1	
<b>c</b>	Vías con trazado normal, superficies defectuosas, montañosas		1	
<b>d</b>	Vías con trazado y superficie defectuosos, topografía variada		1	
<b>e</b>	Vías con trazado defectuoso, superficie normal, topografía variada		2	
<b>f</b>	Vías con trazado normal, superficie defectuosa, topografía variada		1	
<b>g</b>	Vías con trazado y superficie defectuosos, planas		1	
<b>h</b>	Vías con trazado defectuoso, superficie normal, planas		2	
<b>i</b>	Vías con trazado normal, superficie defectuosa, planas		2	
<b>j</b>	Vías con trazado y superficie normales, montañosas		3	<b>X</b>
<b>k</b>	Vías con trazado y superficie normales, topografía variada		4	
<b>l</b>	Vías con trazado y superficie normales, planas		5	
			<b>Subtotal</b>	<b>3</b>
<b>3. INTENSIDAD DEL TRANSITO</b>				
<b>a</b>	Vías con alto volumen de transito diario		5	
<b>b</b>	Vías con mediano volumen de transito diario		3	<b>x</b>
<b>c</b>	Vías con bajo volumen de transito diario		1	
<b>d</b>	Vías con alto volumen de transito durante el fin de semana		4	
			<b>Subtotal</b>	<b>3</b>
<b>4. DISTANCIA-TIEMPO A CENTROS URBANOS MAYORES (A SITIOS POTENCIALES)</b>				

a	Mayores de tres horas	0	
b	Entre dos y tres horas	1	x
c	A noventa minutos	2	
d	A sesenta minutos	3	
e	A cuarenta y cinco minutos	4	
f	A treinta y cinco minutos	5	
		<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
<b>5. DISPONIBILIDAD DEL AGUA</b>			
a	De acueducto con planta	5	
b	De acueducto incompleto	3	
c	De pozo, río o lago, de difícil tratamiento	0	
d	Que requiere tratamiento químico o físico	1	
e	Que requiere sólo tratamiento físico	2	
f	De pozo de notable profundidad	1	
g	De pozo de mediana profundidad	2	x
		<b>Subtotal</b>	<b>2</b>
<b>6. DISPONIBILIDAD DE ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
a	Al pie de línea de bajo voltaje	5	x
b	Al pie de línea de alto voltaje	4	
c	Hasta 500 metros de una línea	3	
d	A 1 000 metros de una línea	2	
e	A 2 000 metros de una línea	1	
f	A más de 3 000 metros de una línea	0	
g	Inexistente	0	
		<b>Subtotal</b>	<b>5</b>
<b>7. DISPONIBILIDAD DE COMUNICACIONES TELEFÓNICAS</b>			
a	Al pie de línea	5	
b	Hasta 500 metros de una línea	4	
c	A 1 000 metros de una línea	3	
d	A 2 000 metros de una línea	2	
e	A más de 3 000 metros de una línea	1	
f	Requiere equipo radiotelefónico	0	x
		<b>Subtotal</b>	<b>0</b>
<b>8. DISPONIBILIDAD DE TERRENOS</b>			
a	Espacio disponible para desarrollar ampliamente un centro integrado	5	x
b	Espacio disponible para desarrollar, con ciertas limitaciones, un centro integrado	3	
c	Espacio disponible que ya afecta notoriamente el desarrollo de un cent. integ.	1	
d	Espacio disponible sólo para el desarrollo de la instalación hotelera	0	
		<b>Subtotal</b>	<b>5</b>
<b>9. ATRACTIVO TURÍSTICO</b>			
a	Lugares de interés turístico ya desarrollados	4	
b	Lugares de interés turístico especial que ya manifiestan un desarrollo incipiente	5	
c	Lugares de interés turístico no desarrollados	3	X
d	Lugares con escasas posibilidades turísticas	2	
e	Lugares monótonos	0	
		<b>Subtotal</b>	<b>3</b>
<b>10. CALIDAD DE DESARROLLOS CIRCUNVECINOS (DE OTRO TIPO)</b>			
a	Presencia de tugurios cercanos	0	
b	Desarrollos habitacionales obsoletos cercanos	1	
c	Desarrollos industriales nocivos	0	

d	Lugares con escasas posibilidades turísticas	2	
e	Inexistencia de desarrollos circunvecinos distintos de los recreacionales	0	x
		<b>Subtotal</b>	<b>0</b>
<b>11. CONDICIONES SOCIALES</b>			
a	Zona de tranquilidad social	5	x
b	Zona de frecuente tranquilidad social	1	
c	Zona de violencia	0	
		<b>Subtotal</b>	<b>5</b>
<b>12. CONDICIONES DE SALUBRIDAD</b>			
a	Zonas insalubres	0	
b	Zonas de marcada humedad y temperatura alta sujetas al desarrollo de plagas	1	
c	Zona de clima muy riguroso	2	
d	Zonas de clima medio	5	x
		<b>Subtotal</b>	<b>5</b>
		<b>TOTAL FACTORES DECISIVOS</b>	<b>36</b>
<b>EVALUACIÓN DE FACTORES IMPORTANTES</b>			
<b>1. PROXIMIDAD A LAS VÍAS PRINCIPALES (VISUALIDAD)</b>			
a	Al pie de la vía	5	x
b	Visible a 500 metros	4	
c	Visible a 1000 metros	3	
d	Visible a más de 1000 metros	2	
e	No visible a cualquier distancia	0	
		<b>Subtotal</b>	<b>5</b>
<b>2. COSTO DEL TERRENO</b>			
a	Exorbitante	0	
b	Muy alto	0	
c	Algo más de lo normal	3	
d	bajo	4	x
e	Cesión gratuita	5	
f	Arrendamiento a muy largo plazo por entidad oficial	2	
		<b>Subtotal</b>	<b>4</b>
<b>3. CONDICIONES DEL SUBSUELO</b>			
a	Condiciones inestables	0	
b	Nivel freático muy alto	1	
c	Efloraciones costosas de superar	1	
d	Condiciones aptas para cimentación de edificios bajos	5	x
		<b>Subtotal</b>	<b>5</b>
<b>4. TOPOGRAFÍA</b>			
a	Pendiente promedio hasta el 10%	0	
b	Pendiente entre el 10% y el 15%	4	
c	Pendiente entre el 50% y el 20%	3	
d	Pendiente entre el 20% y el 30%	2	
e	Pendiente entre el 30% y el 40%	1	x
f	Pendiente de más de 40%	0	
g	Terrenos demasiado planos	0	
		<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
		<b>TOTAL FACTORES IMPORTANTES</b>	<b>15</b>
<b>EVALUACIÓN DE FACTORES DESEABLES</b>			
<b>1. DISPONIBILIDAD DE MATERIALES Y MANO DE OBRA</b>			
a	Existentes en cantidad y buena calidad	5	
b	Existentes en cantidad y buena aceptables	4	x
c	Limitados, con sobre costos normales por transporte	3	

d	Escasos, con apreciables sobrecostos	1	
e	Prácticamente inexistentes	0	
		<b>Subtotal</b>	<b>4</b>
<b>2. CONDICIONES METEOROLÓGICAS</b>			
a	Zonas notablemente brumosas	0	
b	Zonas de extrema precipitación y notoria frecuencia de tormentas eléctricas	1	
c	Normales	5	x
		<b>Subtotal</b>	<b>5</b>
<b>3. FACILIDADES DE DESAGÜE</b>			
a	Desagüe por gravedad a servidumbres que no ocasionan perjuicios o molestias, ni externas ni internas	1	x
b	Desagüe por bombeo a servidumbres como las anteriores	1	
c	Desagüe que requiere tratamiento de aguas	2	
		<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
		<b>TOTAL FACTORES DESEABLES</b>	<b>10</b>
		<b>SUMA TOTAL DE FACTORES DECISIVOS, IMPORTANTES Y DESEABLES</b>	<b>61</b>
Al efectuarse la suma de los puntos para todos los grupos de factores, se podrán establecer las comparaciones cuantitativas entre las diferentes posibilidades que se están estudiando. La calificación final se obtiene con base en los siguientes criterios:			
<b>UBICACIÓN</b>		<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	
Descartable		De 0 a 15 puntos	
Malo		De 16 a 35 puntos	
Regular		De 36 a 55 puntos	
<b>Buena</b>		<b>De 56 a 75 puntos</b>	
Excelente		De 76 a 95 puntos	
Optimo		de 96 a 100 puntos	

Anexo 11. Inventarios de recursos turísticos en la comunidad de Piedra de Plata

Recurso turístico cueva la Olla

DATOS GENERALES			
ENCUESTADOR: Paola Ganzchozo, Alfredo Loor		FICHA No. 1	
SUPERVISOR EVALUADOR:		FECHA 16/05/2015	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: La Olla			
CATEGORIA: Sitio natural		SUBTIPO: Cueva	
TIPO: Fenómeno etnológico			
UBICACION			
PROVINCIA: Manabí	CIUDAD Y/O CANTON: Pichincha		
CALLE:	PARROQUIA: Pichincha		
NUMERO:	LOCALIZACION GEOGRAFICA:	LATITUD:	LONGITUD:
CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:			
NOMBRE DEL POBLADO: Calata		DISTANCIA (Km.): 18	
NOMBRE DEL POBLADO: Pichincha		DISTANCIA (Km.): 48	
FOTOGRAFÍAS DEL RECURSO: (Se requieren mínimo 4).			

CALIDAD			
VALOR INTRÍNSECO			
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
ALTURA MIN:	m.s.n.m.	TEMPERATURA MIN:	25 °C
PRECIPITACION PLUVIOMETRICA:	145,8 mm. Anuales.	MAX:	m.s.n.m.
		MA:	27 °C
DESCRIPCION:			
4.- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
a) La cueva se encuentra en las montañas de Zacarías hacia la parte oeste de piedra de plata, según estudios arqueológicos realizado por la Universidad Central ,1988, ha sido por infiltraciones del agua ,que fueron formando galerías, luego las colonias antiguas la utilizaron para viviendas ,por referencias de vasijas de barro encontrados, por la excursión realizada ,el equipo que ingreso dentro de la cueva ,encontró galerías sin fin , y pequeñas luces al fondo, su longitud según cálculos esta por los 40 a 100 metros hacia adentro.			
b) La flora que existe a su alrededor es muy diversa y podemos encontrar matapalo, guachapeli, cedro, laurel, caoba, entre otros.			
c) Además la fauna que hay a su alrededor es muy diversa ya que podemos encontrar guacharaca, quanta guatuso, perdis, Perezoso, palomas frijoleras, entre otros.			
EVALUACION			
SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Atractividad, belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Atractividad, belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	0 a 4	1
Grado de interacción de los elementos del paisaje (abiótico, biótico y antrópico).	El potencial arqueológico, artístico, histórico y/o etnológico del elemento patrimonial en función de su relación con el entorno y las características propias del atractivo	0 a 3	1
Especies de flora y/o fauna endémicas y otra especies interesantes que complementan las anteriores	Rareza que el elemento presenta en relación con las características propias de la clase o tipo a la que pertenece	0 a 3	2
Grado en que el elemento natural presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.	Grado en que el elemento patrimonial presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.	0 a 3	1
Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural.	Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural.	0 a 2	1
		<b>PUNTAJE TOTAL</b>	<b>6</b>

VALOR EXTRÍNSECO			
USOS (SIMBOLISMO)			
ESTADO DE CONSERVACION DEL RECURSO			
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE	VALOR
Conservado	10	10	2
No alterado	8		
Alterado	6		
En proceso de deterioro	4		
Deteriorado	2		
CAUSAS:			
ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO DEL RECURSO			
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE	VALOR
Conservado	10	10	2
No alterado	8		
Alterado	6		
En proceso de deterioro	4		
Deteriorado	2		
CAUSAS:			
ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)			
EVALUACION			
SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Atractividad, belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Importancia social del uso actual	0 a 7	3
Importancia económica del uso actual	Importancia económica del uso actual	0 a 5	0
Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural	Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural	0 a 3	1
		<b>Puntaje total</b>	<b>4</b>

APOYO										
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
ESTADO DE VIAS										
TIPO	ESTADISTICO	Buena	Regular	Mala	TRANSPOORTE	Diario	Semanal	Mensual	Eventual	TEMPORALIDAD DE ACCESO
Terrestre	Asfaltado				Baja	5				Días al año
	Enterrado				Alto	5				
	Empedrado	5			4-4					365
Aéreo	Marítimo	5			Buena					Días al mes
	Ferreo				Baja					30
					Regular					
Ático					Alto					Horas al día
					Regular					7
					Baja					
EVALUACION										
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE	VALOR							
Estado de las vías		0 - 5	1							
Frecuencia del transporte		0 - 3	2							
Temperalidad de acceso		0 - 2	0							
		<b>Puntaje total</b>	<b>3</b>							

INFRAESTRUCTURA BASICA										
AGUA: x					ENERGIA ELECTRICA: x					
ALCANTARILLADO:					TELECOMUNICACIONES:					
FACILIDADES TURISTICAS										
CATEGORIAS	PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		PUNTAJE	VALOR
	No. ESTAB.	Piso	No. ESTAB.	Piso	No. ESTAB.	Piso	No. ESTAB.	Piso		
ALMOZAMIENTO										
ALIMENTACION										
ESPARCIMIENTO										
AGENCIA DE VIAJE <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANIAS <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>										
CORREOS <input type="checkbox"/> GUANZA <input type="checkbox"/>										
EVALUACION										
SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR							
Posee todos los servicios básicos***	Posee todos los servicios básicos***	0 a 3	0							
Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***	Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***	0 a 3	0							
Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***	Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***	0 a 2	0							
Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación de flora y fauna, etc.)	Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación)	0 a 2	1							
		<b>Puntaje total</b>	<b>10</b>							
*** Se irá sumando menor puntaje de acuerdo por la falta de servicios										
ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS										
NOMBRE:					DISTANCIA:					
EVALUACION										
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE	VALOR							
Integración con varios atractivos (3 o más)		5,5								
Integración con pocos atractivos (2 o menos)		2,5	2							
No está integrado a otro atractivo		2								
SIGNIFICADO										
DIFUSION DEL ATRACTIVO:										
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>							
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>							
EVALUACION										
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE	VALOR							
Internacional***		12	0							
Nacional***		7	0							
Provincial***		4	1							
Local***		2	2							
		<b>Puntaje total</b>	<b>25</b>							
*** El puntaje es acumulativo de 2 a 25, se irá sumando de acuerdo al ámbito de difusión del atractivo										



## Cascada el Perro

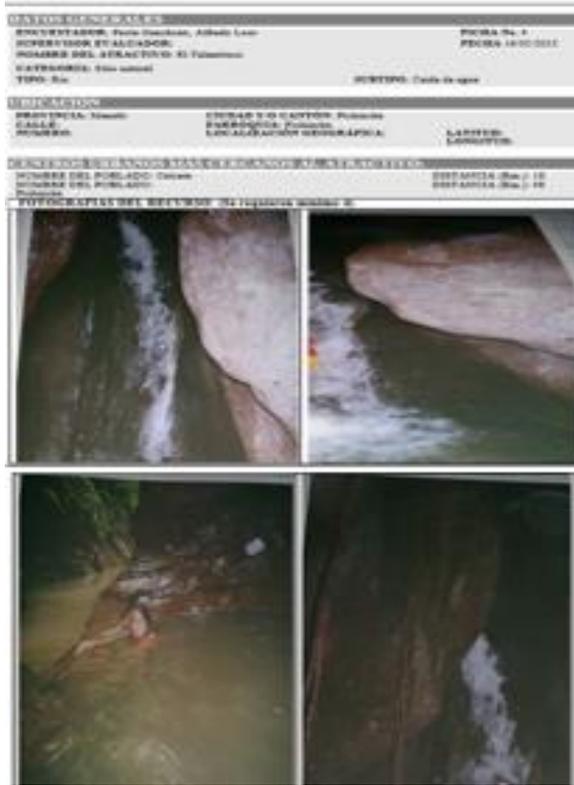
DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR: Paola Ganchozo, Alfredo Loor	FICHA No. 3
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA 16/05/2015
NOMBRE DEL ATRACTIVO: El perro	
CATEGORIA: Sitio natural	
TIPO: Rio	SUBTIPO: Caída de agua
UBICACION	
PROVINCIA: Manabí	CIUDAD Y/O CANTÓN: Pichincha
CALLE:	PARROQUIA: Pichincha
NUMERO:	LOCALIZACION GEOGRAFICA: LATITUD: LONGITUD:
CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:	
NOMBRE DEL POBLADO: Calceza	DISTANCIA (Km.): 18
NOMBRE DEL POBLADO: Pichincha	DISTANCIA (Km.): 48
FOTOGRAFÍAS DEL RECURSO: (Se requieren mínimo 4).	
	
	

CALIDAD	
VALOR INTRÍNSECO	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
ALTURA MIN: m.s.n.m	TEMPERATURA MIN: 25 °C
PRECIPITACION. PLUVIOMETRICA: 145,8 mm. Anuales.	
MAX: m.s.n.m	MA: 27 °C
DESCRIPCION:	
4- CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
a) La cascada el perro se encuentra en la a los lados de la vía de la comunidad Piedra de b) Plata la cual tiene 5 metros de alto y unos 2 metros de ancho, sus aguas son cristalinas, las cuales son acta para el consumo de los seres vivos. c) La flora que existe a su alrededor ya que cuenta con plantas de: matapalo pela, caballo, laurel, chirca, cedro, uña de gato, cordoncillo, guachapeli, entre otras. d) La fauna que se encuentra en sus aguas y a su alrededor son muy diversos por lo que podemos encontrar: panceras, camarones, guantas, guatusos, armadillos, monos, zorros, entre otros. e) Por ultimo las cascadas, caídas de agua, esteros y vertientes de las montañas de Piedra de Plata se unen para formar parte del río Conguillo.	
EVALUACION	
SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES
Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo
Grado de interacción de los elementos del paisaje (abiótico, biótico y antrópico).	El potencial arqueológico, artístico, histórico y etnológico del elemento patrimonial en función de su relación con el entorno y las características propias del atractivo
Especies de flora y/o fauna endémicas y otras especies interesantes que complementan las anteriores	Rareza que el elemento presenta en relación con las características propias de la clase o tipo a la que pertenece
Grado en que el elemento natural presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.	Grado en que el elemento patrimonial presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.
Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural.	Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural.
<b>PUNTAJE TOTAL</b>	<b>15 5</b>

VALOR EXTRINSECO									
USOS (SIMBOLISMO)									
ESTADO DE CONSERVACION DEL RECURSO									
SITIOS NATURALES Y CULTURALES									
Conservado	10 3								
No alterado	8 3								
Alterado	6 6								
En proceso de deterioro	4 4								
Deteriorado	2 2								
CAUSAS:									
ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO DEL RECURSO									
SITIOS NATURALES Y CULTURALES									
Conservado	10 2								
No alterado	8 8								
Alterado	6 6								
En proceso de deterioro	4 4								
Deteriorado	2 2								
CAUSAS:									
ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)									
EVALUACION									
SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES								
Atractividad, belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Importancia social del uso actual								
Importancia económica del uso actual	Importancia económica del uso actual								
Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural	Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural								
<b>Puntaje total</b>	<b>15 4</b>								
APOYO									
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
ESTADO DE VIAS FRECUENCIA									
TIPO	SUBTIPO								
Terrestre	Buena	Regular	Mala	TRANSPORTE	Diario	Semanal	Mensual	Eventual	TEMPORALIDAD DE ACCESO
				Bus					Días al año
				Automóvil					365
Acuática	Frecuente								
	Mediana							Días al mes	30
	Fluvial							Horas al día	8
Aéreo									
EVALUACION									
SITIOS NATURALES Y CULTURALES									
Estado de las vías	0 - 5 1								
Frecuencia del transporte	0 - 3 1								
Temperalidad de acceso	0 - 2 1								
<b>Puntaje total</b>	<b>10 3</b>								

INFRAESTRUCTURA BASICA	
AGUA: <input type="checkbox"/>	ENERGIA ELECTRICA: <input type="checkbox"/>
ALCANTARILLADO: <input type="checkbox"/>	TELECOMUNICACIONES: <input type="checkbox"/>
FACILIDADES TURISTICAS	
CATEGORIAS	
(E) (L) (P)	PRIMERA SEGUNDA TERCERA CUARTA
No. Estab. Plaza	No. Estab. Plaza No. Estab. Plaza No. Estab. Plaza
ALMOZAMIENTO	
ALIMENTACION	x 2
ESPARCIMIENTO	x 3
AGENCIA DE VIAJE	<input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANIAS <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
CORREOS	<input type="checkbox"/> GUANZA <input type="checkbox"/>
EVALUACION	
SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES
Posee todos los servicios básicos***	Posee todos los servicios básicos***
Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento***	Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento***
Alimentación: servicios complementarios y equipamiento***	Alimentación: servicios complementarios y equipamiento***
Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación de flora y fauna, etc.)	Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación)
<b>Puntaje total</b>	<b>10 3</b>
*** Se irá asignando menor puntaje de acuerdo por la falta de servicios	
ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	
NOMBRE:	DISTANCIA:
EVALUACION	
SITIOS NATURALES Y CULTURALES	
Integración con varios atractivos (3 o más)	3,5 2
Integración con pocos atractivos (2 o menos)	2,5 2
No está integrado a otro atractivo	2 2
SIGNIFICADO	
DIFUSION DEL ATRACTIVO:	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
EVALUACION	
SITIOS NATURALES Y CULTURALES	
Internacional ***	12 0
Nacional ***	7 0
Provincial ***	4 1
Local**	2 1
<b>Puntaje total</b>	<b>25 2</b>
*** El puntaje es acumulativo de 2 a 25, se irá sumando de acuerdo al ámbito de difusión del atractivo	

## Cascada el Talambuco



CALIDAD					
VALOR INTRÍNSECO					
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA	MIN:	m.s.n.m	TEMPERATURA	MIN:	25 °C
	MAX:	m.s.n.m		MA:	27 °C
			PRECIPITACION PLUVIOMETRICA:		145,8 mm. Anuales.
DESCRIPCION:					
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
a) El Talambuco es una caída de agua que posee una altura de 5 metros. Por lo que el agua se presenta incolora, transparente y posee un temperamento cálido.					
b) La flora de sus alrededores está compuesta por: escobilla, llanas, cordoncillo, tillo, ortiga, matapalo, samán entre otros.					
c) Su Fauna está constituida por: peces, panceras, camarones, cusumbo, guatso, guanta, ardilla, armadillo, entre otros.					
d) El lugar es de una singular belleza, con aguas un poco frías y de una profundidad que varía en el invierno.					
e) El entorno del atractivo se caracteriza por la presencia de vegetación, la misma que está siendo alterada por el hombre al realizar las malas prácticas agrícolas.					
EVALUACION					
SITIOS NATURALES		SITIOS CULTURALES		PUNTAJE	VALOR
Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo		el Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo		0 a 4	1
Grado de interacción de los elementos del paisaje (abiótico, biótico y antrópico).		El potencial arqueológico, artístico, histórico y/o etnológico del elemento patrimonial en función de su relación con el entorno y las características propias del atractivo		0 a 3	1
Especies de flora y/o fauna endémicas y otra especies interesantes que complementan las anteriores		Rarezca que el elemento presenta en relación con las características propias de la clase o tipo a la que pertenece		0 a 3	1
Grado en que el elemento natural presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.		Grado en que el elemento patrimonial presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.		0 a 3	1
Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural.		Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural.		0 a 2	1
<b>PUNTAJE TOTAL</b>				<b>15</b>	<b>5</b>

VALOR EXTRÍNSECO					
USOS (SIMBOLISMO)					
ESTADO DE CONSERVACION DEL RECURSO					
SITIOS NATURALES Y CULTURALES					
Conservado	10	3			
No alterado	8				
Alterado	6	2			
En proceso de deterioro	4				
Deteriorado	2				
CAUSAS:					
ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO DEL RECURSO					
SITIOS NATURALES Y CULTURALES					
Conservado	10	3			
No alterado	8				
Alterado	6				
En proceso de deterioro	4				
Deteriorado	2				
CAUSAS:					
ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)					
EVALUACION					
SITIOS NATURALES		SITIOS CULTURALES		PUNTAJE	VALOR
Atractividad, belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo		Importancia social del uso actual		0 a 7	3
Importancia económica del uso actual		Importancia económica del uso actual		0 a 3	0
contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural		contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural		0 a 3	1
<b>Puntaje total</b>				<b>15</b>	<b>4</b>

APOYO									
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
ESTADO DE VIAS									
TIPO	SUBTIPO	Huere	Regular	Mala	TRANSPORTE			FRECUENCIA	TEMPORALIDAD DE ACCESO
Terrestre	Abitado				Auto	Motor	Simultr	Mensual	8
	Enladrado				Automóvil	x			Días al año
	Empedrado	x			4 X 4				365
Acuático	Sereno	x			Yate				Días al mes
	Marítimo				Barco				30
	Fluvial				Barca				9
Aéreo					Avión				Horas al día
					Aviónito				
					Helicoptero				
EVALUACION									
SITIOS NATURALES Y CULTURALES					PUNTAJE	VALOR			
Estado de las vías					0 - 5	1			
Frecuencia del transporte					0 - 3	1			
Temperalidad de acceso					0 - 2	1			
<b>Puntaje total</b>					<b>10</b>	<b>3</b>			

INFRAESTRUCTURA BASICA									
AGUA: <input type="checkbox"/>					ENERGIA ELECTRICA: <input type="checkbox"/>				
ALCANABILIDAD: <input type="checkbox"/>					TELECOMUNICACIONES: <input type="checkbox"/>				
FACILIDADES TURISTICAS									
CATEGORIAS									
	1era	2da	3era	4ta	5ta	6ta	7ta	8ta	9ta
ALMOZAMIENTO									
ALMORZADOR									
ESPARCIMIENTO									
AGENCIA DE VIAJE	<input type="checkbox"/>								
CORREOS	<input type="checkbox"/>								
		ALMACENES DE ARTESANIAS	<input type="checkbox"/>						
		GUANZA	<input type="checkbox"/>						
EVALUACION									
SITIOS NATURALES		SITIOS CULTURALES		PUNTAJE	VALOR				
Posee todos los servicios básicos***		Posee todos los servicios básicos***		0 a 3	1				
Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento***		Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento***		0 a 3	0				
Alimentación: servicios complementarios y equipamiento***		Alimentación: servicios complementarios y equipamiento***		0 a 2	1				
Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación de flora y fauna, etc.)		Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación)		0 a 2	1				
<b>Puntaje total</b>				<b>10</b>	<b>3</b>				
*** Se irá asignando menor puntaje de acuerdo por la falta de servicios									

ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRE:		
DISTANCIA:		
EVALUACION		
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE VALOR
Integración con varios atractivos (3 o más)		5,5
Integración con pocos atractivos (2 o menos)		3,5
No está integrado a otro atractivo		2
SIGNIFICADO		
DIFUSION DEL ATRACTIVO:		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	
NACIONAL		<input type="checkbox"/>
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	
INTERNACIONAL		<input type="checkbox"/>
EVALUACION		
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE VALOR
Internacional***		12
Nacional***		7
Provincial***		4
Local***		2
<b>Puntaje total</b>		<b>25</b>
*** El puntaje es acumulativo de 2 a 25, se irá sumando de acuerdo al ámbito de difusión del atractivo		

### Recurso turístico cueva la Olla

#### **Cueva de la Olla**

La cueva se encuentra en las montañas de Zacarías hacia la parte oeste de piedra de plata, según estudios arqueológicos realizado por la Universidad Central ,1988, ha sido por infiltraciones del agua ,que fueron formando galerías, luego las colonias antiguas la utilizaron para viviendas ,por referencias de vasijas de barro encontrados, por la excursión realizada ,el equipo que ingreso dentro de la cueva ,encontró galerías sin fin ,y pequeñas luces al fondo, su longitud según cálculos esta por los 40 a 100 metros hacia adentro.

- Sitio: Zacarías.
- Sector: Oeste de piedra de plata.
- Dirección: vía el achiote
- Km: Desde la silla piedra de plata 2 km

**Fuente:** Elaboración propia

### Recurso turístico Balneario Conguillo:

#### **Balneario Conguillo**

Se encuentra en la unión entre el rio Conguillo y el estero el Guasmo, por tener pozas de agua y playa es un atractivo que aún no se ha explotado.

- **Sitio:** Piedra de plata.
- **Sector:** Norte de piedra de plata.
- **Dirección:** vía Conguillo
- **Km:** Desde la silla piedra de plata 1,5 km.

**Fuente:** Elaboración propia

### Recurso turístico caída de agua el Perro

#### **Cascada el Perro**

Es un recurso para realizar saltos y escalada, tiene una altura de 5 metros con salto de agua que forman una poza, se encuentra en el estero el perro.

- Sitio: El perro.
- Sector: Este de piedra de plata.
- Dirección: vía el dique.

**Fuente:** Elaboración propia

### Recurso turístico caída de agua el Talambuco

#### **Cascada el Talambuco**

Es un recurso natural que se encentra en el estero el guasmo, posee un salto de agua de 5 metros, con paisajes naturales, rodeados de bosques y finca integral, con cultivos de cacao, cítricos y frutales.

- Sitio: El guasmo.
- Sector: Oeste de piedra de plata.
- Dirección: vía el guasmo.
- Km: Desde la silla piedra de plata 1 km.

**Fuente:** Elaboración propia

## Anexo 12. Proceso de elaboración de la Matriz de Leopold

1. Delimitar el área a evaluar (Línea Base)
2. Determinar las acciones que ejercerá el proyecto sobre el área (del paso 1)
3. Determinar para cada acción (del paso 2) que elementos se afectan. Esto se logra mediante el rayado correspondiente a la cuadrícula de integración.

Acciones	a. Modificación de hábitats	b. Alteración de la cobertura vegetal	c. canalización	d. ruido e introducción de vibraciones.
Componentes ambientales				
a. Espacios abiertos y salvajes				
b. Salud y seguridad				
c. Empleo				
d. Vectores de enfermedades - insectos				

Fuente: Dellavedova, 2010.

4. Determinar la importancia de cada elemento (del paso 3) en una escala de 1 a 10

Acciones	a. Modificación de hábitats	b. Alteración de la cobertura vegetal	c. canalización	d. ruido e introducción de vibraciones.
Componentes ambientales				
a. Espacios abiertos y salvajes				
b. Salud y seguridad				
c. Empleo				
d. Vectores de enfermedades - insectos				

Fuente: Dellavedova, 2010

5. Determinar la magnitud de cada acción (del paso 2) sobre cada elemento (del paso 3), en una escala de 1 a 10.

Acciones	a. Modificación de hábitats	b. Alteración de la cobertura vegetal	c. canalización	d. ruido e introducción de vibraciones.
Componentes ambientales				
a. Espacios abiertos y salvajes	2	4	6	
b. Salud y seguridad			9	4
c. Empleo			8	9
d. Vectores de enfermedades - insectos	6	5	3	7
	3	3	5	

Fuente: Dellavedova, 2010

6. Determinar si la magnitud (del paso 5) es positiva o negativa.

Acciones	a. Modificación de hábitats	b. Alteración de la cobertura vegetal	c. canalización	d. ruido e introducción de vibraciones.
Componentes ambientales				
a. Espacios abiertos y salvajes	- 2	-4	6	
b. Salud y seguridad			9	-4
c. Empleo			8	9
d. Vectores de enfermedades - insectos	-6	-5	-3	7
	3	3	5	

Fuente: Dellavedova, 2010

7. Determinar cuantas acciones del proyecto afectan al ambiente, desglosándose en positivas y negativas.

Acciones	a. Modificación de hábitats	b. Alteración de la cobertura vegetal	c. canalización	d. ruido e introducción de vibraciones.
Componentes ambientales				
a. Espacios abiertos y salvajes	- 2	-4	6	
b. Salud y seguridad			9	-4
c. Empleo			8	9
d. Vectores de enfermedades - insectos	-6	-5	-3	7
	3	3	5	
Afectaciones positivas	0	0	2	0
Afectaciones negativas	2	2	1	1

En función de la magnitud

Fuente: Dellavedova, 2010

8. Agregación de los resultados para las acciones (del paso 7). Aquí se multiplica la magnitud x la importancia, respetando el signo de cada interacción (acción – componente ambiental).

Acciones	a. Modificación de hábitats	b. Alteración de la cobertura vegetal	c. canalización	d. ruido e introducción de vibraciones.
<b>Componentes ambientales</b>				
a. Espacios abiertos y salvajes	-2	-8 4	-4 -24 6	
b. Salud y seguridad			9	-4
c. Empleo			8	81 9
d. Vectores de enfermedades - insectos	-6	-18 3	-5 -15 3	-3 -15 5
Afectaciones positivas	0	0	2	0
Afectaciones negativas	2	2	1	1
<b>AGREGACIÓN DE IMPACTOS</b>	<b>-26</b>	<b>-39</b>	<b>122</b>	<b>-12</b>

Suma algebraica de la Multiplicación de Magnitud x Importancia.

Fuente: Dellavedova, 2010

9. Determinar cuántos elementos del ambiente son afectados por el proyecto, desglosándolos en positivos y negativos.

Acciones	a. Modificación de hábitats	b. Alteración de la cobertura vegetal	c. canalización	d. ruido e introducción de vibraciones.	AF. POSIT	AF. NEGAT	AGREGACIÓN DE IMPACTOS
<b>Componentes ambientales</b>							
a. Espacios abiertos y salvajes	-2	-8 4	-4 -24 6		0	2	-32
b. Salud y seguridad			9	-4	1	1	69
c. Empleo			8	81 9	1	0	56
d. Vectores de enfermedades - insectos	-6	-18 3	-5 -15 3	-3 -15 5	0	3	-48
Afectaciones positivas	0	0	2	0			
Afectaciones negativas	2	2	1	1			
<b>AGREGACIÓN DE IMPACTOS</b>	<b>-26</b>	<b>-39</b>	<b>122</b>	<b>-12</b>			

Fuente: Dellavedova, 2010

10. Agregación de los resultados para los elementos del ambiente (paso 9)

Acciones	a. Modificación de hábitats	b. Alteración de la cobertura vegetal	c. canalización	d. ruido e introducción de vibraciones.	AF. POSIT	AF. NEGAT	AGREGACIÓN DE IMPACTOS
Componentes ambientales							
a. Espacios abiertos y salvajes	-2	-4			0	2	-32
b. Salud y seguridad	-8	-24	9	-4	1	1	69
c. Empleo	4	6	8	9	1	0	56
d. vectores de enfermedades - insectos	-6	-5	-3	7	0	3	-48
Afectaciones positivas	0	0	2	0	Comprobación		45
Afectaciones negativas	2	2	1	1			
AGREGACIÓN DE IMPACTOS	-26	-39	122	-12	45		45

Estos valores tienen que ser iguales para filas y columnas en número y signo...

Fuente: Dellavedova, 2010

Finalmente, si se adicionan por separado los valores de la agregación de impactos tanto para las acciones como para los componentes ambientales, el valor obtenido deberá ser idéntico. 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 para las acciones que mayor detrimento ambiental causen.

## Anexo 13. Formato de encuesta y entrevista

### Encuesta visitantes



**ENCUESTA A VISITANTES**  
ESPAM- MFL

**OBJETIVO:** Conocer los gustos y preferencias de los turistas que llegan los balnearios de la provincia de Manabí y la incidencia que ellos pueden tener en el desarrollo del turismo en áreas rurales.

1. ¿Género?

Masculino

Femenino

2. ¿Nacionalidad o Procedencia? \_\_\_\_\_

3. ¿A través de que medio se informe sobre el nombre de un destino?

Internet  
 Documentos  
 Revistas  
 Agencias de viajes  
 Familiares o amigos  
 Televisión  
 Eventos promocionales  
 Otros. Especifique \_\_\_\_\_  
 Ninguno  
 No Informa

4. ¿Cuál es la forma de su viaje?

Solo  
 Grupo familiar  
 Grupo de amigos  
 Grupo familiar y de amigos  
 No Informa

5. ¿Cómo organiza su viaje?

Agencias de viajes  
 Cuenta propia  
 No Informa

6. Tiempo de traslado, hasta que tiempo cree que podría trasladarse?

1 a 2 horas \_\_\_\_\_ 2 a 3 horas \_\_\_\_\_ 3 a 4 horas \_\_\_\_\_ más de 4 horas \_\_\_\_\_

7. Le gustaría vivir una excursión en la zona interna de Manabí?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

8. ¿De las siguientes modalidades de turismo cuál usted prefiere?

Turismo de aventura \_\_\_\_\_ Ecoturismo \_\_\_\_\_  
 Comunitario \_\_\_\_\_ Turismo rural \_\_\_\_\_

9. ¿Le gustaría realizar actividades turísticas comunitarias (agroturismo, ecoturismo)?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

10. ¿Cuál de las siguientes combinaciones sería mejor para su excursión?

Todo Incluido \_\_\_\_\_ Traslado \_\_\_\_\_  
 Alimentación y Hospedaje \_\_\_\_\_ Alimentación \_\_\_\_\_ Solo traslado \_\_\_\_\_

11. ¿De las siguientes actividades cual le gustaría realizar mediante el desarrollo del Turismo en área rural?

Recorridos en canoa \_\_\_\_\_  
 Camping \_\_\_\_\_  
 Deportes acuáticos \_\_\_\_\_  
 Pesca Artesanal \_\_\_\_\_  
 Intercambio Cultural \_\_\_\_\_  
 Turismo de montaña \_\_\_\_\_  
 Todos los anteriores \_\_\_\_\_  
 Otros \_\_\_\_\_

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en el desarrollo de la excursión en el área rural de Manabí?

20- 30 Dólares \_\_\_\_\_  
 30- 50 Dólares \_\_\_\_\_  
 50- 100 Dólares \_\_\_\_\_

13. De cual lugar de la provincia de Manabí ha escuchado hablar?

Cantón Pichincha \_\_\_\_\_ Cantón Bolívar \_\_\_\_\_  
 Ambas \_\_\_\_\_ Ninguna \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACION.**

### Entrevistas a Prestadores de servicios turísticos



**ENTREVISTA A PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS**  
ESPAM- MFL

- ¿Cuál es el tipo de producto que ofrece?
- Estaría dispuesto a vender productos de turismo rural?
- ¿Cuáles serían los parámetros de calidad para ofrecer los productos?
- ¿Cuál sería el porcentaje de ganancias que se manejaría?
- Estaría dispuesto a generar alianzas con comunidades rurales?
- Estaría dispuesto a generar alianzas estratégicas con la comunidad de Piedra de Plata del cantón Pichincha- Manabí.
- Estaría dispuesto a realizar un FAN TRIP |

### Entrevistas a organismos Públicos

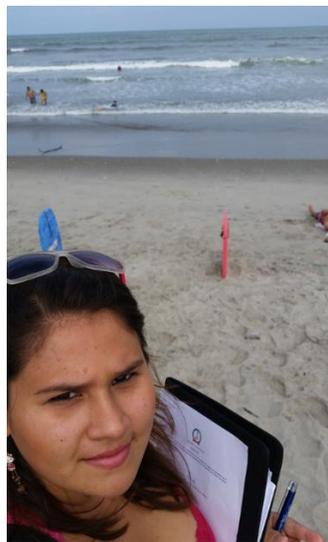


**ENTREVISTA A ORGANISMOS PUBLICOS**  
ESPAM- MFL

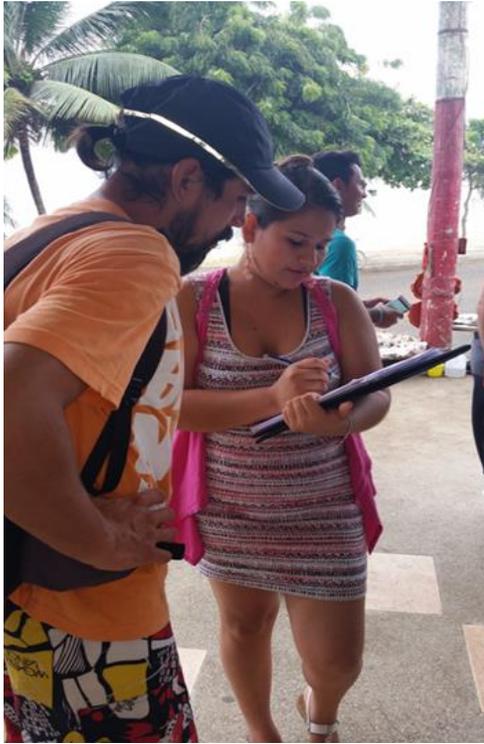
- ¿Cuáles son los programas que impulsan el turismo en comunidades?
- ¿Cómo acceder a ellos?
- ¿Cuáles son los requisitos para que una comunidad pueda obtener algún beneficio en cuanto al desarrollo del turismo?
- ¿Trabajan o tienen relaciones con ONG que ayuden al desarrollo del turismo rural?
- ¿Estarían dispuestos a ayudar en la publicidad de Piedra de Plata como destino rural?
- ¿Cómo ayudarían al desarrollo del turismo en la comunidad de Piedra de Plata?

## Anexo 14. Estudio de mercado a visitantes

### Visita a la Playa de Canoa



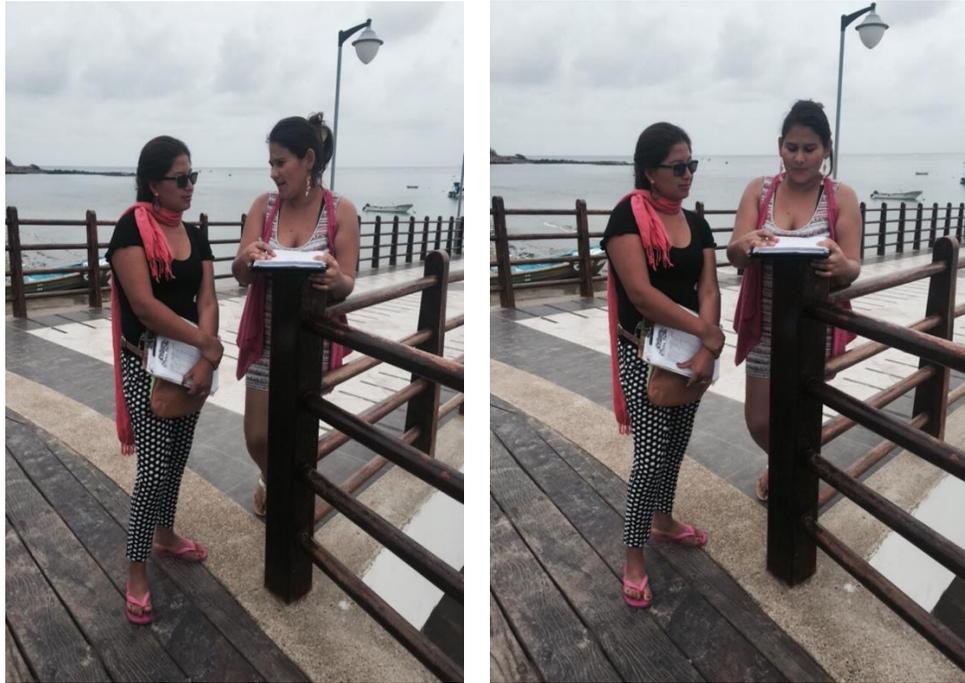
Visita a la Playa de Pedernales, encuesta a turistas



Anexo 15. Entrevistas a organismos públicos y privados.

Entrevistas a prestadores de servicios turísticos de Pedernales

(Agencia de viajes- Arrecife Marino)



Entrevista Escuela de buceo (MACHALILLA NATIONAL PARK)



## Entrevistas a organismos públicos

### Mintur- Manta



### Gad del Cantón Pichincha- Manabí

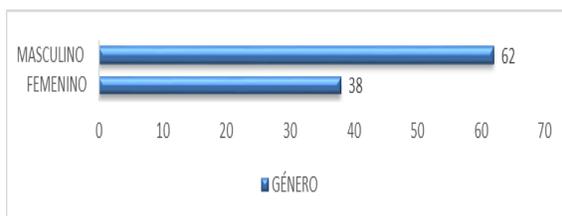
#### Departamento de turismo



## Anexo 16. Análisis y tabulación de encuestas

### 1. Género

Las encuestas realizadas en las playas de Manabí (Canoa, Puerto López y Manta) dirigida a los visitantes que tienen una inclinación por el turismo de sol y playa y por actividades de conocimiento ambiental y cultural fueron la principal motivación para realizar las encuestas en los lugares ya mencionados, se realizaron 203 encuestas distribuidas entre hombre y mujeres, pero según la tabulación refleja que el 62% de los encuestados fueron hombres y en un porcentaje menor 39% mujeres. Estos porcentajes indican que la presencia de hombres en la comunidad de Piedra de plata será mayor por lo que las actividades a desarrollarse deben estar dirigidas a los gustos y preferencias de ellos, también incluir acciones de mucho más esfuerzo físico.

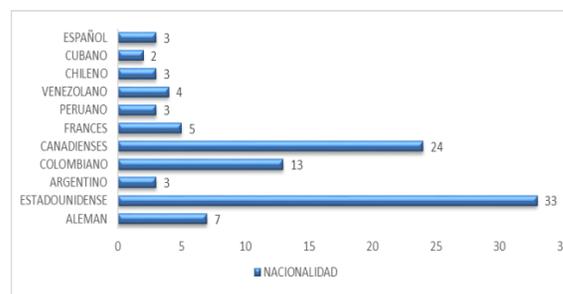


### 2. Nacionalidad o Procedencia

El gusto de los turistas por visitar el Ecuador y todo lo que este comprende (cultura, turismo, entre otros) es cada vez mayor y aún más para los turistas de nacionalidad estadounidenses, canadienses y colombianos, en el caso de los colombianos se da por el turismo de frontera, y el de los Norteamericanos porque gustan de las playas y de las actividades de turismo rural como lo manifiestan en una de las interrogantes más abajo, esto indica

que se deben establecer estrategias hacia este mercado, ya que según el cuadro estadístico el 33% de los visitantes son estadounidenses, el 25% canadienses y el 14% colombianos, según lo mencionado hay que poner énfasis en los idiomas como es el inglés ya que el principal centro emisor son los norteamericanos.

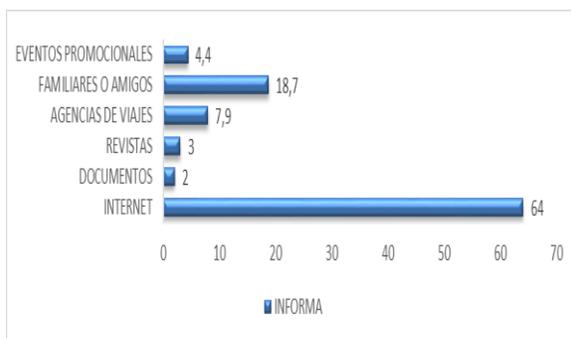
Cabe mencionar que para respaldar lo anteriormente mencionado se hace una comparación con las estadísticas más recientes del Mintur, el cual indica que en el año 2012 Ecuador superó el millón de llegadas de extranjeros donde Colombia con 285.306 arribos a octubre de 2012 se mantiene en el primer lugar como mercado emisor de turistas, seguido de Estados Unidos con 207.808 y de Perú con 114.281; en el año 2013 hubo una tasa de crecimiento del 7,3% en relación al año anterior manteniéndose Colombia, Estados Unidos y Perú.



### 3. A través de que medio se informe sobre el nombre de un destino.

El internet se ha vuelto la mayor fuente de información a nivel mundial, esta herramienta ha llegado a ser el componente aliado del sector turístico es por esto que las principales estrategias de mercadeo se

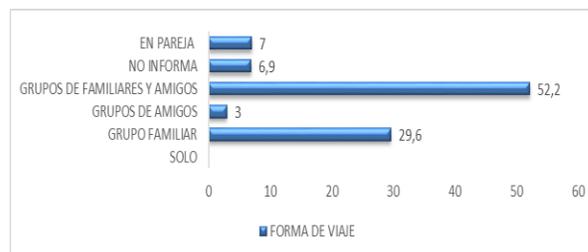
direccionan al buen uso del internet, es por esto que los encuestados manifestaron que el medio que más utilizan para informarse sobre los destinos turísticos es el internet con 64%, pero la publicidad boca a boca también sigue siendo una fuente de difusión muy precisa lo que indica que el segundo medio utilizado es por referencias de amigos o familiares con 19% y el 8% a través de las agencias de viajes, como es de conocimiento que las agencias de viajes juegan un papel primordial en el turismo, pero en esta caso ocupa el tercer lugar ya que los turistas buscan en la actualidad tener la experiencia de realizar sus viajes por sí solo.



#### 4. Cuál es la forma de su viaje.

Viajar entre amigos en ciertos casos es la opción más preferida por los turistas y esto lo sustenta el resultado de los porcentajes de las encuestas en el que indicaron con un 52% que la forma de viajes es entre amigos, el 30% viajan solos y el 7% en pareja. La forma de viaje depende de la modalidad de turismo que desea practicar en este caso a las playas ecuatorianas llegan grupos de jóvenes interesados por el surf, por actividades de intercambio como los voluntariados o por agroturismo y ecoturismo, como son

gustos a fines se hace más fácil encontrar grupos de personas que tengan las mismas modalidades de viajes.



#### 5. Cómo organiza su viaje.

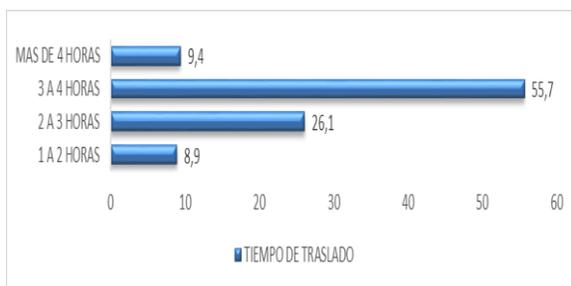
La preferencia que tienen los turistas en la actualidad al momento de organizar sus viajes, por cuenta propia es muy común en casi todos los países del mundo, personas más independientes y autosuficientes es lo que caracteriza a las nuevas tendencias turísticas; lo turistas indicaron que organizan sus viajes por cuenta propia con un 85% y el 15% acude a una agencia de viajes, este 15% gusta de contar con itinerarios y seguir un cronograma de actividades, además de no preocuparse por los servicios que tendrían.



#### 6. Tiempo de traslado, hasta que tiempo cree que podría trasladarse.

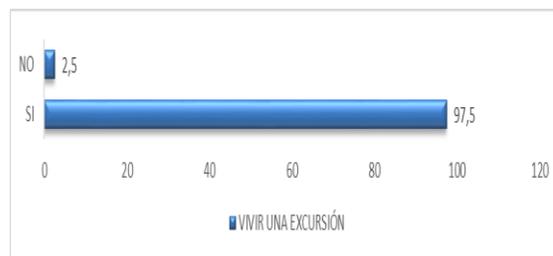
Desde Puerto López y Manta para llegar a la comunidad de Piedra de Plata son aproximadamente de 3 a 4 horas en carro privado, y desde Canoa también, lo que indica que los resultados tabulados son favorables,

ya que en muchos de los casos los turistas gustan de viajar mucho y por largas horas, así como manifestaron los encuestados que si estarían dispuestos a visitar la comunidad a pesar de la distancia, es por esto que el 56% de los encuestados dijeron que su tiempo de traslado hacia un destino es de 3 a 4 horas, seguido 26% que manifestaron que es de 2 a 3 horas y el 9% más de 4 horas, lo que es aceptable ya que se puede trabajar con los tres grupos.



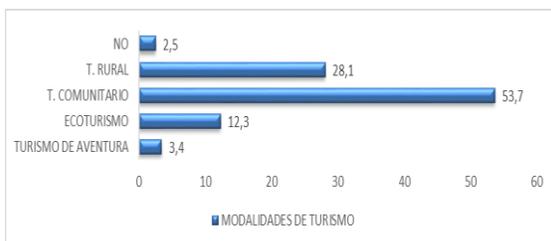
#### 7. Le gustaría vivir una excursión en la zona interna de Manabí.

El turismo rural está siendo una de las mayores tendencias turísticas en la actualidad, es que los turistas son cada vez más conscientes de sus actividades y apoyan cada vez a la conservación y buen usos de los recursos naturales, es por esto que los visitantes indicaron que si estarían dispuesto a vivir una excursión en la zona interna de Manabí y el 98% es para él sí; y el 3% es para el no. Indicando que en todas las actividades a realizar se deben incluir parámetros de cuidado y conservación ambiental.



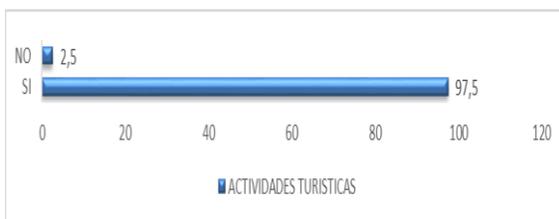
#### 8. De las siguientes modalidades de turismo cual usted prefiere.

Las nuevas modalidades del turismo o el turismo alternativo está siendo la nueva tendencia de los turistas, sus diferentes actividades de riesgo, de aire, de agua, de tierra y convivencia hacen que los turistas opten por las mismas, lo cual se respalda en el cuadro de porcentajes ya que una de las modalidades más escogidas fue la de turismo comunitario con 54% de preferencia, el 28% turismo rural y el 12% ecoturismo; Es importante mencionar que estos resultados son favorables para el tema de investigación ya que tributan a la comunidad para poder desarrollarse por la características de las misma. También cabe mencionar que la suma de los dos indicadores más puntuados hace un total de 82% lo que lleva a diseñar productos o servicios vinculados a estas dos modalidades turísticas como es el turismo comunitario y el turismo rural, sin dejar a un lado el ecoturismo que se presenta con un porcentaje menor pero por las características naturales de la comunidad se puede desarrollar de manera organizada. La demanda que presentan estas tres modalidades es relevante para la comunidad y lleva a diseñar o implementar servicios/productos que incluyan actividades propias de las modalidades ya mencionadas.



#### 9. Le gustaría realizar actividades turísticas comunitarias (agroturismo, ecoturismo).

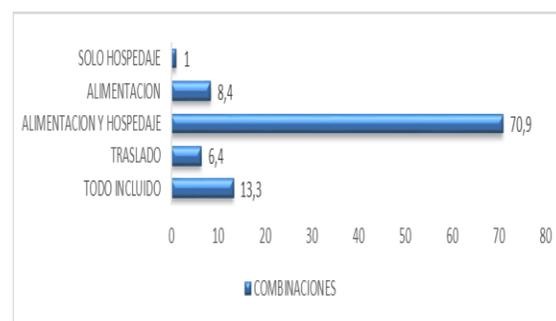
Convivir con personas locales, compartir sus experiencias y forma de vida suena muy apetecible para aquellos visitantes que les gusta coexistir con otras personas diferentes a las habituales, las actividades comunitarias son muy enriquecedoras para los comuneros, es por tal motivo que los turistas indicaron que si están dispuestos a realizar actividades comunitarias en un 98% y que no 3%.



#### 10.Cuál de las siguientes combinaciones sería mejor para su excursión

Para los turistas actuales contar con cierto número de servicios no es un problema, ya que en ciertos casos solo requieren de transportación como un servicio obligatorio o del servicio de alimentación, los visitantes indicaron que para la realización de las excursiones o visitas a áreas rurales les gustaría contar con el servicio de alimentación y hospedaje y esto es el 71% de los encuestados, el 13% desean que todos los servicios sean incluidos y el 8% solo necesita alimentación.

A pesar de los turistas haber mencionado con mayor énfasis que desean contar el servicio de alimentación y hospedaje, cabe mencionar que también es factible establecer el todo incluido ya que también existe un porcentaje de personas que desean contar con todos los servicios o el todo incluido y es relevante contar con diversas ofertas para que el cliente se sienta atendido y si es necesario ofertar servicios por separado dependiendo de la necesidad del turista.

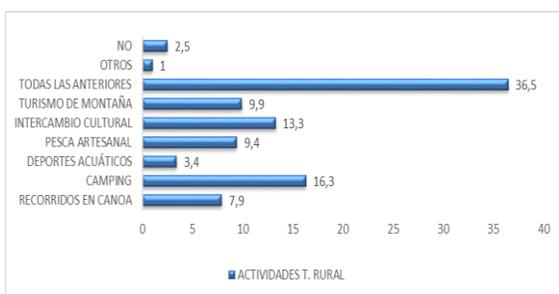


#### 11.De las siguientes actividades cual le gustaría realizar mediante el desarrollo del Turismo en área rural.

Los turistas actuales son cada vez más exigentes en cuanto al número de actividades a realizar, quieren siempre estar en constante actividad y movimiento, es por esto que se deben implementar una cierta cantidad de actividades durante el desarrollo de turismo rural ya que el 37% de los encuestados manifestaron que les gustaría realizar más de una actividad y si es preciso todas, el 16% prefiere solo camping y el 13% intercambio cultural.

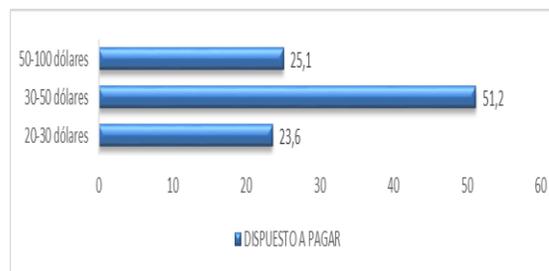
Ofrecer servicios o actividades al menudeo es una forma clave de generar ingresos significativos o por separado e involucrar a personas de la

comunidad a que sean ellos quienes se encarguen de llevar a cabo esas actividades, en ciertos casos suele ser muy difícil vender paquetes con todas las actividades previamente establecidas, ya que a veces surgen turistas que no desean ciertas actividades y desean optar por tres o cuatros o solo por una y practicarla de forma repetitiva, es por esto que tener diversas alternativas es una opción factible.



12. Cuánto estaría dispuesto a gastar en el desarrollo de la excursión en el área rural de Manabí.

Establecer precios que sean accesibles y cómodos para los turistas es un factor de competitividad para un destino o para un potencial destino, el costo debe ir acorde a las exigencias de los visitantes y de acuerdo con su estatus económico, pero en este caso el gasto promedio de los turistas es de \$30 a \$50 con un porcentaje de 51%, el 25% de los visitantes gastarían \$50 a \$100 y el 23% gastarían entre \$20 a \$30. Los valores arrojados muestran que los visitantes tienen un poder adquisitivo medio alto, lo que indica que los productos o servicios de turismo rural no deben superar estos valores.



13. De cual lugar de la provincia de Manabí ha escuchado hablar?

Los turistas indicaron que desconocen de la existencia de estos dos cantones de la Provincia de Manabí como es el Cantón Bolívar y Pichincha con un 95% y tan solo el 5% conoce o ha escuchado hablar del cantón Bolívar, esto se debe a la falta de promoción o difusión de estos lugares y a la ineficiente promoción de las áreas rurales es latente. Esta interrogante sirve de respaldo para establecer una estrategia de promoción y difusión de los principales recursos naturales de la provincia de Manabí y en especial de los Cantones mencionados.

