



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Técnica Particular de Loja

**TITULACIÓN DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Huaquillas.

Trabajo de fin de Titulación.

AUTORES:

Jiménez Flores Lisseth Alejandra

Macas Romero Jessica Del Cisne

Sánchez Romero Yessenia Elizabeth

DIRECTORA: Armijos Maurad Ana Patricia, Ing.

Loja- Ecuador

2012

Ing. Ana Patricia Armijos.,

DOCENTE DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis realizado por las estudiantes Jiménez Flores Lisseth Alejandra, Macas Romero Jessica del Cisne, Sánchez Romero Yessenia Elizabeth, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, Octubre del 2012

f).....

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados

Vertidos en el presente trabajo, son de exclusiva

Responsabilidad de las autoras

.....

Jiménez Flores Lisseth Alejandra

.....

Macas Romero Jessica del Cisne

.....

Sánchez Romero Yessenia Elizabeth

Dedico este trabajo a mis queridos padres y de manera especial a mi madre, por perennizar en mí el deseo de superación a costa de sacrificios para cumplir una de mis metas propuestas, a mis adorados hermanos Stéfano y Carlos quienes son parte de mi vida.

A mis amigas Yessenia, Jessica y María Eugenia, por compartir momentos agradables y difíciles durante mi preparación universitaria.

Liseth

El presente trabajo lo dedico a mis Padres, quienes han sido la base fundamental en mi vida, mis Hermanos que han sido los pilares que me ayudan a sostenerme día a día a mi hijo que ha sido mi fuente de inspiración. A Dios por ser quién gobierna mi vida.

A mis amigas Lisseth, Yessenia y María Eugenia quienes han sido de gran apoyo para mi vida y la realización y conclusión de este trabajo.

Jéssica

Dedico esta tesis:

A Dios, por llenar mi vida de dicha y bendiciones.

A mamá, razón de mi ser y sentido de mi vida, tu presencia me ratifica la suerte que he tenido de ser tu hija, mi compromiso contigo es de avanzar y ser cada día mejor. La obtención de este logro hoy, es el resultado de tener una madre como tú.

A mis hermanos, Byron, María Fernanda y Luis Miguel, por todo aquello que hemos vivido juntos, por estar a mi lado siempre y por ofrecerme su apoyo y orientación en los momentos difíciles de mi vida.

A mi Abuelito, porque te tengo presente en cada momento de mi vida y tu recuerdo me llena de llena de fortaleza, aunque no lo sepas, este trabajo es para ti, siempre te llevo en mi corazón.

A Lisseth, Jessica y María Eugenia, por ser unas amigas increíbles, con quien he compartido muchos momentos valiosos. Fuimos, somos y seguiremos siendo siempre un gran equipo.

Yessenia

AGRADECIMIENTO

Al término de esta nueva etapa de formación académica quiero dejar constancia de mi gratitud a la Universidad Técnica Particular de Loja, la misma que me brindó la oportunidad de prepararme y enfrentar con responsabilidad los retos que la misma me ofrece.

Mi gratitud imperecedera, de manera especial a la Ing. Patricia Armijos, directora de tesis, así como también al Ilustre municipio de Huaquillas por brindarme la oportunidad de realizar este proyecto para la culminación de mis estudios.

Liseth Alejandra

Yo agradezco a la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirme realizar mis estudios profesionales. Además un agradecimiento especial a la Ing. Ana Patricia Armijos nuestra directora de tesis que nos ha ayudado y guiado en el desarrollo de la misma.

Al Ilustre Municipio del Cantón Huaquillas por ser el promotor de este trabajo.

Ing. Julián García quien formó parte esencial durante el desarrollo de nuestra tesis.

A Dios y a mi familia por estar siempre a mi lado.

Jéssica Macas Romero

Al culminar esta tesis, quiero agradecer a todas aquellas personas que de una u otra forma han contribuido para la realización de la misma.

A Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón y haber puesto en mí camino personas maravillosas.

A mamá, por su amor incondicional, por tanto esfuerzo para que yo alcanzara este triunfo, por enseñarme a vivir con su ejemplo constante de lucha y valentía y por su inmensa confianza y apoyo en la realización de mis sueños, te amo mamá.

Agradezco hoy y siempre a mi familia, por procurar siempre mi bienestar, por brindarme su apoyo y fortaleza para seguir adelante a pesar de la distancia, de manera especial quiero agradecer a la Familia Cún Romero, José Miguel Romero y Jhen Alexander Tinoco, por su gran respaldo y orientación incondicional en todo momento de mi vida, siempre han sido un pilar fundamental en mi formación tanto personal como académica.

A mi Directora de Tesis, por su valiosa orientación y apoyo quien con su excelente conocimiento e interés hizo posible la realización del presente trabajo.

Yessenia Sánchez

CERTIFICACIÓN

“Nosotras Lisseth Alejandra Jiménez Flores, Jessica del Cisne Macas Romero, Yessenia Elizabeth Sánchez Romero declaramos ser las autoras del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f.....

f.....

f.....

Autoras

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	
Certificación	I
Autoría	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Contrato de Cesión de Derechos de Tesis	V
Índice de contenidos	VI
Resumen	VII
Introducción	VII
Objetivos	IX

RESUMEN

Este proyecto se inició con un análisis de la situación económica, social y productiva del cantón Huaquillas, lo cual permitió obtener una clara visión de la realidad actual del mismo, estos datos son una herramienta de mucha importancia para la planeación estratégica del cantón. Posteriormente se realizó un diagnóstico turístico mediante un análisis FODA de cada componente involucrado en el marco turístico, a partir de la información obtenida se determinaron lineamientos estratégicos que permitirán el ordenamiento y desarrollo turístico y socioeconómico de Huaquillas. Además se plantearon estrategias para el desarrollo del turismo en el cantón en base a ofrecer al turista productos y servicios de calidad en ámbitos como: recursos turísticos, infraestructura de alojamiento y de A&B, vialidad y transporte, supraestructura de salud y educación, mejora de la imagen, seguridad y promoción. Finalmente se elaboró un Plan de Marketing Turístico basado en el marketing mix, que está enfocado a desarrollar y fortalecer la actividad turística mediante programas y proyectos elaborados con el objetivo de posicionar a Huaquillas como destino turístico y a la vez contribuir al desarrollo económico del mismo.

INTRODUCCIÓN

La competitividad que se presenta en el sector turístico actual es una constante que exige trabajar en la mejora y desarrollo de proyectos ambiciosos que permitan adecuarse a las nuevas circunstancias y exigencias del turista, de la misma forma se convierte en una necesidad fortalecer un sistema turístico competitivo y sostenible donde su principal objetivo sea incrementar los beneficios económicos del lugar.

Una planificación estratégica atiende a las nuevas necesidades que tienen los mercados y toma la delantera para determinar y aprovechar esto como una oportunidad, lo que permite crear o mejorar servicios y productos de calidad mediante programas que contemplen la competitividad, esto hará posible llegar a un nivel de excelencia adecuado aprovechando los recursos ya existentes y mejorando la oferta a través de estrategias que tienen como punto de partida la adaptación de procesos de gestión integrados del destino turístico.

Un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico es una herramienta muy importante cuando un determinado destino se plantea como prioridad desarrollar e impulsar el turismo, un conjunto de medidas integrales ya sea a mediano o largo plazo son el instrumento técnico adecuado para el logro de estos objetivos, donde la comunidad del sector son los principales beneficiados.

La máxima cooperación y coordinación entre instituciones públicas – privadas y la comunidad harán que Huaquillas logre un concepto integrador de destino turístico.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar un Plan estratégico de desarrollo turístico, que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para beneficio del cantón.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Priorizar los atractivos turísticos del cantón Huaquillas.
- Establecer estrategias para incrementar y mejorar el turismo en Huaquillas.
- Crear estrategias para adecuar la supraestructura e infraestructura del cantón.
- Diseñar y desarrollar el producto turístico Huaquillas.
- Elaborar un Plan de Marketing para así difundir una imagen turística singular y atractiva del cantón.

Tabla de contenido

CAPÍTULO I.....	1
SITUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL Y PRODUCTIVA	1
SITUACIÓN GEOGRÁFICA	1
1.1.1 Superficie	1
1.1.2 Ubicación	1
1.1.3 Clima	1
1.1.4 Límites.....	1
1.1.5 Vialidad	2
1.1.6 Hidrografía	2
1.2 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	2
1.2.1 Población.....	2
1.2.2 Educación.....	3
1.2.2.1 Indicadores educacionales.....	4
1.2.3 Salud.....	6
1.2.3.1 Indicadores de salud	7
1.2.4 Vivienda	7
1.2.4.1 Abastecimiento de agua	8
1.2.4.2 Energía eléctrica.....	8
1.2.4.3 Telefonía convencional	9
1.2.4.4 Telefonía móvil	9
1.2.4.5 Combustible para cocinar.....	10
1.2.5 Migración interna y externa	10
1.2.6 Indicadores de desarrollo humano y pobreza.....	10
1.3 ÁMBITO ECOLÓGICO TERRITORIAL	11
1.3.1 Condiciones ambientales.....	11
1.3.1.1 Residuos sólidos.....	11
1.3.2 Ecosistemas	12
1.3.2.1 Flora	12
1.3.2.2 Fauna	12
1.3.3 Seguridad.....	13
1.4 ÁMBITO ECONÓMICO PRODUCTIVO	14
1.4.1 Sector productivo primario.....	14
1.4.1.1 Agricultura	14

1.4.1.2 Pesca.....	14
1.4.2 Sector productivo secundario	15
1.4.3 Sector productivo terciario	16
1.4.3.1 Comercio	16
1.4.3.2 Transporte.....	17
1.4.3.3 Turismo	18
1.5 POLÍTICO ADMINISTRATIVO.....	18
1.5.1 Estructura política administrativa de la institución pública	18
1.5.2 División política del cantón.....	19
1.5.3 Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística.....	21
CAPITULO II.....	23
POTENCIAL TURÍSTICO	23
2.1 METODOLOGÍA	25
2.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA	25
2.2.1 Planta turística	25
2.2.1.1 Alojamiento.....	26
2.2.1.2 Alimentación	31
2.2.1.3 Otros servicios.....	34
2.2.1.3.1 Agencias de Viajes	34
2.2.2 Determinación del potencial turístico	44
2.2.2.1 Análisis de recursos turísticos	44
2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	49
2.3.1 Determinación del perfil del turista.....	49
2.3.1.1 Investigación de mercado.....	50
2.3.2 Problemática del cantón Huaquillas	58
CAPITULO III	59
PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA HUAQUILLAS ...	59
3.1 FORMULACIÓN FILOSÓFICA	59
3.1.1 Misión.....	59
3.1.2 Visión	59
3.1.3 Objetivos del plan estratégico	59
3.1.3.1 Objetivo General	59
3.1.3.2 Objetivos Específicos.....	59

3.2 FORMULACIÓN ESTRATÉGICA	60
3.2.1 Proceso metodológico	64
3.2.2 Análisis FODA	65
3.2.3 Metodología para la priorización de variables	66
3.2.4 Priorización de variables	66
3.2.5 Estrategias del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Huaquillas.....	70
3.2.6 Mapa estratégico	74
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ubicación geográfica y Límites del cantón Huaquillas.....	1
Tabla 2. Población de Huaquillas.....	3
Tabla 3. Población del cantón por área.....	3
Tabla 4. Nivel de instrucción.....	4
Tabla 5. Tasa de analfabetismo.....	5
Tabla 6. Sector de la Educación.....	5
Tabla 7. Supraestructura de Salud.....	6
Tabla 8. Enfermedades comunes.....	7
Tabla 9. Tenencia de la vivienda.....	7
Tabla 10. Abastecimiento de agua.....	8
Tabla 11. Procedencia de luz eléctrica.....	9
Tabla 12. Disponibilidad de línea telefónica.....	9
Tabla 13. Disponibilidad de teléfono celular.....	9
Tabla 14. Combustible para cocinar.....	10
Tabla 15. Índice de migración por motivo de viaje.....	10
Tabla 16. Índice de pobreza.....	11
Tabla 17. Tipo de traslado.....	17
Tabla 18. Marco institucional.....	19
Tabla 19. Parroquias y ciudadelas.....	20
Tabla 20. Mapeo de actores.....	21
Tabla 21. Tecnología que disponen.....	28
Tabla 22. Calidad del Servicio.....	28
Tabla 23. Servicios Básicos.....	29
Tabla 24. Servicios.....	30
Tabla 25. Variables del personal.....	30
Tabla 26. Tecnología que disponen.....	32
Tabla 27. Servicios básicos.....	32
Tabla 28. Variables del personal.....	33
Tabla 29. Sector de Agencias de Viajes.....	35
Tabla 30. Resumen de las variables de agencias de viajes zona 7.....	43
Tabla 31. Cuadro de atractivos.....	46
Tabla 32. Resumen del perfil del turista.....	57
Tabla 33. Análisis FODA.....	65
Tabla 34. Análisis (FO) Fortalezas - Oportunidades.....	66
Tabla 35. Análisis (DA) Debilidades - Amenazas.....	67
Tabla 36. Análisis (FA) Fortalezas - Amenazas.....	68
Tabla 37. Análisis (DO) Debilidades - Oportunidades.....	69
Tabla 38. FODA Estratégico.....	69
Tabla 39. Estrategias.....	70
Tabla 40. Estrategia 1.....	74

Tabla 41. Estrategia 2	74
Tabla 42. Estrategia 3	76
Tabla 43. Estrategia 4	76
Tabla 44. Estrategia 5	77
Tabla 45. Estrategia 6	79
Tabla 46. Estrategia 7	79
Tabla 47. Estrategia 8	80
Tabla 48. Resumen del presupuesto para cada estrategia.....	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ubicación de Huaquillas	1
Gráfico 2. Composición de la planta turística	26
Gráfico 3. Número de habitaciones	27
Gráfico 4. Categoría de establecimientos de alojamiento	31
Gráfico 5. Infraestructura de A&B	34
Gráfico 6. Agencias de viajes	35
Gráfico 7. Tipo de agencias.....	36
Gráfico 8. Número de paquetes vendidos.....	36
Gráfico 9. City Tours vendidos en el mes	37
Gráfico 10. Meses de mayor venta de paquetes	37
Gráfico 11. Frecuencia de compras y asesoramiento	38
Gráfico 12. Destinos nacionales e internacionales más visitados	39
Gráfico 13. Forma de pago	40
Gráfico 14. Composición del viaje.....	40
Gráfico 15. Tipo de clientes	41
Gráfico 16. Empresas con las que tienen relaciones comerciales	41
Gráfico 17. Motivos del viaje	42
Gráfico 18. Otros servicios que ofrece la Agencia.....	42
Gráfico 19. Medios de publicidad utilizados por la Agencia	43
Gráfico 20. Inventario de atractivos	47
Gráfico 21. Mapa de atractivos	48
Gráfico 22. Nacionalidad.....	50
Gráfico 23. Medios de transporte	51
Gráfico 24. Género	51
Gráfico 25. Edad.....	52
Gráfico 26. Nivel de instrucción	52
Gráfico 27. Situación ocupacional	53
Gráfico 28. Número de pernoctaciones	53
Gráfico 29. Forma de viajar.....	54
Gráfico 30. Principal tipo de alojamiento.....	54
Gráfico 31. Motivo de viaje.....	55
Gráfico 32. Atractivos turísticos visitados.....	56
Gráfico 33. Principal actividad que realizó	56
Gráfico 34. Medios de información que motivó su visita	57

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.....	Formato de encuesta a establecimientos educativos
Anexo 2.....	Formato de encuesta de transporte
Anexo 3.....	Catastro cantonal 2011
Anexo 4.....	Formato de encuestas de alojamiento
Anexo 5.....	Establecimientos no catastrados
Anexo 6.....	Formato de encuesta de A&B
Anexo 7.....	Formato de encuestas de agencias de viajes
Anexo 8.....	Formato de Encuesta de Agencias de Viajes estudio de mercado
Anexo 9.....	Tabla de Codificación de Agencias de Viajes
Anexo 10.....	Inventario de atractivos turísticos
Anexo 11.....	Simbología de atractivos del mapa
Anexo 12.....	Encuesta a turistas
Anexo 13.....	Tabla de codificación de la encuesta a turistas
Anexo 14.....	Manual del encuestador
Anexo 15.....	Políticas de turismo
Anexo 16.....	Cronograma de inversion
Anexo 17.....	Plan de marketing
Anexo 18.....	Fotografías

CAPÍTULO I

SITUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL Y PRODUCTIVA

SITUACIÓN GEOGRÁFICA

Gráfico 1. Ubicación de Huaquillas



Fuente: INEC, 2010

1.1.1 Superficie

Huaquillas tiene una superficie de 84.6 Km².

1.1.2 Ubicación

El cantón Huaquillas se encuentra ubicado en la parte sur-occidental de la Provincia de El Oro. Su altitud es de 1.9 metros sobre el nivel del mar. Huaquillas está conectado con el Distrito Peruano de Aguas Verdes gracias al puente internacional fronterizo que se extiende sobre el río Zarumilla.

1.1.3 Clima

El clima de Huaquillas es caliente y seco durante todo el año, es caracterizado por una temperatura que fluctúa entre los 22 y 30 grados centígrados.

1.1.4 Límites

Tabla 1. Ubicación geográfica y límites del cantón Huaquillas

Límites	
Norte:	Océano Pacífico

Sur:	Perú
Este:	Arenillas
Oeste:	Perú

Fuente: <http://www.huaquillas.gob.ec/site/huaquillas/datos-geográficos>
 Elaboración Las autoras

1.1.5 Vialidad

Las vías que conectan al cantón Huaquillas con otras provincias del país son de primer orden debido al desarrollo de una adecuada planificación en el sector vial. La vialidad dentro del cantón ha mejorado las condiciones urbanísticas gracias a la rehabilitación de las calles de la zona céntrica, área comercial, barrios y ciudadelas, lo que constituye alrededor de 72 kilómetros lineales, el cual cubre el 40% del total de las calles del cantón. En la zona urbano-marginal se encuentran lastradas las vías secundarias lo que facilita el traslado de peatones y vehículos.

1.1.6 Hidrografía

La red hidrográfica del cantón Huaquillas está constituida principalmente por los ríos: Zarumilla, Jubones, Puyango, Arenillas, Santa Rosa, entre otros. Al Oeste, la quebrada de Zarumilla tiene aporte de agua dulce que viene de la sierra, y al oeste, el estero Viernes Santo, también conocido como estero Cayancas Grande, la cual es una entrada de agua salobre que es utilizada por las camaroneras del sector.

La principal fuente de agua que se utiliza tanto para la acuicultura como para el transporte fluvial, está representada por la red hidrográfica constituida por el Canal de Capones, Estero Chupadores, Estero Grande, Estero Santa Rosa, Canal de Callejones, Canal de Bellavista, Estero Las Huacas, un tramo del cauce del Río Zarumilla.

1.2 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

1.2.1 Población

La población del cantón Huaquillas, según el Censo 2010, es de un total de 48.285 habitantes. La mayoría de la población que son 47.706 reside en el área urbana, mientras que en el área rural la cantidad de personas es de 579, según su género, comparte el mismo porcentaje.

Tabla 2. Población de Huaquillas

Población del cantón Huaquillas				
Censo 2010				
Áreas	Total	Hombres	Mujeres	Porcentaje
TOTAL	48.285	24.120	24.165	100
Urbano	47.706	23.787	23.919	98.80
Rural	579	333	246	1.20

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

Huaquillas se caracteriza por tener una población joven, como se observa en la tabla 3, encontrándose en el rango de 15 a 64 años de edad un porcentaje del 62.13% que corresponde a 29.999 personas.

Tabla 3. Población del cantón por área

Población por grupo y edad								
Grandes grupos de edad								
	Área rural			Área urbana			Total Población	Porcentaje
	Sexo			Sexo				
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total		
De 0 a 14 años	92	92	184	8.109	7.868	15.977	16.161	33.45
De 15 a 64 años	236	152	388	14.601	15.010	29.611	29.999	62.13
De 65 años y más	5	2	7	1.077	1.041	2.118	2.125	4.40
Total	333	246	579	23.787	23.919	47.706	48.285	100

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

1.2.2 Educación

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos. La educación también implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores, es aquí donde toma importancia para el sector turístico.

Para analizar la educación del cantón Huaquillas se han considerado varios puntos como lo son: ubicación, número de estudiantes y docentes, las facilidades y servicios básicos que poseen e instalaciones. El cantón cuenta con 36 establecimientos educativos (Anexo No.1) distribuidos en la zona urbana y rural, destacándose entre ellos que en el cantón existe una unidad educativa del milenio, que son instituciones fiscales que cuentan con nuevas tecnologías para la enseñanza.

El 90% de las escuelas del cantón cuentan con la adecuada infraestructura dentro del aula y fuera de ella como lo son canchas deportivas y juegos infantiles, además de salas de cómputo que son una herramienta muy útil en la actualidad.

1.2.2.1 Indicadores educacionales

Un indicador educativo es un instrumento que mide, evalúa y demuestra cuales son las tendencias y desviaciones a nivel de educación, estos datos permiten prever y tomar correcciones adecuadas para cumplir objetivos antes planteados.

En el cantón Huaquillas la mayor parte de la población tiene un nivel de instrucción primaria con un total de 16.891 personas que corresponde al 39.46%, de las cuales la mayoría se encuentran en el área urbana. Las personas con un nivel de instrucción secundario ocupan el segundo lugar en cifras con 11.895, el cual constituye 27.79%, al igual que el primer indicador ubicado la mayoría del sector urbano.

Tabla 4. Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió a partir de 5 años a más

Nivel de instrucción según sexo	Hombres	Mujeres	Total	%
Ninguno	626	721	1.347	3,15
Centro de Alfabetización/(EBA)	57	120	177	0,41
Preescolar	225	242	467	1,09
Primario	8.673	8.218	16.891	39,46
Secundario	5.884	6.011	11.895	27,79
Educación Básica	1.944	1.881	3.825	8,94
Bachillerato - Educación Media	1.695	1.674	3.369	7,87
Ciclo Postbachillerato	215	279	494	1,15
Superior	1.388	1.770	3.158	7,38
Postgrado	68	61	129	0,3
Se ignora	551	502	1.053	2,46
Total	21.326	21.479	42.805	100

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

La provincia de El Oro tiene una tasa de analfabetismo del 47.68% a nivel de país, y el cantón Huaquillas del 3,66% a nivel provincial de acuerdo al censo poblacional 2010. Según el Censo de población y vivienda 2001, Huaquillas tenía una tasa de analfabetismo del 5.2%, existiendo un decremento de este índice en un 1.54%.

Tabla 5. Tasa de analfabetismo en la Provincia de El Oro

Nombre del Cantón	%
Machala	2,63
Arenillas	3,59
Atahualpa	3,12
Balsas	3,05
Chilla	6,09
El Guabo	3,87
Huaquillas	3,66
Marcabelí	4,6
Pasaje	3,42
Piñas	1,78
Portovelo	2,28
Santa Rosa	3,23
Zaruma	1,71
Las Lajas	4,65
TOTAL	47,68

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010
Elaboración: Las Autoras

En lo que se refiere a educación se mencionan las necesidades y a la vez que correcciones se deben llevar a cabo para la mejora de las mismas.

Tabla 6. Sector de la educación

N°	Tipo	Observación	Necesidades
1	Escuelas	Conservadas, nueva tecnología	Asfaltado de calles, juegos infantiles, limpieza interna, nuevas aulas, señales de tránsito.
2	Colegios	Conservados	Adecantamiento de infraestructura, asfaltado de calles, señales de tránsito.
3	Escuelas y colegios	Conservados, ubicados en cada parroquia	Calles señalizadas, pasos peatonales a las afueras de los establecimientos.

4	Universidades (Universidad de Machala, UTPL)	Prestan sus servicios en otras entidades educativas, la educación no es presencial	Infraestructura necesaria, personal de información para clases presenciales.
----------	---	--	--

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Huaquillas cuenta con escuelas y colegios, no obstante se debería mejorar su infraestructura y la señalización de las calles que se encuentran alrededor de éstos, existe la presencia de universidades de modalidad a distancia, por esa razón se da la migración por motivo de estudio superior.

1.2.3 Salud

La salud es estar en completo estado de bienestar físico, psíquico, social y no solo la ausencia de enfermedad, es por eso que la salud pública juega un papel importante en el desarrollo de una comunidad como lo menciona (Piedrola, 1991) “La salud pública es la ciencia y el arte de organizar y dirigir los esfuerzos colectivos destinados a proteger, promover y restaurar la salud de los habitantes de una comunidad”.

El cantón Huaquillas pertenece al área de salud número 7 de la provincia de El Oro. Analizando los organismos institucionales de salud destaca la existencia de un centro de salud por cada parroquia del cantón, la mayoría de estos se encuentran en buen estado ya que están conservados y cuentan con los equipos y la infraestructura necesaria, lo que no ocurre con el hospital principal del cantón. Es importante mencionar la presencia de un médico general y personal capacitado por cada centro de salud. Estos centros de salud están prestos a brindar primeros auxilios, si el caso amerita el paciente es trasladado al hospital cantonal y en caso extremo al hospital provincial.

La siguiente tabla muestra las necesidades que se presentan en este sector:

Tabla 7. Supraestructura de salud

Nº	Tipo	Observación	Necesidades
1	Centros de salud (subcentros)	Infraestructura y equipos nuevos	Asfaltado de calles, señalización de calles, teléfono convencional, internet
2	Hospital	Infraestructura deteriorada	Adecuamiento de infraestructura

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Una necesidad primordial es la de contar con la debida señalización de las calles que rodean a estos establecimientos para su fácil ubicación. De la infraestructura de salud el que requiere intervención inmediata es el hospital principal.

1.2.3.1 Indicadores de salud

Un indicador de salud es un instrumento de evaluación y medición que cuantifica y permite evaluar, demostrar y estimar el progreso o situación del estado de salud de la población, entre ellos se encuentran: mortalidad infantil, neonatal, materna y por grupos de edad o por causas específicas, morbilidad y discapacidad.

El índice de mortalidad infantil es del 0,2 %. Por lo general la muerte de neonatos ocurren dos veces al año y sus causas son por sepsis neonatal, es decir cuando el feto padece sufrimiento por pérdida de líquidos, pero cuando la madre no se percata a tiempo puede ocasionar un desenlace fatal. La siguiente información ha sido obtenida del departamento de estadísticas del hospital general Huaquillas

Las enfermedades más comunes son:

Tabla 8. Enfermedades comunes en Huaquillas

N°	Enfermedades comunes	
1	Enfermedades diarreicas:	Tifoidea, salmonelosis.
2	Infecciones respiratorias:	Bronquitis, faringoamigdalitis, neumonía, influenza.

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

1.2.4 Vivienda

En el cantón Huaquillas hay un total de 13.078 viviendas según el Censo de población y vivienda 2010, de las cuales la mayoría que corresponde a 6.521 son viviendas propias y totalmente pagadas.

Tabla 9. Tenencia de la vivienda según tipo

Tenencia o propiedad de la vivienda									
Tipo de la vivienda									
Tenencia	Casa Villa	Departmento en Casa o edificio	Cuarto(s) en casa de inquilinato	Mediagua	Rancho	Covacha	Choza	Otra vivienda Particular	Total
Propia y totalmente pagada	5.886	182	21	151	189	75	14	3	6.521
Propia y la está pagando	838	14	7	38	42	-	-	-	939
Propia (regalada, donada, heredada (o por posesión))	1.087	31	67	77	74	39	2	1	1.378

Prestada o cedida (no pagada)	1.518	50	65	124	125	80	6	7	1.975
Por servicios	64	5	2	5	3	7	-	-	86
Arrendada	1.339	226	489	55	26	10	2	-	2.147
Anticresis	27	-	2	1	2	-	-	-	32
Total	10.759	508	653	451	461	211	24	11	13.078

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

Los servicios básicos son la infraestructura necesaria para el buen funcionamiento de una sociedad, estos están constituidos por: agua potable, energía eléctrica, telefonía convencional e internet.

Los servicios de los que dispone el cantón Huaquillas son los siguientes:

1.2.4.1 Abastecimiento de agua

De 13.078 viviendas existentes en Huaquillas 12.758 cuentan con abastecimiento de agua, la mayoría que son 10.763 viviendas constituyen el 84.36% las cuales son abastecidas mediante red pública.

Tabla 10. Abastecimiento de agua

Procedencia principal del agua recibida	Casos	Porcentaje
De red pública	10.763	84,36
De pozo	1.535	12,03
De río, vertiente, acequia o canal	47	0,37
De carro repartidor	207	1,62
Otro (Agua lluvia/albarrada)	206	1,61
Total	12.758	100

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

1.2.4.2 Energía eléctrica

La procedencia de energía eléctrica en Huaquillas en su mayoría es mediante red de empresa eléctrica de servicio, 11.874 viviendas conforman este grupo constituyendo la mayoría con un 93,07%, seguido con una gran diferencia por un grupo de viviendas que no poseen energía eléctrica, esta cifra es de 686 viviendas.

Tabla 11. Procedencia de energía eléctrica

Procedencia de luz eléctrica	Casos	Porcentaje
Red de empresa eléctrica de servicio público	11.874	93,07
Panel Solar	11	0,09
Generador de luz (Planta eléctrica)	29	0,23
Otro	158	1,24
No tiene	686	5,38
Total	12.758	100

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

1.2.4.3 Telefonía convencional

De las 13.277 viviendas en Huaquillas, 1.628 disponen de teléfono convencional, correspondiendo al 12,26% del total de la población.

Tabla 12. Disponibilidad de línea telefónica

Disponibilidad de teléfono convencional	Casos	Porcentaje
Si	1.628	12,26
No	11.649	87,74
Total	13.277	100

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

1.2.4.4 Telefonía móvil

Huaquillas registra 10.233 usuarios de telefonía móvil entre las tres operados existentes en país (claro, Movistar y CNT) su porcentaje representa el 77,00%.

Tabla 13. Disponibilidad de teléfono celular

Disponibilidad de teléfono celular	Casos	Porcentaje
Si	10.233	77,00
No	3.044	23,00
Total	13.277	100

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

1.2.4.5 Combustible para cocinar

La mayoría de los habitantes del cantón Huaquillas utilizan como principal combustible para cocina el gas (tanque o cilindro) con un total de 12.770 que en porcentaje es el 96,18% del total de la población.

Tabla 14. Combustible para cocinar

Principal combustible o energía para cocinar	Total	Porcentaje
Gas (tanque o cilindro)	12.770	96,18
Gas centralizado	12	0,09
Electricidad	27	0,2
Leña, carbón	123	0,93
Otro (Ej. Gasolina, kérex o diesel etc.)	3	0,02
No cocina	342	2,58
Total	13.277	100

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

1.2.5 Migración interna y externa

La migración es un fenómeno social, que al igual que en todo el país está presente en el cantón Huaquillas, 548 personas han emigrado por motivo de trabajo.

Tabla 15. Índice de migración por motivo de viaje

Motivo del viaje	Hombre	Mujer	Total	Porcentaje
Trabajo	295	253	548	73,76
Estudios	48	20	68	9,15
Unión familiar	49	54	103	13,86
Otro	11	13	24	3,23
Total	403	340	743	100

Fuente: INEC, Resultados Censo de Población y Vivienda, 2010

Elaboración: Las Autoras

1.2.6 Indicadores de desarrollo humano y pobreza

Estos indicadores muestran el porcentaje de población dentro del cantón que tienen necesidades básicas insatisfechas. Como se puede observar en la siguiente tabla la mayoría de la población Huaquillense se encuentra sobre la línea de pobreza.

Tabla 16. Índice de pobreza

Familias y población											
Parroquia	Extrema pobreza			Bajo línea pobreza			Sobre línea pobreza			Total	Total
	Masc.	Fem.	Flia.	Masc.	Fem.	Flia.	Masc.	Fem.	Flia.		
Huaquillas	1.967	2.216	1.068	6.246	7.064	3.759	11.033	11.836	7.089	40.462	11.916
Total	1.967	2.216	1.068	6.246	7.064	3.759	11.033	11.836	7.089	40.462	11.916

Fuente y Elaboración: Base de datos del Registro Social, 2011

1.3 ÁMBITO ECOLÓGICO TERRITORIAL

1.3.1 Condiciones ambientales

1.3.1.1 Residuos sólidos

El manejo, tratamiento y reciclaje de la basura son temas que merecen de una especial atención, ya que influyen de forma directa sobre el medio ambiente, la forma de vida de las personas y su salud en general. El reciclaje no sólo ayuda a conservar los recursos naturales, también disminuye la cantidad de residuos y contribuye a reducir la contaminación y la demanda de energía mediante la ejecución de un programa de reciclaje.

En lo referente al manejo integral de los desechos sólidos, el cantón Huaquillas es deficiente en cuanto al mismo por esta razón no responde a las necesidades del medio ambiente.

El crecimiento de la población y concentración en áreas urbanas, el aumento de la actividad comercial y el incremento en los patrones de consumo, contribuyen al serio problema de la generación de los residuos sólidos en la ciudad de Huaquillas y sus parroquias, cuyo manejo incorrecto incide directamente en la degradación ambiental.

La falta de ordenanzas e ineficaz control de la aplicación de las pocas ordenanzas vigentes, el incorrecto manejo técnico de rutas de recolección de los residuos tóxicos y peligrosos, la baja cobertura del sistema de aseo urbano (se recoge el 60 % de los desechos producidos en la ciudad), y la escasa atención a los asentamientos marginales, agravan el problema del cantón, que produce 18,04 ton de residuos por día.

A pesar de que el municipio a través del departamento de Saneamiento Ambiental e Higiene del cantón trabaja por mantener limpia la ciudad, se observa basura en las calles y a orillas del canal Zarumilla, a la altura del Puente Internacional Fronterizo, lo cual es un foco de infección, ya que se ha convertido en un depósito de basura debido a que la ciudadanía no coopera por falta de información y educación.

1.3.2 Ecosistemas

Un ecosistema es un ambiente natural como selvas, bosques o espacios naturales. Huaquillas como una pequeña porción de bosque seco se encuentra dentro de la reserva ecológica Arenillas, el cual cuenta con un estimado de 20 km². Dentro de esta reserva se puede encontrar una rica avifauna con exuberante vegetación en invierno formando parte de una pequeña extensión de manglar.

1.3.2.1 Flora

Respecto de la flora, se pueden encontrar especies tales como: ceibo, guayacán, palo santo, faique amarillo, laurel, pechiche, algarrobo, botoncillo y entre los frutales el mango, papaya, guayabos, tamarindos, ciruelas y almendros.

En las áreas próximas a los salitrales se encuentran plantas mayormente *halófitas* como el manzanillo y el mangle blanco.

En la sabana o pampa se encuentran arbustos pequeños como el *overal* o *moyuyo*, el arrayán, los cactus y el algarrobo. En forma esporádica también se encuentra uno que otro ejemplar de ceibo.

En el área urbana se cultivan varias especies ornamentales, a partir de labores especiales de mejoramiento y preparación de suelo. En cuanto a la flora marina la especie predominante es el mangle.

1.3.2.2 Fauna

La fauna está constituida por 123 especies de la cuales 55 son endémicas. Entre las especies de aves de la zona podemos encontrar golondrinas, garrapateros, loros, pavas de monte, garzas, lechuzas, cigüeñas, pájaros carpinteros, tilingo, petirrojo, picaflor, gavián, paloma y como ave de rapiña el gallinazo. Y en cuanto a mamíferos existen venados, ardillas, zorros, cuchuchos, murciélagos.

Entre los reptiles existen diferentes variedades de serpientes como la coral, la lisa, la mataballo. Existen también lagartijas iguanas y ranas, y entre los quirópteros, el murciélago.

Entre los insectos se destacan las mariposas, las avispas, las abejas, caballo del diablo, salta montes, langostas, comadrillas y chicharras. Las ratas y los ratones se constituyen

en las principales plagas domésticas, mientras que el venado y el zorro se distinguen como especies propias de la zona de reserva.

En los esteros y los ríos Arenillas y Zarumilla, predominan como especies piscícolas y de río, el bagre, la lisa, la tilapia, el tambulero y el guanchinche; así como también el camarón, el cangrejo y la concha, cuya pesca se realiza de manera comercial y artesanal en los manglares aledaños a la población de Huaquillas. Entre las aves predominan las garzas, gaviotas, patillos y patos cuervos como especies acuáticas.

1.3.3 Seguridad

En el cantón Huaquillas la población vive un alto nivel de inseguridad esto debido al contrabando de combustible, asesinatos bajo la modalidad de sicariato, asaltos y robos debido a la presencia de pandillas que pernoctan en la frontera, lo que les permite cruzar el límite fronterizo fácilmente para evitar así los procedimientos y sanciones legales ecuatorianas. Otro de los problemas es la presencia de falsos tramitadores, quienes solicitan a los turistas tasas de ingreso al Ecuador, cobran hasta 100 dólares por cruzar el puente entre Aguas Verdes (Perú) y Huaquillas (Ecuador).

En el canal internacional Zarumilla que divide a Perú de Ecuador, diariamente se observan vehículos haciendo filas para ser cargados con fundas negras para basura llenas de combustible ecuatoriano, las mismas que son colocadas en las cajuelas de vehículos peruanos realizando así el contrabando del mismo. Según menciona (ECUAVISA, 2012) Se conoce como "abastecimiento de hormiga" quienes compran en Ecuador el galón de combustible en 1.20 dólares y en Perú lo pueden vender hasta en seis dólares.

Para tratar de erradicar la inseguridad del cantón se ha implementado el sistema de cámaras de seguridad en los lugares más inseguros de Huaquillas. Gracias a las filmaciones de estas, se podrá identificar las horas en que se comete los delitos e identificar a los responsables, contra quienes se iniciaran acciones legales con un sustento visual.

Por otro lado la policía turística municipal fue capacitada para la atención al turista, este proceso permitió que los policías de turismo puedan acceder a los aprendizajes que fortalecen sus capacidades para dirigir, informar y orientar a los turistas que visitan la ciudad.

1.4 ÁMBITO ECONÓMICO PRODUCTIVO

1.4.1 Sector productivo primario

(Sectores Productivos, 2008) menciona:

El sector productivo primario comprende las actividades de extracción directa de bienes de la naturaleza, sin transformaciones. Normalmente se entiende que forma parte del sector primario la minería, la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la pesca. El cantón Huaquillas es un centro urbano eminentemente comercial, razón por la cual la producción agrícola no tiene un gran desarrollo.

1.4.1.1 Agricultura

En este sector se da el cultivo de frutas tropicales como lo son: piña, mango, papaya, ciruelo, maracuyá, guayaba, guanábana, cocos (dátiles), etc. Y el cultivo de hortalizas del tipo tallo y bulbos como: cebolla blanca, cebolla colorada, ajo, etc.; hortalizas en repollo y especies análogas: col, lechuga, nabo, espinaca, coliflor, espárrago, etc.; hortalizas que dan fruto: tomate riñón, pepinillo, etc.

1.4.1.2 Pesca

En el cantón Huaquillas el sector productivo primario se concentra en la producción pesquera, diariamente decenas de pequeñas embarcaciones operan por aguas territoriales. El nivel económico del sector pesquero es bajo pues los ingresos que logran por el trabajo de recolección de conchas, cangrejos y pesca lo obtienen de acuerdo a la cantidad de unidades recolectadas diariamente o de acuerdo a las faenas que realicen a la semana.

(Hualpa, 2009) Según el Plan de Manejo de Manglares de Hualtaco señalan que:

En la pesca los principales tipos de peces capturados corresponden a especies que son propias de la zona como: pampano, lisas, caritas, pargo, cachema, picudo, rayas, roncós y Leonor, el camarón silvestre es también un producto que se obtiene pero solo en los meses de junio y julio que son meses con un clima frío para la zona. Los ingresos económicos que se obtienen de la pesca en cada faena parten desde los 15 y 55 dólares.

a) Recolección de cangrejos

La recolección de cangrejos corresponde al (*Ucides occidentalis*) que es el cangrejo rojo. Las faenas van a partir de 4 a 6 horas en marea baja, por lo general se logra recolectar en promedio de 60 unidades de los mismos, los cuales luego son vendidos en sartas que pueden constar de 12 a 15 unidades cada una, y su precio puede variar de \$8 a \$10 por cada sarta. Al igual que las conchas el cangrejo también está disminuyendo por problemas ambientales.

b) Recolección de conchas

Los moluscos que se recolectan en esta zona son concha negra (*Anadara tuberculosa*), concha macho (*anadarasimilis*) y concha pata de mula (*anadaragrandis*) concha negra (*Anadara tuberculosa*), concha macho (*anadarasimilis*) y concha pata de mula (*anadaragrandis*) las que por sobreexplotación y la contaminación existente se encuentran en peligro de extinción. Los ingresos generados por la recolección de concha se determinan de acuerdo a la cantidad de conchas recolectadas, siendo \$15 aproximadamente el valor de un ciento de estas.

Con respecto al tiempo de las faenas para la recolección de conchas y cangrejos el tiempo de trabajo es de 4 a 6 horas que va desde dos a siete días a la semana. Para el caso de la pesca el horario es el mismo y lo desarrollan en el día o noche tomando en cuenta épocas de aguaje o quiebra, que generalmente corresponden a días en que las corrientes de agua acarrear cardúmenes importantes de peces, lo que significa buen tiempo para la pesca, sin embargo este es un indicador variable ya que se dan casos que en estas épocas la pesca no es buena. Los productos de las faenas de recolección y pesca son vendidas mediante contratos anticipados a intermediarios ecuatorianos y peruanos en Puerto Hualtaco y Huaquillas. De acuerdo a las versiones de los pescadores las actividades productivas han decrecido a tal punto que no llegan a cubrir gastos básicos de inversión como: combustible, transporte, herramientas o aparejos y demás insumos; menos aún para gastos de sus hogares.

1.4.2 Sector productivo secundario

(Sectores Productivos, 2008) Menciona que:

El sector productivo secundario son las actividades que implican la transformación de alimentos y materias primas a través de procesos productivos. La elaboración de alimentos mediante el maceramiento, hojaldrado o pulimento de granos y cereales partidos, triturados o aplastados forman parte de este sector y son una de las actividades que se realizan en el cantón Huaquillas, así mismo la producción de pescado y filetes de pescado, incluso pescado picado, trozado o molido, fresco, refrigerados o congelados.

En el cantón Huaquillas también se elaboran productos industriales como: sábanas, toldos, ladrillos entre otros, los principales demandantes de estos productos son Perú y Guayaquil.

La pequeña industria también está presente por ejemplo la que produce bloques y hielo, la producción de estos se comercia dentro y fuera del cantón, debido a que se consume el hielo de manera masiva para la cosecha de camarón.

La producción de ladrillos es muy importante para el cantón ya que se comercializa tanto a nivel local como para la provincia de El Oro y Cuenca. Algunos productores de ladrillos usan leña y gas, la leña se trae desde el cantón Arenillas para producir los ladrillos, esta producción se realiza por temporada, porque la zona es afectada por inundaciones en período de lluvia. Luego de la elaboración de los ladrillos se aprovecha

de los huecos generados por la producción de los mismos para reciclaje de basura, o se los utiliza como piscinas para criar tilapias.

1.4.3 Sector productivo terciario

(Sectores Productivos, 2008) Indica que:

Este sector engloba actividades que utilizan distintas clases de equipos y de trabajo para atender las demandas de transporte, comunicaciones, actividades financieras además de las que generan servicios como electricidad, gas y agua, construcción y obras públicas, comercio, hoteles bares y restaurantes, transporte, almacenamiento, comunicaciones etc.

1.4.3.1 Comercio

Para el cantón Huaquillas el comercio es la principal fuente de ingresos. Sin duda los mercados son los lugares en donde se concentran gran cantidad de personas para obtener productos a cambio de una retribución. La función que tienen estos, es la de acercar los productos a los consumidores al mejor precio posible con la mejor calidad y en forma inmediata. En el Cantón Huaquillas, este intercambio es realizado en gran medida a través del comercio informal.

El comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y/o servicios en la sociedad. En general se aplica al comercio ambulante, es decir las personas que se ubican en las veredas vendiendo cosas sin comprobante de venta o factura.

Este cantón cuenta con una gran cantidad de comerciantes que realizan esta actividad al por mayor y al menor, todo tipo de productos: víveres, materiales de construcción, medicamentos, electrodomésticos, herramientas, vehículos, etc. Según un censo del Municipio local, en este cantón hay alrededor de cuatro mil locales que ofrecen artículos nacionales y peruanos, demanda que se incrementa en diciembre. Huaquillas es el segundo cantón oreense con auge y versatilidad comercial, después de Machala.

Según informe (Macas, 2008):

Los feriados y fiestas que se celebran a fines de año son los que demandan el traspaso de una gran cantidad de mercadería desde Perú hasta el interior del país y la mayoría evita el pago de impuestos. En este cantón se registra que alrededor de 300 locales emiten facturas, mientras que el resto es calificado como informal, donde se incluye a 30 organizaciones gremiales.

El canal internacional que divide a las naciones de Ecuador y Perú entre las poblaciones de Huaquillas y Aguas Verdes es el paso de mercaderías peruanas al mercado nacional. Diariamente los “carretilleros” cruzan el puente con ropa, zapatos, productos naturales, materiales de bisutería, cebolla, naranja y otras hortalizas que son comercializados al interior del país.

Por el otro lado la situación que vive diariamente el comercio en Aguas Verdes es la ausencia de una oficina de Superintendencia Tributaria lo que permite el paso ilegal de mercaderías hasta Ecuador, esta mercadería procede de Lima, Chiclayo y Trujillo sin

pagar los impuestos correspondientes. Según los comerciantes formales de Aguas Verdes un promedio de 30 camiones arriban a diario a esta ciudad con mercadería procedente del sur del país, la mayoría llega en las madrugadas y luego es trasladada en carretillas por pasos informales de la frontera con Ecuador.

1.4.3.2 Transporte

La infraestructura de apoyo es un componente importante de todo proyecto de turismo. El turismo incrementa la demanda de infraestructura local de transporte, y de varios servicios públicos que generalmente son responsabilidad del gobierno local. Al no tener una adecuada coordinación y planificación, la demanda de servicios puede exceder su capacidad, con resultados negativos tanto para los residentes como para los turistas.

La infraestructura de transporte es de gran importancia ya que hace posible la conexión entre todos los puntos de un lugar, representa por lo general uno de los primeros servicios solicitados por un turista.

Existen dos tipos de transporte que son: terrestre y marítimo, referente a la tipología terrestre se diferencian las rutas locales, intercantonales, interprovinciales e internacionales.

En lo que se refiere a transporte interno se destacan 10 compañías que brindan este servicio, se mencionan dentro de este grupo medios de transporte como: buses de transporte urbano, taxis y mototaxis. Las mototaxis son permanentes y su precio por el servicio es cómodo sin importar la distancia de recorrido (Anexo No.2).

En la siguiente tabla se muestra el número de compañías de acuerdo a su tipo de traslado.

Tabla 17. Tipo de traslado

Tipo de traslado	Número
Local	7
Intercantonal	1
Interprovincial	6
Interprovincial, intercantonal	4
Local, intercantonal, interprovincial	1

Local, intercantonal, interprovincial, internacional	1
Intercantonal, interprovincial, internacional	3

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Huaquillas está conectado tanto a nivel local, cantonal, provincial e internacional demostrando así que es un punto de conexión y de fácil acceso.

El transporte marítimo se lo utiliza como conexión entre puerto Hualtaco y las comunidades como: San Gregorio, Costa Rica, Bellavista, Las Huacas, Puerto Bolívar, Puerto Jelí y Jambelí. También se utiliza este medio de transporte para la recolección de mariscos. Cabe mencionar que ninguna de las compañías de mototaxis del cantón tiene los permisos legales de funcionamiento, pero los dirigentes de las mismas han manifestado que los documentos legales están en trámite.

1.4.3.3 Turismo

El cantón Binacional Huaquillas, es un lugar de múltiples oportunidades, entre las que se destaca: comercio, manglar, playa, historia, deporte etc. En este cantón se puede encontrar varias alternativas de esparcimiento como: complejos turísticos, bares, restaurantes, hoteles, hostales, hosterías, discotecas, estadios, parques, canchas de deportes, además el cantón cuenta con todos los servicios básicos, y las facilidades turísticas complementarias como; farmacias, tiendas de abarrotes, almacenes de artesanías, laboratorios fotográficos, agencias de viajes, correo, telefonía fax, Internet.

1.5 POLÍTICO ADMINISTRATIVO

1.5.1 Estructura política administrativa de la institución pública

La municipalidad de Huaquillas está dirigida por el Alcalde Abogado Manuel Aguirre Piedra, y su equipo de trabajo consta de 7 concejales.

Tabla 18. Marco institucional

Consejo cantonal				
Alcaldía		Director del departamento	Departamentos	
Abg. Manuel Aguirre				
Secretario del consejo	Ing. Jorge Preciado			
	Jefatura de personal	Departamento financiero	Econ. Christian Castillo Córdova.	Contabilidad
Avalúos y catastros				Arq. Freddy Granda Arbeláez.
Rentas				Víctor Oviedo Moreno
Tesorería				Ing. Ernesto Bravo Rodríguez.
Bodega				Tnlg. Patricio Ruiz Luzuriaga.
Obras públicas		Ing. Marta Gadvay		
Planificación		Arq. Cesar Campoverde	Jefatura de proyectos	Arq. Eltón Carrión
Higiene ambiental		Ing. Héctor Jiménez	Comisaría de higiene	Tnlgo. Fredy Chica
			Comisaría municipal	Sr. Luis Muso
Departamento médico			Dr. José olmedo Ávila	
Dirección de educación cultura y deporte		Lcdo. Vicente Ágreda Aguirre	Secretario	Sr. Ángel Cueva Torres
Promoción social y desarrollo humano			Ab. Carlos Alfredo Tamayo Moreno	
Unidad de turismo		Ing. César Villagómez	Secretaria	Lcda. María Ordóñez
Asesoría jurídica	Dr. Walter Celi			

Fuente: Investigación de campo 2011

Elaboración: Las Autoras

1.5.2 División política del cantón

Huaquillas, está dividida en 5 parroquias urbanas y 43 barrios o ciudadelas. Las parroquias urbanas son: El Paraíso, Ecuador, Milton Reyes, Puerto Hualtaco y Unión Lojana.

Tabla 19. Parroquias y ciudadelas

Parroquia	Ciudadelas
Unión Lojana	Alborada
	Nuevos Horizontes
	Campos Verdes
	Complejo Residencial Rubí
	El Dorado
	Los Ceibos
	Jaime Roldós
	F. Daquilema
	La Floresta
	Las Orquídeas
	Los Girasoles
	Los Vergeles
	Lotización Los Ángeles
	Luz y Vida
	Manuel Aguirre
	San Francisco
	Unión Lojana
	Urdeza
	8 de Septiembre
	12 de Octubre
16 de Julio	
Milton Reyes	Juan Nuñez
	El Cisne
	Juan Montalvo
	Las Brisas del Sur
	Milton Reyes
	Miraflores
	Primero de Mayo
	9 de Octubre
	24 de Mayo
El Paraíso	El Carmen
	El Paraíso
	La Primavera
	Los Artesanos
	Nueva Aurora
	Rumiñahui
	Unión y Progreso
Hualtaco	Abdón Calderón
	Brisas de América
	Brisas del Mar

	Choferes Sporman
	Jambelí
	Las Américas
	Luz del Mundo
	San Gregorio
	Simón Bolívar
	Puerto Hualtaco
Ecuador	Ecuador
	José Mayón
	Las Amazonas
	Las Mercedes
	Los Israelitas
	Martha Bucaram
	18 de Noviembre

Fuente: HUAQUILLAS GOBIERNO AUTÓNOMO/ administración 2009-2014;
 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Huaquillas, 2011. Huaquillas - El Oro – Ecuador
Elaboración: Las autoras

1.5.3 Mapeo de actores que conforman la cadena de valor turística

Tabla 20. Mapeo de actores

NO.	INSTITUCIONES PÚBLICAS	NO.	INSTITUCIONES PRIVADAS	NO.	OTRAS
1	Municipalidad	4	Instituciones Bancarias	2	Asociación de Ganaderos
1	Subjefatura de tránsito	1	Cámara de Turismo	1	Asociación de Artesanos y Operarios
1	Juzgado de lo civil El Oro	1	Cámara de Comercio	17	Asociación de Comerciantes
1	Cuerpo de Bomberos Huaquillas	25	Establecimientos de Alojamiento	1	Asociación de Artistas
1	Defensa civil	31	Establecimientos de A&B	1	Asociación de refresqueros
1	Hospital	4	Agencias de viajes	1	Asociación de naranjeros
4	Subcentros de Salud	1	Círculo de periodistas y afines de Huaquillas	3	Asociación de expendedores de carne
1	Control integrado Huaquillas Policía Nacional			2	Asociación de cambiadores de moneda
1	Comisaría Nacional de Policía de Huaquillas			1	Asociación de propietarios de comedores
1	Consejo cantonal de la niñez y adolescencia			1	Asociación de mecánicos

1	Notaria Pública del cantón Huaquillas			1	Asociación de maestros de construcción
1	Registro de la propiedad			1	Asociación de panificadores
1	Correos del Ecuador			1	Asociación de frutas y anexos 28 de septiembre
1	Cruz roja de Huaquillas			1	Asociación de propietarios de servicio depósitos y anexos Frontera Sur
1	Fiscalía de Huaquillas			1	Asociación de Faenadores Los Líderes
1	Oficinas de telefonía pública			1	Asociación de fotógrafos
1	Ministerio de Inclusión Económica y Social			1	Asociación Ecuaflore
1	Banco Nacional de Fomento			1	Asociación de Importadores, exportadores, expendedores de carne
				1	Asociación de productores de camaróneras
				1	Asociación de técnicos en electrónica
				1	Asociación de periodistas
				1	Asociación de hoteleros Huaquillas
				1	Asociación de secretarios
				2	Asociación de mariscos
				1	Sindicato de trabajadores de embarque y desembarque de frutas
				4	Cooperativas de taxis
				1	Cooperativas de buses urbanos
				2	Cooperativa de camionetas
				1	Cooperativa de materiales de construcción
				1	Cooperativa de producción pesquera artesanal
				14	Cooperativas de transporte
				7	Cooperativas de mototaxis
				1	Cooperativa de transporte pesado
				1	Fundación San Juan Bosco

Fuente: HUAQUILLAS GOBIERNO AUTÓNOMO/ administración 2009-2014;
 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Huaquillas, 2011. Huaquillas - El Oro – Ecuador
Elaboración: Las autoras

CAPITULO II

POTENCIAL TURÍSTICO

El Turismo constituye hoy en día una de las estrategias fundamentales de desarrollo de los países. La Organización Mundial de Turismo (OMT) destaca que en este siglo, la industria turística y de ocio será considerada como el primer sector de la economía mundial.

La (UNWTO, 2012)¹ menciona:

En muchos países, el turismo actúa como un motor de desarrollo a través de la entrada de divisas y la creación de empleo directo e indirecto. El turismo aporta el 5% del PIB mundial y representa el 6% de las exportaciones de servicios mundiales. Es además el cuarto sector exportador, después del petróleo, los productos químicos y la automoción. El turismo representa 235 millones de empleos, o sea uno de cada doce empleos en el mundo.

Las llegadas internacionales han aumentado algo más de 4%, pasando de 939 millones en 2010 a 982 millones en 2011, año caracterizado por el estancamiento de la recuperación económica global, cambios políticos relevantes en Oriente Medio y África del Norte, y catástrofes naturales en Japón.

El turismo, en muchos países en desarrollo y menos adelantados, es la opción de desarrollo económico más viable y sostenible y, en algunos de ellos, la principal fuente de entrada de divisas. Parte de estos ingresos revierte en diferentes grupos de la sociedad y, si el turismo se gestiona centrándose prioritariamente en la atenuación de la pobreza, puede beneficiar directamente a los grupos más pobres mediante el empleo de la población local en empresas turísticas, el suministro de bienes y servicios a los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, etc., con el consecuente impacto positivo en la reducción de la pobreza.

Se ha producido una diversificación sustancial de los destinos, y muchos países en desarrollo han registrado un incremento significativo de las llegadas de turistas. Las llegadas a los países en desarrollo fueron el 46% del total de llegadas internacionales en 2011. El turismo se ha convertido en un actor protagonista de la economía de los países en desarrollo.

Una de las ventajas que tiene Ecuador como país en vías de desarrollo, es que el turismo tiende a incrementar gracias al enorme valor que factores como: paisaje, clima, cultura, tradiciones, arte y biodiversidad le aportan para así diferenciarse de los países desarrollados. Por ello es importante que en cantones como Huaquillas, se trabaje para el desarrollo y valorización de la riqueza tanto natural como cultural que poseen.

En la presente investigación se realiza un diagnóstico del cantón Huaquillas en el cual se identifican los puntos fuertes y débiles, las situaciones de riesgo como la inseguridad ciudadana, el contrabando de combustible que afectan el proceso de desarrollo, esta investigación permitió plantear estrategias basadas en el Plan de Turismo Ecuador 2020, Plan de desarrollo turístico territorial de la zona 7 del Ecuador (POTT), Plan Cantonal de Huaquillas y en el diagnóstico realizado, que son una herramienta que permitirá el

¹UNWTO United Nations World Tourism Organization

ordenamiento turístico del cantón y a la vez promover el desarrollo socioeconómico del mismo.

La construcción del producto turístico, es de vital importancia en esta actividad la cual debe estar planificada de manera íntegra y complementaria entre los diversos actores, tal como menciona, (Ogando P. Mamaní, E. Faría, R., , 2006):

El producto turístico está formado por un agregado de infraestructuras, equipamientos, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y referencia. La competitividad de un producto turístico está condicionada por la competitividad agregada de todos sus componentes.

La comunidad Huaquillense no reconoce los atractivos como tales, por esta razón es que existe un desinterés por parte de la misma. El potencial de Huaquillas es ser un cantón fronterizo que se destaca por la actividad comercial, pero al no existir un comercio planificado éste no funciona como tal.

La Unidad de Turismo Municipal representada por el Director Ing. Cesar Villagómez y la Cámara de Turismo dirigida por la presidenta Lic. Maribel Cevallos, son de gran apoyo para la actividad turística del cantón, los mismos que trabajan constantemente por el beneficio y desarrollo de la comunidad.

La visión que tiene el municipio de Huaquillas está basado en promover el desarrollo local, desarrollar al cantón con la finalidad de ser considerado como un principal centro de producción y comercialización, fomentar en la ciudadanía la identidad cultural de Huaquillas, conociendo, rescatando y valorando las costumbres, cultura, y tradiciones educativas, religiosas, y deportivas.

Además el interés del Municipio es:

- Fomentar el desarrollo local sostenible en el marco del Acuerdo Amplio Peruano Ecuatoriano de Integración Fronteriza, desarrollo y vecindad con énfasis en el Ecoturismo, comercio fronterizo y cultura en beneficio de la comunidad cantonal.
- Precautelar el patrimonio turístico del cantón Huaquillas, con sujeción a las normas establecidas en la ley.
- Controlar y vigilar las actividades que realizan los establecimientos turísticos dentro del cantón Huaquillas, así como precios y tarifas de acuerdo a su categorización.
- Desarrollo y mejora de actividad turística en Huaquillas mediante la realización de un Plan estratégico Cantonal de Turismo.
- Promover y difundir a la ciudadanía en general una concienciación ambiental, apoyando las necesidades de cada uno de los Huaquillenses.

Se puede observar que el sistema turístico cuenta con los recursos necesarios para el desarrollo local los mismos que están dirigidos a la infraestructura hotelera, de alimentos y bebidas y los recursos turísticos que posee el cantón, si se logra un trabajo unánime entre los representantes de las entidades se obtendrá como resultado un actividad turística organizada, que permita el desarrollo de la misma.

2.1 METODOLOGÍA

La Metodología planteada para este capítulo es la siguiente:

Método Científico, el cual se ha basado en la obtención de información mediante, conceptos, definiciones, hipótesis, variables e indicadores, los mismos que han sido una herramienta fundamental de trabajo en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Huaquillas. En síntesis, el procedimiento que se llevó a cabo para la obtención de información es el siguiente:

- Fuentes de información primaria, este corresponde al tipo de observación documental, el mismo que fue realizado mediante escritos tales como libros, documentos académicos, actas o informes, revistas, etc.
- Fuentes de información secundaria como: encuestas a propietarios de establecimientos prestadores de servicios, establecimientos educativos, establecimientos de salud y comunidad. Las encuestas han sido aplicadas mediante preguntas que miden diversos indicadores y a través estos se ha logrado determinar la problemática del cantón Huaquillas. Se realizó entrevistas al Director de Turismo del cantón, y al Director Administrativo de la Municipalidad de Huaquillas con la finalidad de recopilar información de acuerdo a sus criterios en base a lo requerido para este Plan.
- Mapa de Huaquillas, para poder determinar así la localización geográfica de cada uno de los atractivos del cantón y a la vez realizar la visitas in situ.
- Proyectos a nivel nacional, regional y local como PLANDETUR 2020, Plan del buen vivir, POTT de la zona 7 y POA del cantón Huaquillas.
- Información de estadísticas y censo 2010, de oficina de turismo gubernamental de Huaquillas, del Ministerio de Turismo.
- Visitas in situ para cada atractivo, infraestructura turística, comunidades e instituciones.

2.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.2.1 Planta turística

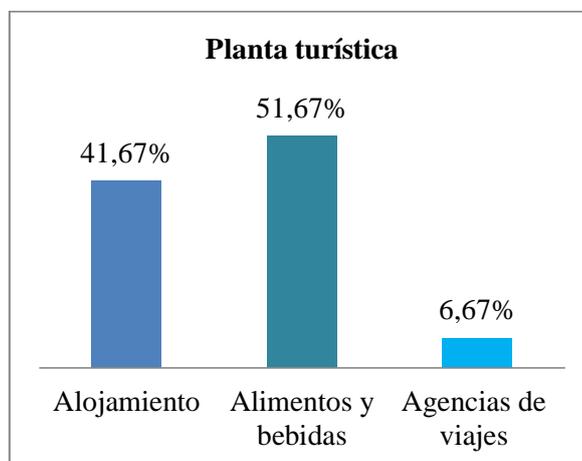
La planta turística tal como señala (Castro, 2010):

Es el elemento conocido como la estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. Su importancia radica en que es la encargada de atender

y satisfacer todas las necesidades y deseos de los turistas. La infraestructura turística comprende alojamiento, alimentación, esparcimiento, y otros servicios.

Es decir, la planta turística es un subsistema de gran importancia, que el turismo necesita para que este pueda funcionar dentro de una localidad, siendo así la base fundamental para sostener sus estructuras sociales y productivas.

Gráfico 2. Composición de la planta turística de Huaquillas



Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

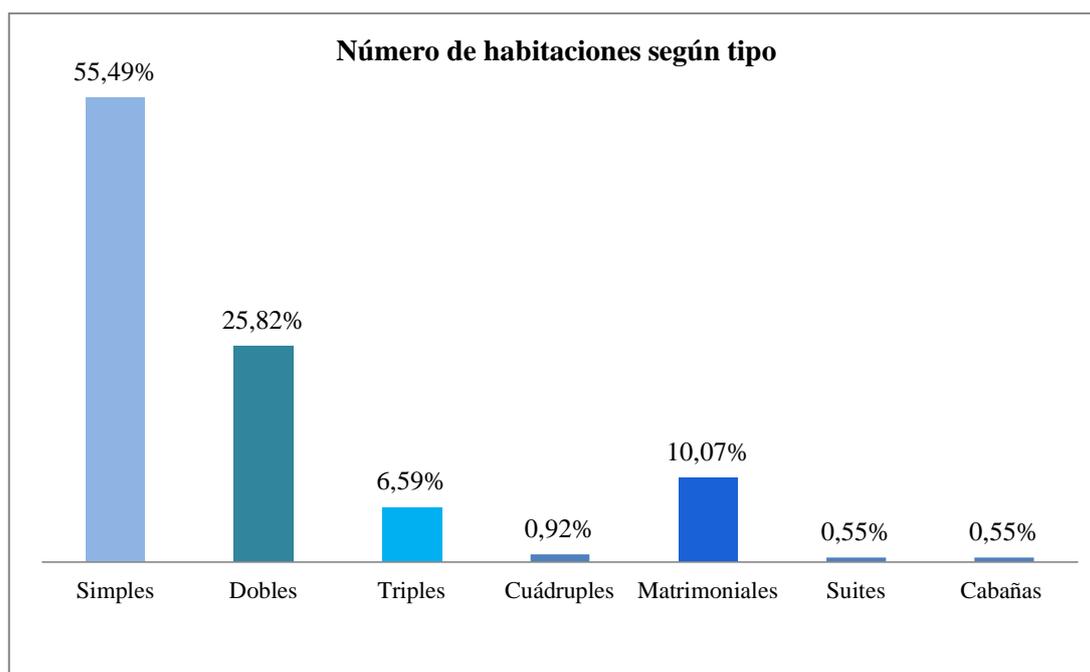
2.2.1.1 Alojamiento

Los establecimientos de alojamiento se encuentran organizados por la Cámara de Turismo, la cual actúa como su representante.

Para el análisis de la oferta hotelera del cantón se lo realizó en base al catastro turístico cantonal 2011, (Anexo No.3). Además se hizo un levantamiento de información acerca de la ubicación de los establecimientos, la calidad del hospedaje, servicios que ofrecen, tecnología y servicios básicos que disponen, total de plazas a nivel del cantón, conocimiento acerca de servicio al cliente y capacitaciones brindadas al personal.

Huaquillas al ser eminentemente comercial se perfila como un cantón en el cual los visitantes acostumbran a pernoctar por la actividad comercial existente, el porcentaje de ocupación del mismo es del 40% según el Director del Departamento de Turismo del Municipio de Huaquillas, en total se registraron 841 plazas disponibles, las que corresponden a 25 establecimientos de alojamiento de tercera, segunda y primera categoría, compuestos por hoteles, hostales, residencias, pensiones, centros turísticos y moteles.

Gráfico 3.



Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

a) Tecnología que disponen

La utilización de la tecnología en los establecimientos turísticos facilita la gestión diaria del alojamiento, (Figuroa Cristina, Talón Pilar, 2006) afirma:

Todas aquellas empresas para las cuales la gestión de información es una prioridad, como es el caso de las empresas turísticas, utilizan como mínimo, un ordenador y otros elementos tecnológicos ya que, cada vez en mayor medida, el método más económico de procesar información en un tiempo oportuno y con calidad suficiente, es la tecnología y más en concreto las tecnologías de información y la comunicación (TICs).

Debido a la importancia que tienen las TIC's dentro de la planta turística una parte de la encuesta esta dirigida a conocer su uso. (AnexoNo.4)

La tecnología con la que cuentan los establecimientos hoteleros se detalla en porcentajes en la siguiente tabla. Los porcentajes de cada variable que se muestran a continuación en las tablas, van en relación al 100% del total de la infraestructura hotelera existente. Por ejemplo del 100% de establecimientos el 32% tiene conmutador² etc.

² Conmutador: Conocido también como "switch", el conmutador es un aparato que interconecta dos o más segmentos de una misma red para el enlace de datos, funcionando como un puente.

Tabla 21. Tecnología que disponen

Tecnología que disponen	Porcentaje del total
Conmutador	32
Teléfono	64
Fax	28
Equipos audiovisuales	92
Computadores	44
Equipos de seguridad	40
Música ambiental	20

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Esta tabla muestra que la mayoría de los establecimientos hoteleros cuentan con equipos audiovisuales y con teléfono, los mismos que son utilizados a diario por la importancia dentro de la actividad hotelera.

b) Calidad del servicio

En lo referente a la calidad que brindan las habitaciones se establece los siguientes porcentajes de acuerdo a ciertas variables planteadas:

Tabla 22. Calidad del servicio

Calidad del servicio	Porcentaje del total
Camas confortables	100
Habitaciones limpias	92
Línea blanca limpia	96
Iluminación suficiente	88
Tv cable	100
Baño privado	100

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Los establecimientos hoteleros ofrecen una adecuada calidad de servicio en las habitaciones, ya que cuentan con las características necesarias para brindar un servicio de alojamiento confortable.

c) Servicios básicos

Los servicios básicos, en un centro poblado, barrio o ciudad son las obras de infraestructura necesarias para una vida saludable. Entre otros son reconocidos como servicios básicos: el agua, energía eléctrica, teléfono e internet. Estos son fundamentales en una entidad turística debido a que satisfacen las necesidades primordiales de un turista.

Para conocer los servicios básicos con los que disponen estos establecimientos y a la vez su eficacia. En la siguiente tabla se muestra los porcentajes correspondientes:

Tabla 23. Servicios básicos

Servicios Básicos	Porcentaje del total
Agua	100
Abastecimiento de agua	100
Energía eléctrica	100
Apagones de energía eléctrica	16
Teléfono	76
Teléfono interrumpido	44
Internet	52

Fuente: Investigación de campo 2011

Elaboración: Las Autoras

Todos los establecimientos cuentan con los servicios de agua potable y energía eléctrica que son dos de los cuatro servicios básicos primordiales para el funcionamiento de la actividad, el teléfono y la internet están ausentes por la falta de gestión por parte de los propietarios y debido a la comodidad que se obtiene con el uso del celular.

d) Servicios

Entre los servicios que cada establecimiento hotelero ofrece se han podido especificar los siguientes en términos porcentuales:

Tabla 24. Servicios

Servicios	Porcentaje del total
Servicio a la habitación (roomservice)	44
Llamadas internacionales	12
Traslados (transfer)	4
Cafetería	12
Restaurante	16

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

La mayoría de los establecimientos no prestan servicios adicionales, que son los que brindan una mayor calidad de servicio al cliente y generan una fuente de ingresos económicos adicionales a sus propietarios.

e) Variables del personal

Acerca del personal que labora dentro de cada establecimiento se ha podido determinar lo siguiente:

Tabla 25. Variables del personal

Variables del personal	Porcentaje del total
Utilizan uniforme	56
Reciben capacitaciones	72
Conocimiento acerca del servicio al cliente	76

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

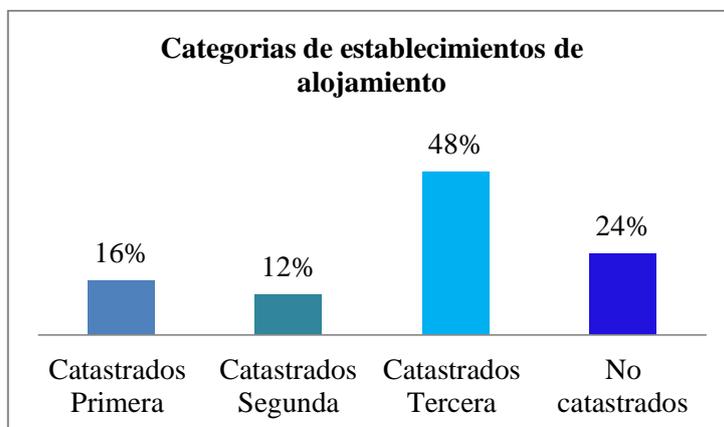
Gran parte del personal de los establecimientos de alojamiento tienen conocimiento acerca del servicio al cliente, esto se debe a las capacitaciones que reciben tanto los propietarios como los trabajadores de los mismos.

Sin embargo el desconocimiento de la administración turística por parte del personal operativo y administrativo resulta ser un obstáculo para el desarrollo del sector turístico, al igual que la resistencia al cambio en el aspecto tecnológico como en la infraestructura.

f) Establecimientos catastrados y no catastrados por el Ministerio de Turismo

En la siguiente gráfica, se muestra el número de establecimientos que se encuentran registrados en el catastro del Ministerio de Turismo 2011 y los establecimientos que aún no constan en el mismo. Demostrando que de los 25 establecimientos, los que están cumpliendo sus obligaciones y funcionando en forma legal son 19.

Gráfico4.



Fuente: Investigación de campo 2011

Elaboración: Las Autoras

2.2.1.2 Alimentación

Alimentos y bebidas abarca todo lo relacionado con el servicio gastronómico, es decir; son todos los establecimientos que de modo habitual y mediante precio proporcionan comidas y/o bebidas con o sin otros servicios de carácter complementario. Los restaurantes satisfacen múltiples necesidades y gustos alimenticios, algunos presentan características más populares que otros, sin que esto sea un obstáculo para no considerarlos de interés turístico, pues más bien en muchos casos la rusticidad propia de muchos de ellos, así como sus platillos y la forma en que son elaborados constituyen por su novedad para el turista, un atractivo adicional para comer en ellos.

Con respecto a la oferta de los establecimientos de alimentos y bebidas, se establece que existe una gran variedad de bares, restaurantes y comedores típicos que constan en el catastro cantonal ubicados en la zona urbana del cantón, al igual que en el hospedaje, se analizó la ubicación del establecimiento, la tecnología y servicios básicos que dispone, los servicios que ofrece, el conocimiento sobre servicio al cliente y si el personal recibe capacitaciones. En el trabajo de campo realizado (Anexo No. 5) se levantó información de otros establecimientos que no constan en el catastro y han sido tomados en cuenta para el diagnóstico (Anexo No.6). El resultado que se obtuvo a cerca de la capacidad a nivel cantonal es de 569 mesas y 2277 sillas, siendo éstos de varias categorías y precios.

a) Tecnología que disponen

En la siguiente tabla se detallan los porcentajes que corresponden a la tecnología que estos establecimientos disponen para la atención al cliente. Los porcentajes de cada variable que se muestran a continuación en las tablas, van en relación al 100% del total de establecimientos de alimentos y bebidas. Por ejemplo del 100% de establecimientos el 2,4% tienen conmutador etc.

Tabla 26.

Tecnología que disponen	Porcentaje del total
Conmutador	2,4
Teléfono	36,6
Fax	2,4
Equipos audiovisuales	95,1
Computadores	21,9
Equipos de seguridad	21,9
Música ambiental	70,7

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Esta tabla muestra que la mayoría de los establecimientos de A&B cuentan con equipos audiovisuales y música ambiental, los mismos que son utilizados diariamente dentro de esta actividad.

b) Servicios básicos

Para conocer los servicios básicos y su eficacia en la infraestructura de A&B. En la siguiente tabla se puede observar los porcentajes correspondientes:

Tabla 27.

Servicios básicos	Porcentaje del total
Agua	100
Abastecimiento de agua	100
Energía eléctrica	100

Apagones de energía eléctrica	24,4
Teléfono	46,3
Teléfono interrumpido	14,6
Internet	26,8

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Todos los establecimientos de alimentos y bebidas cuentan con agua potable y energía eléctrica que son servicios básicos primordiales para la actividad diaria, en pocos establecimientos se ofrece el servicio de teléfono e internet.

c) Variables del personal

Acerca del personal que labora dentro de cada establecimiento se ha podido determinar lo siguiente:

Tabla 28.

Variables del personal	Porcentaje del total
Utilizan uniforme	53,7
Reciben capacitaciones	31,7
Conocimiento acerca del servicio al cliente	68,3

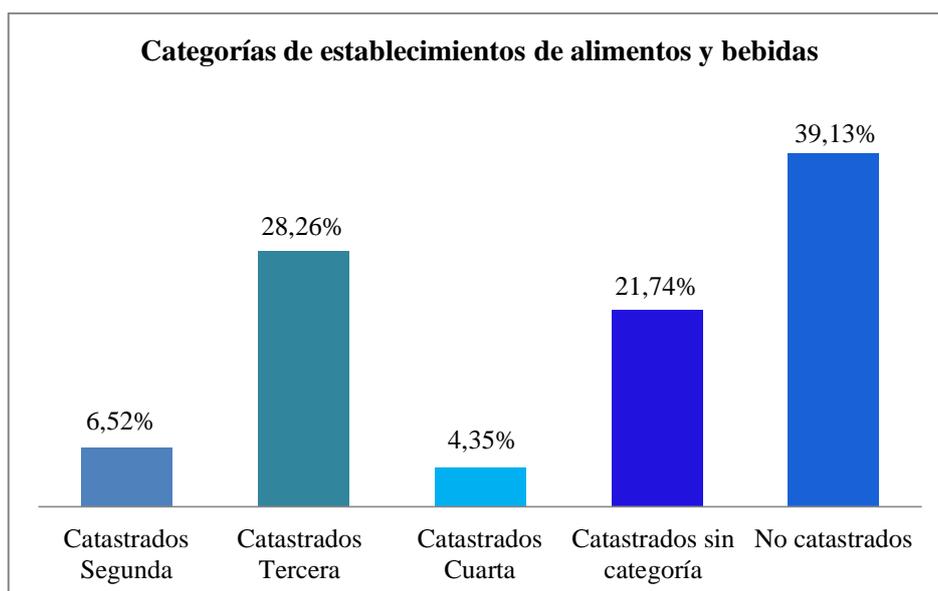
Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

La mayoría del recurso humano de los establecimientos de alimentos y bebidas, tienen conocimiento acerca del servicio al cliente, esto se debe a las capacitaciones que reciben tanto los propietarios como los trabajadores de los mismos o a la experiencia adquiridas en el transcurso de los años.

Dentro de las necesidades de los servicios básicos se encuentran el teléfono y la internet, el 68,3% del personal de A&B no ha recibido capacitación es por eso que se presenta como una necesidad primordial.

En la siguiente gráfica se muestra una comparación entre el número de establecimientos de A&B catastrados por el Ministerio de Turismo y los que aún no constan en el mismo pero de los cuales se levantó la información en la salida de campo.

Gráfico 5. Infraestructura de A&B



Fuente: Investigación de campo 2011

Elaboración: Las Autoras

Existen 46 establecimientos de A&B de los cuales 28 están catastrados y 18 no están catastrados.

2.2.1.3 Otros servicios

En lo que corresponde a otros servicios se tomó en cuenta las agencias de viajes con las que cuenta el cantón Huaquillas.

2.2.1.3.1 Agencias de Viajes

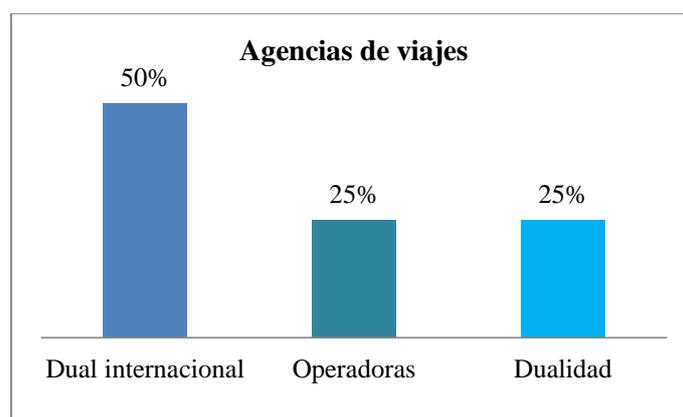
Según (CAPTUR, s/f):

Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

Para analizar el sector de agencias de viajes se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: reserva de plazas, emisión de tickets en medios de transportes locales e internacionales; reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, organización, entrega de información turística y difusión de material de propaganda (Anexo No.7).

Se analizaron 4 agencias de viajes en el cantón, las cuales están registradas en el catastro turístico.

Gráfico 6.



Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Las necesidades que presenta el sector agencias de viajes son las siguientes:

Tabla 29. Sector agencias de viajes

N°	Tipo	Observación	Necesidades
1	Agencias de viajes	No funcionan como agencias de viajes, son prestadoras de servicios de transporte.	Capacitación del personal, legalizar los permisos de funcionamiento.

Fuente: Investigación de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Es necesaria una recategorización de las agencias de viajes y a la vez realizar un control constante sobre las actividades que realizan las mismas.

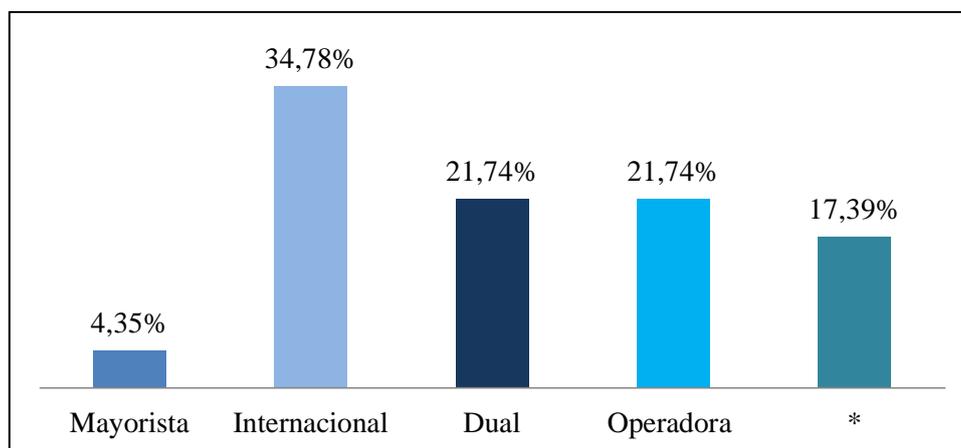
a) Investigación de mercado de las agencias de viajes de la zona 7

Este estudio se hizo a nivel de la zona 7, ya que Huaquillas se incluye dentro de la misma, esto hizo posible obtener información de las agencias de viajes, acerca de sus actividades, sus clientes, destinos más visitados a nivel nacional e internacional permitiendo así identificar el público objetivo de la zona que a la vez es al que se debe enfocar el cantón Huaquillas.

Este estudio se lo realizó a los propietarios de las agencias, empleando la técnica de la encuesta, en el mes del octubre de 2011 (Anexo No.8).

1. Tipo de agencia

Gráfico 7



*No se encuentran catastrados.

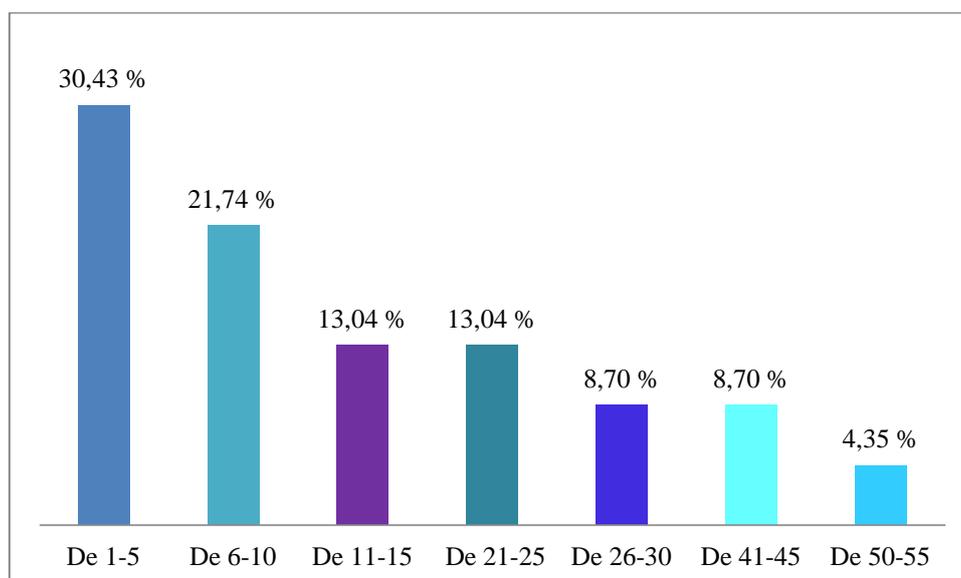
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

De un total de 23 agencias de viajes encuestadas de la Zona 7, el 34,78% son mayoristas, seguido por las operadoras y duales con el 21,74% respectivamente.

1. Número de paquetes vendidos

Gráfico 8



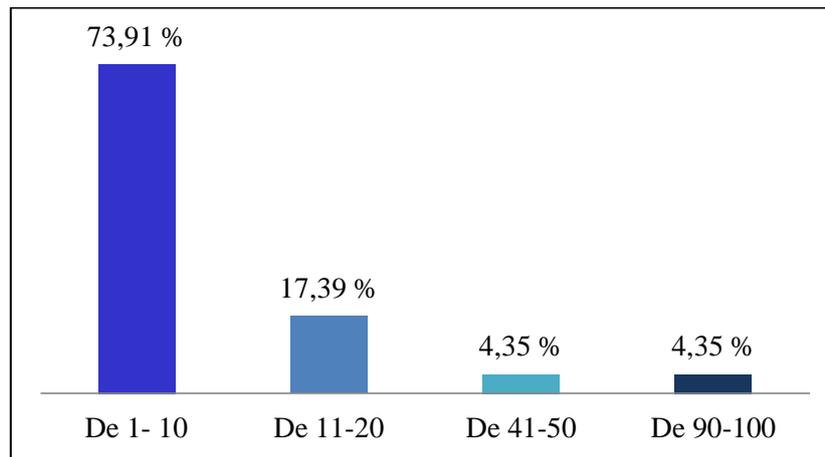
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

El 30,43% de las agencias de viajes tienen un promedio de venta de 1 a 5 paquetes en el mes, seguidas por el 21,74% con un promedio 6 a 10 paquetes vendidos al mes.

2. City tours vendidos al mes

Gráfico 9

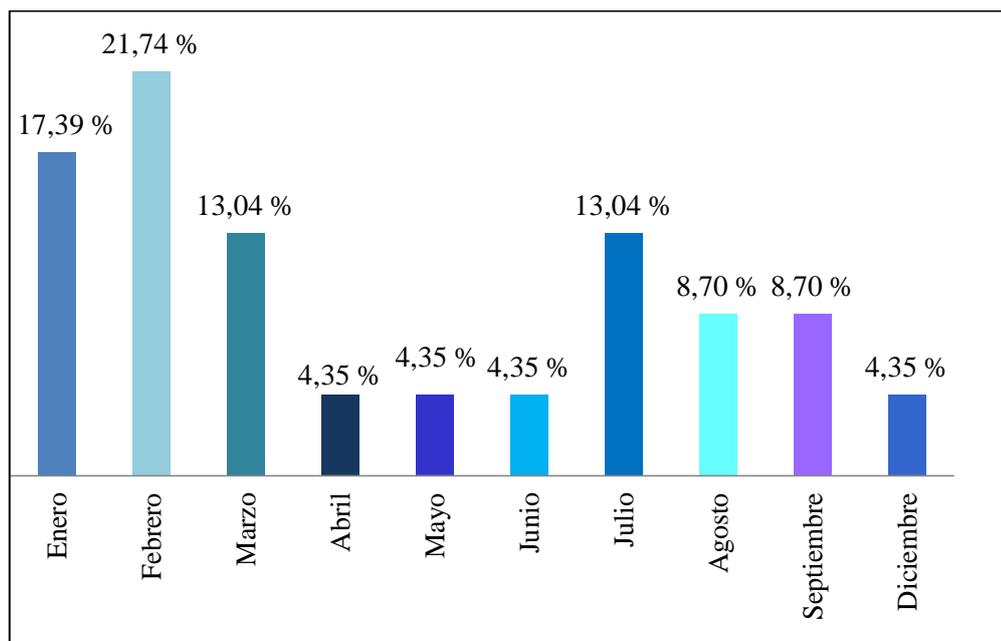


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

El 73,91% de las agencias de viajes venden de 1 a 10 city tours por mes, seguido por el 17,39 % con 11 a 20 city tours.

3. Meses de mayor venta de paquetes

Gráfico 10

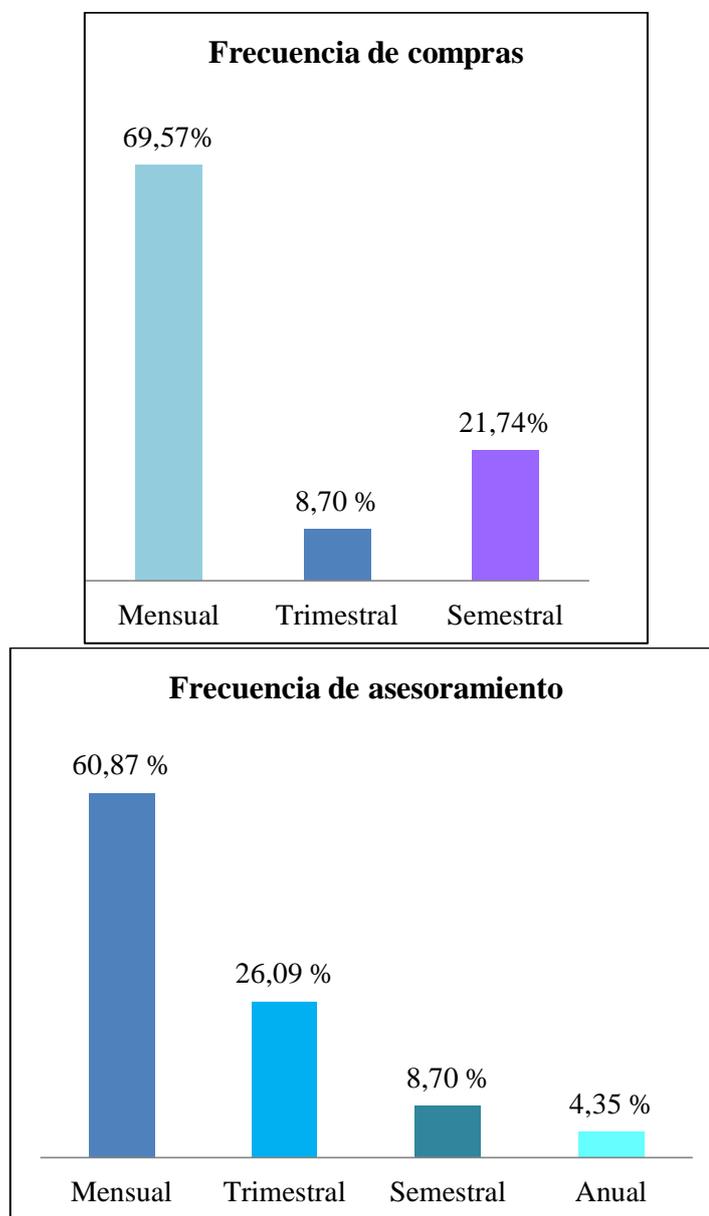


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

Febrero es el mes con mayor venta de paquetes con un porcentaje de 21,74, seguido por enero con 17,39% y julio con 13,04%. Estos meses representan las temporadas de vacaciones de la sierra y costa respectivamente.

4. Frecuencias de asesoramiento y compras

Gráfico 11

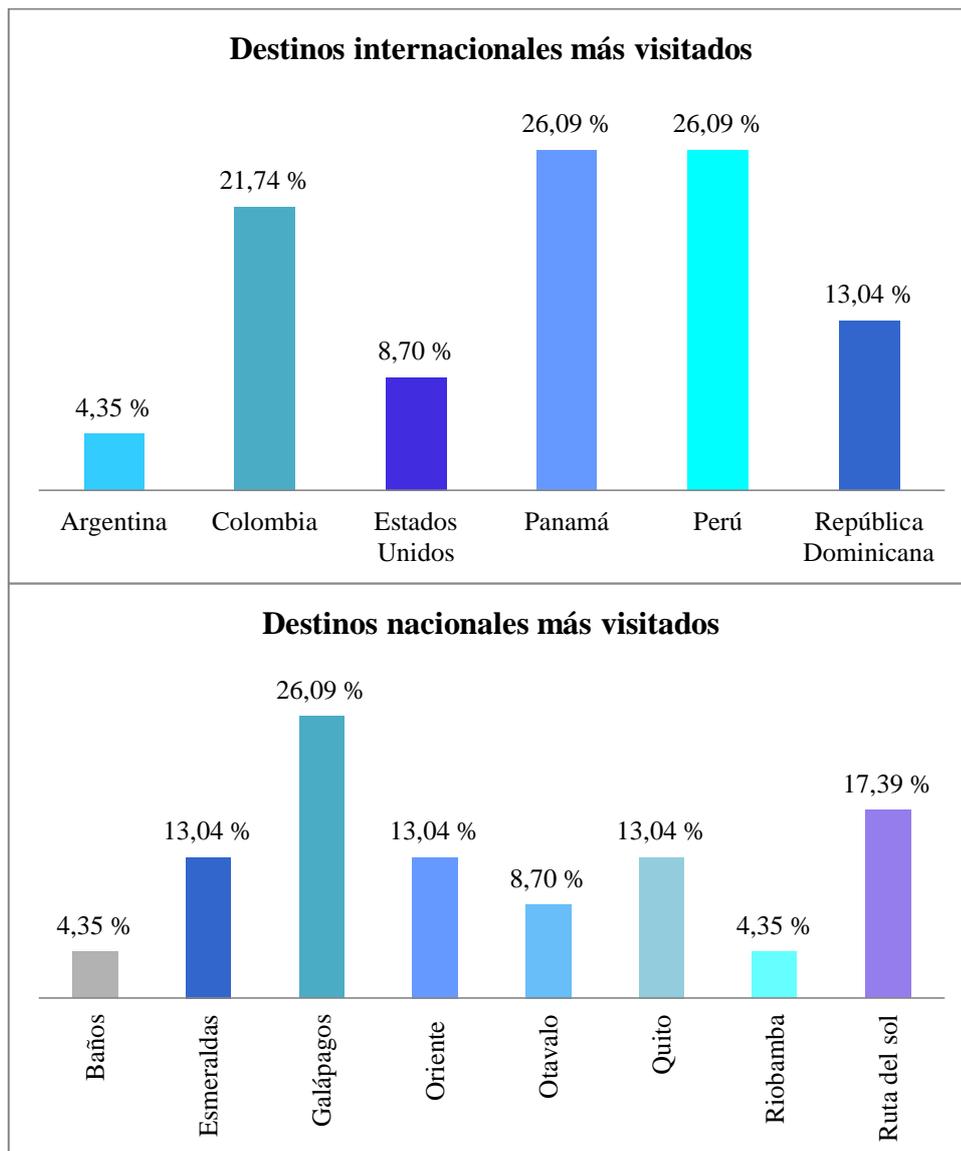


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

Al comparar la frecuencia de compras con la de asesoramiento se puede observar que la frecuencia predominante en toda la Zona 7 es mensual con un 69,57% y 60,87% respectivamente.

5. Destinos internacionales y nacionales más visitados

Gráfico 12

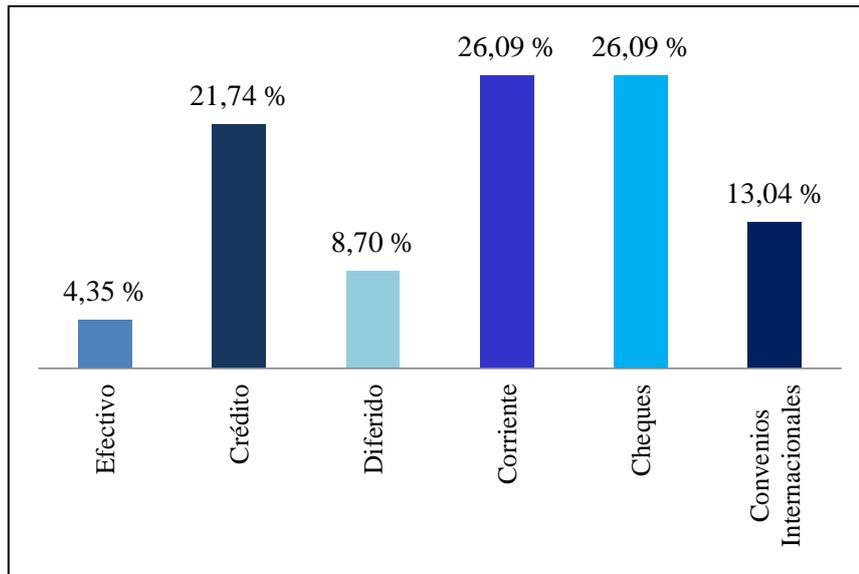


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

Entre los destinos nacionales más vendidos en el paquete, se encuentra Galápagos con el 26,09% y la ruta del sol con 17,39%; y a nivel internacional están Perú y Panamá con un porcentaje igual del 26,09%.

6. Forma de pago

Gráfico 13



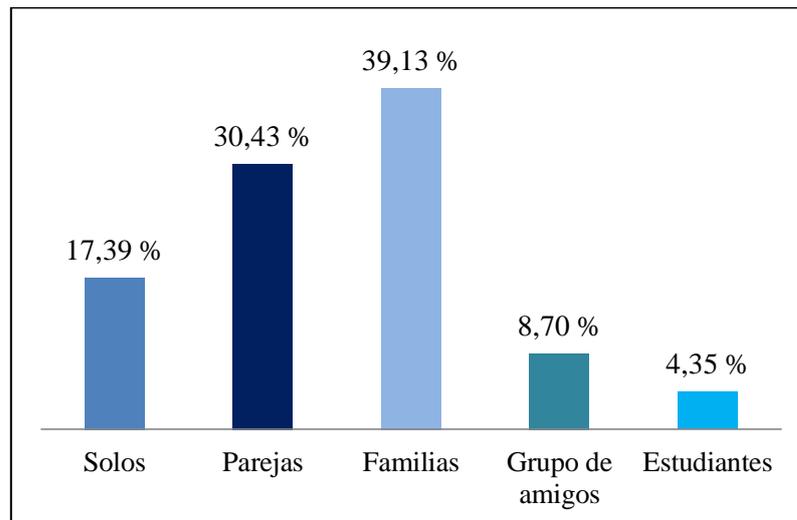
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

La forma de pago corriente y cheques son las de mayor porcentaje con 26,09 cada una y el efectivo es el de menor porcentaje con 4,35%.

7. Composición del viaje

Gráfico 14



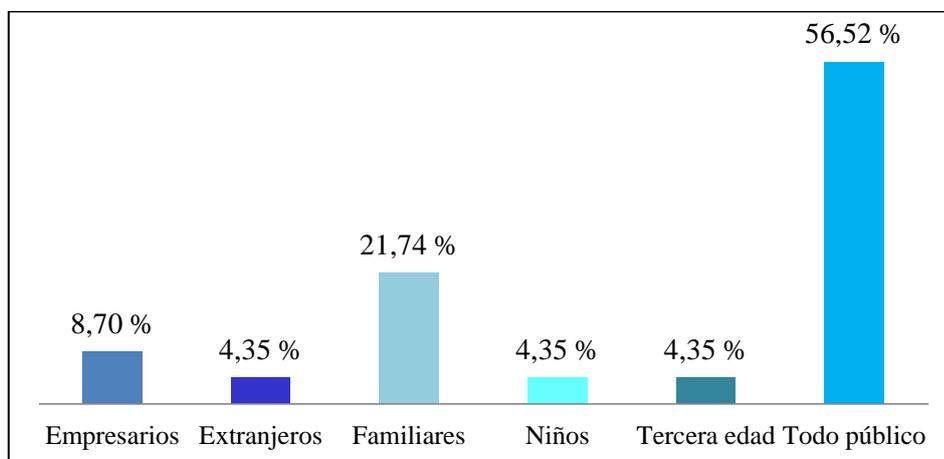
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

La tendencia que tienen las personas al viajar es la de realizarlo en familia con un 39,13%, seguido con 30,43% lo realizan por parejas, los estudiantes con un 4,35% son el grupo con menor porcentaje.

8. Tipo de clientes

Gráfico 15

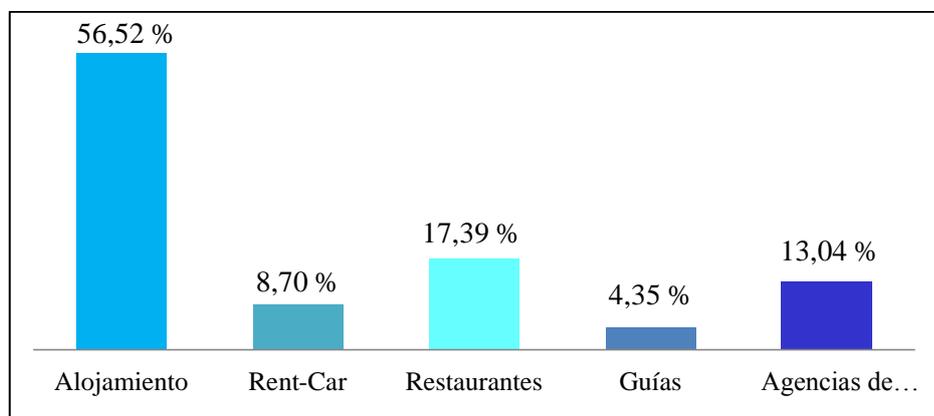


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

En lo referente al tipo de clientes que se dirigen las agencias de viajes sobresale todo el público con más de la mitad 56,52%. Además los grupos familiares y empresarios con 21,74% y 8,70% correspondientemente demostrando que son un grupo importante al que enfocarse.

9. Empresas con las que tienen relaciones comerciales

Gráfico 16

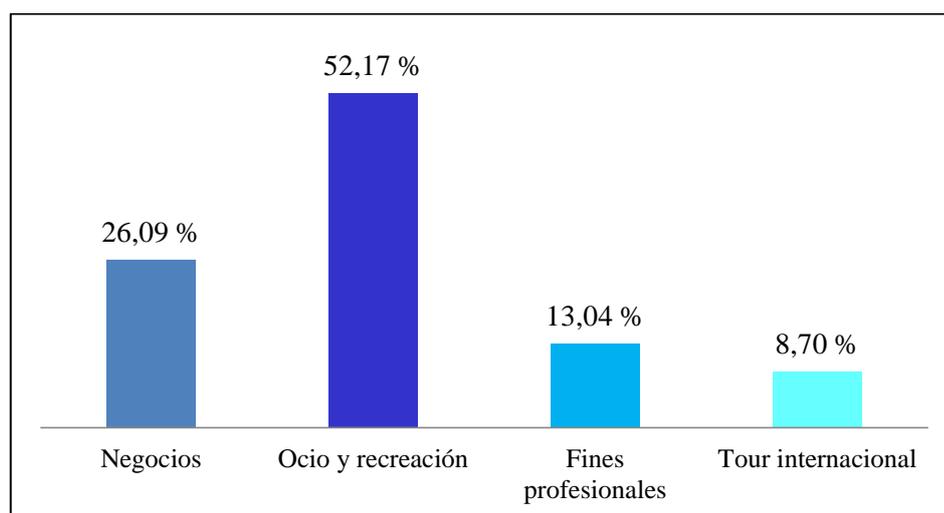


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

Las empresas de alojamiento son las que trabajan más en convenios con las agencias de viajes con un 56,52% en lo que respecta a los guías tienen un porcentaje de 4,35% pudiéndose observar que este servicio no es ofertado con regularidad.

10. Motivos del viaje

Gráfico 17



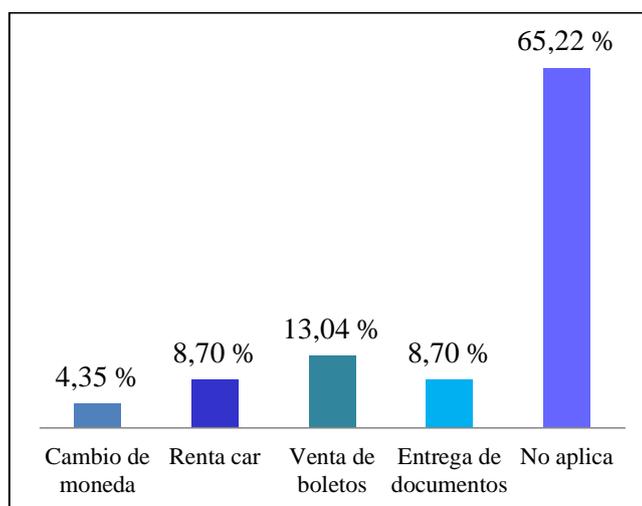
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

El ocio y la recreación con un 52,17% son los motivos principales por lo que las personas viajan, motivo que se al compararlo con la composición del viaje tiene una relación directa al preferir viajar en familias.

11. Otros servicios que ofrece la agencia

Gráfico 18



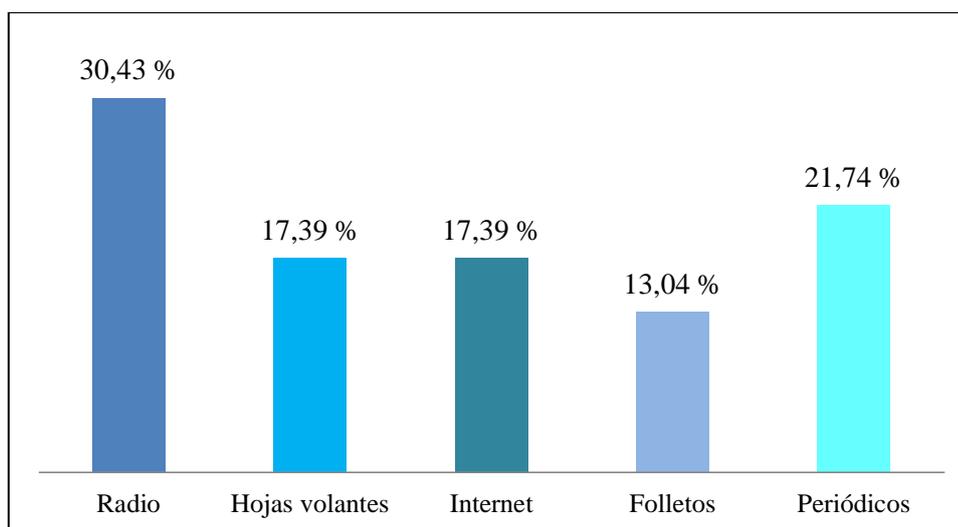
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

Del total de agencias de las provincias de Loja y El Oro, el 34,79% prestan otros servicios, el que mayor valor tiene es el de la venta de boletos. El 65,22% restante no prestan ningún servicio adicional.

12. Medios de publicidad utilizados por la agencia

Gráfico 19



Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

El medio de publicidad más utilizado por las agencias de viajes es la radio con un 30,43%, a continuación se encuentran los periódicos con un 21,74% los cuales son de ámbito local y provincial.

Tabla 33. Resumen de las variables de agencias de viajes zona 7

N°	Variables	%
1	Tipo de agencia: Internacional	34,78
2	Número de paquetes vendidos: 1 – 5	30,43
3	City tours vendidos al mes: 1 – 10	73,91
4	Meses de mayor venta de paquetes: Febrero	21,74
5	Frecuencia de compras: Mensual	69,57
	Frecuencia de asesoramiento: Mensual	60,87
6	Destinos nacionales más visitados: Galápagos	26,09
	Destinos internacionales más visitados: Panamá y Perú	26,09
7	Formas de pago: Corriente y cheques	26,09

8	Composición del viaje: Familias	39,13
9	Tipo de clientes: Todo público	56,52
10	Empresas con las que tienen relaciones comerciales: Alojamiento	56,52
11	Motivos del viaje: Ocio y recreación	52,17
12	Otros servicios que ofrece la agencia: No aplica	65,22
13	Medios de publicidad utilizados por la agencia: Radio	30,43

Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

Los resultados presentados en la última tabla son el resumen de los más altos porcentajes obtenidos mediante encuestas aplicadas al sector agencias de viajes de la zona 7, la mayoría de agencias de viajes de esta zona son de tipo internacional y están dirigidas a todo público, mantienen relaciones comerciales con establecimientos de alojamiento y el medio de publicidad que más utilizan es por radio, las mismas que venden un promedio de 1 a 5 paquetes turísticos y de 1 a 10 city tours por mes. El mes de mayor venta es febrero y la frecuencia de compras y de asesoramiento es mensual, entre los destinos internacionales y nacionales más visitados se encuentran Panamá, Perú y Galápagos según corresponde. La forma de pago más utilizada por los clientes es en cheques y corriente, el viaje lo realizan en familia por motivos de ocio y recreación.

2.2.2 Determinación del potencial turístico

Menciona (Pérez Garnica, 2011):

La primera etapa en un proceso de planificación de la actividad turística, es evaluar el potencial con el que se pretende desarrollar la actividad, plantear la situación de partida o lo que se denomina componentes del destino. Es decir, si una zona pretende desarrollar el turismo, es necesario que evalúe cuidadosamente los recursos de los que dispone para la actividad, ya que estos son la base y van a condicionar el tipo de desarrollo, las actividades y, por lo tanto, el perfil del turista al que van dirigidos. (OMT, 2008).

El determinar el potencial turístico del cantón Huaquillas permitirá identificar la situación actual del mismo, para lo cual se inicia con el análisis de los recursos turísticos con los que cuenta.

2.2.2.1 Análisis de recursos turísticos

Es importante para el análisis entender el concepto de recursos turísticos para lo cual (De la Torre, 1984) señala que:

A los recursos turísticos se los ubica dentro de la oferta primordial, y considera que son un conjunto de atractivos que producen aquellas motivaciones que dan origen a desplazamientos y que determinan la producción de servicios, integrados en el patrimonio turístico de un lugar, de una región, o de un país.

Al constituirse los recursos turísticos como la materia prima del turismo, su importancia es estratégica tanto en la configuración de la actividad turística, como en la determinación de la aptitud turística de un territorio. De ahí que la identificación y evaluación de los atractivos turísticos es una tarea esencial en la fase de diagnóstico de ésta planificación turística.

Basado en el inventario de atractivos turísticos, se hizo un trabajo de campo con la Metodología de Inventarios 2004 del Ministerio de Turismo, al inventario se lo puede encontrar en el (Anexo No.10).

Tabla 31. Cuadro de Atractivos

No	Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Puerto Hualtaco	Cultural	Etnografía	Arquitectura vernácula	II
2	Comercio y Puente Fronterizo Huaquillas	Cultural	Etnografía	Ferias y mercados	II
3	Ladrilleras	Cultural	Etnografía	Artesanías	I
4	Parque Central El Algarrobo y Mirador Turístico	Cultural	Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	Obras técnicas	I
5	Parque Infantil Unión Lojana	Cultural	Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	Obras técnicas	I
6	Monumento al Camarón y Monumento al Pescador	Cultural	Etnografía	Arquitectura vernácula	I
7	Monumento a la Paz	Cultural	Etnografía	Arquitectura vernácula	II

8	Museo Histórico de Huaquillas “Andrés Campos Hidalgo”	Cultural	Históricas	Colecciones particulares	I
9	Fiesta de Cantonización de Huaquillas	Cultural	Acontecimientos programados	Fiestas	I
10	Fiesta de la Virgen del Cisne	Cultural	Realizaciones artísticas contemporáneas	Fiestas	I
11	Fiesta del Señor Cautivo de Ayabaca	Cultural	Realizaciones artísticas contemporáneas	Fiestas	I
12	Festival Gastronómico de Puerto Hualtaco	Cultural	Realizaciones artísticas contemporáneas	Gastronomía	I
13	Sudado Mixto	Cultural	Etnografía	Comidas típicas	I
14	Conchas	Cultural	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	I
15	Bosque Seco y Conchal	Sitio Natural	Bosques	Bosque seco	I

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

Huaquillas es considerado como un cantón cultural ya que el 99,00% de sus atractivos son de esta categoría, los mismos que tienen un gran valor debido a los hechos históricos suscitados en el mismo.

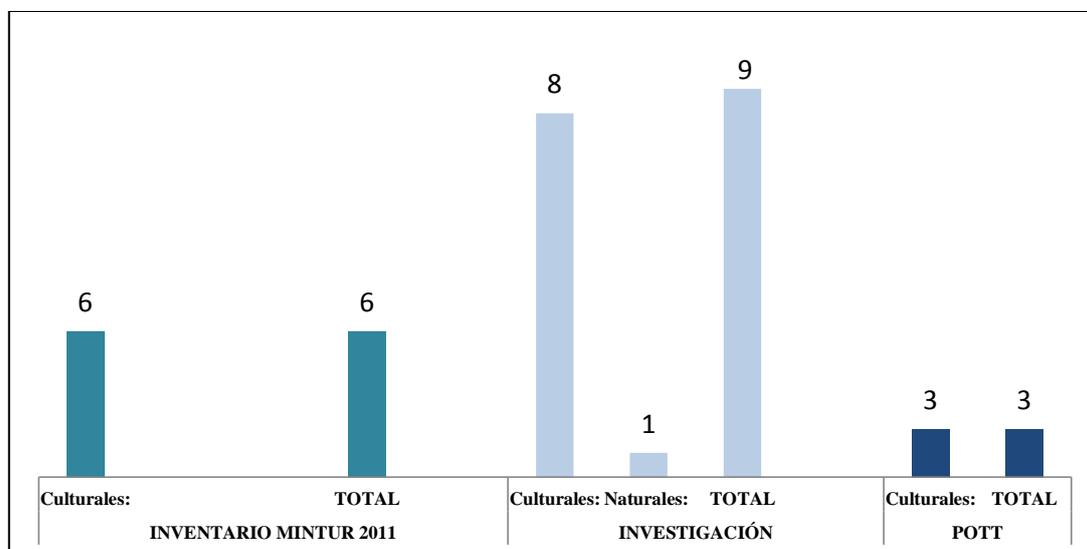
De los 15 atractivos que constan en la tabla, 1 atractivo es natural y 14 son culturales siendo 12 de jerarquía I y 3 de jerarquía II.

a) Composición del inventario de Atractivos

A continuación se integra en el Plan de Ordenamiento Turístico Territorial de la Zona 7-POTT a Huaquillas como parte de la zona turística 1, teniendo como atractivos

priorizados 3; el puente fronterizo Huaquillas, Sudado Mixto y Puerto Hualtaco. En el inventario de atractivos turísticos del cantón (Ministerio de Turismo), constan 6 atractivos. En investigación de campo se registraron 9 atractivos, disponiendo en la presente investigación de 15 atractivos turísticos.

Gráfico 20. Inventario de Atractivos

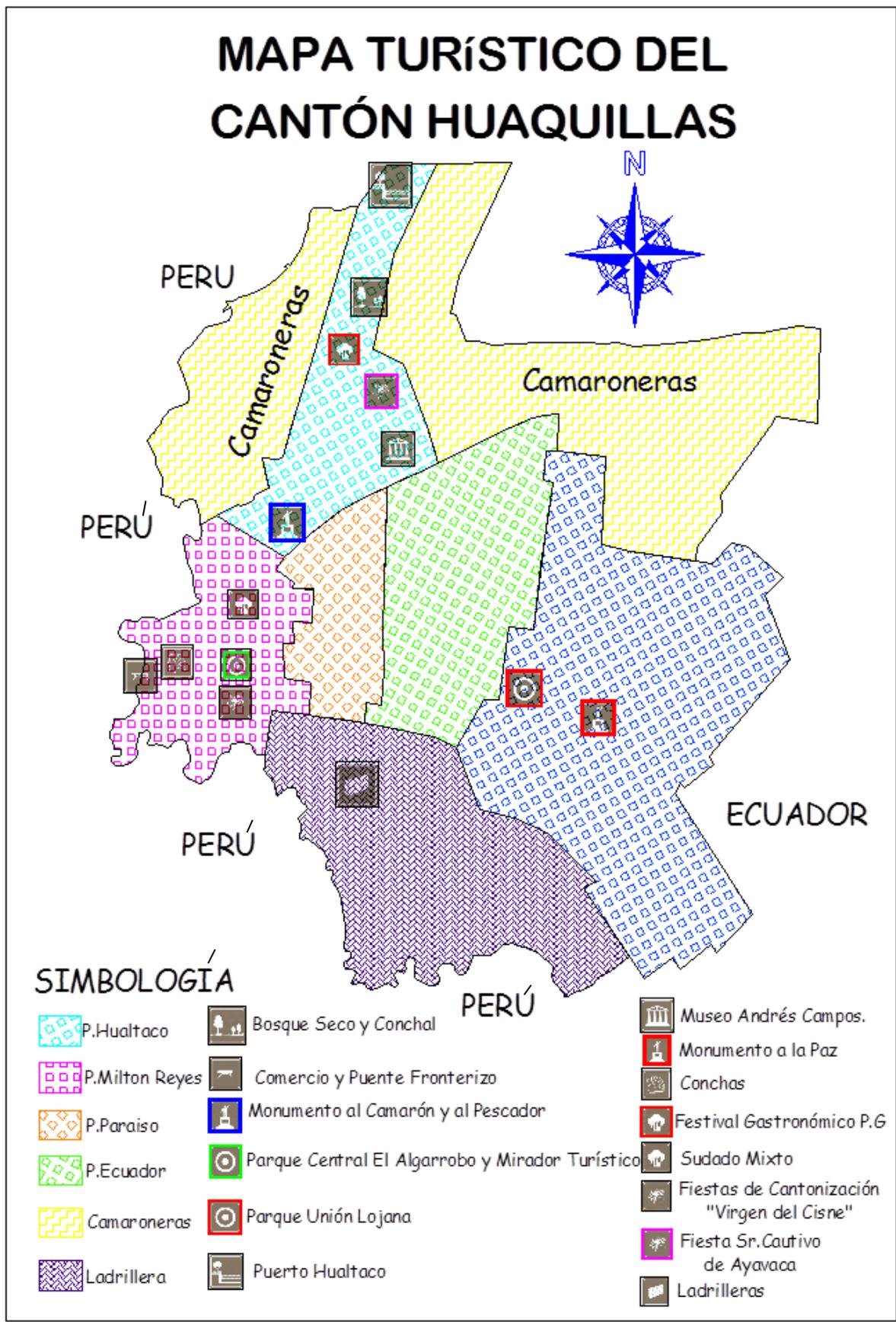


Fuente: Investigación de campo, 2011

Elaboración: Las Autoras

Del total de atractivos, 15 son de carácter cultural, los mismos que expresan la historia, tradiciones y costumbres del cantón. A la vez se encuentra el atractivo natural cuya finalidad es de conservación y educación, brindando esparcimiento y recreación, mismos que disponen de valor histórico y natural para el cantón, permitiendo así realizar actividades de ecoturismo, aviturismo y turismo cultural.

Gráfico 21.



Fuente: Investigación de campo, 2011

Elaboración: Las Autoras

La concentración de atractivos se encuentra en la zona urbana del cantón, en el siguiente mapa de Huaquillas se ha colocado la simbología (Anexo No.11) de cada atractivo de acuerdo a su ubicación y su tipo, en el mapa se muestran 14 símbolos ya que todas las fiestas se agruparon en uno solo.

Al analizar los atractivos gastronómicos del cantón Huaquillas, estos se destacan por su ubicación costera, reconocidos por su sabor y tradición, los precios son variables, siendo la mayoría de ellos asequibles. Al hablar de gastronomía es inevitable no mencionar la competencia que existe en cuanto a precios con el cantón Aguas Verdes del país vecino Perú, ya que por el cambio de moneda resulta más económica la oferta gastronómica del mismo.

Es importante mencionar que los atractivos naturales (El Conchal y el Bosque Seco), se encuentran en tierras pertenecientes al municipio, sin embargo hay una posesión ilegal del área, existiendo actividades de cultivo de camarón de personas particulares, razón por la cual se necesita contar con una autorización del municipio y de los dueños de las camaroneras “Agua Marina” para el ingreso. Por la localización geográfica de estos atractivos, se necesita una persona que conozca su ubicación, ya que el trayecto hacia estos no cuenta con la señalización necesaria, además de existir contaminación visual durante el mismo.

Estos recursos turísticos si bien en su mayoría son de fácil acceso, los mismos no son reconocidos como atractivos por la ciudadanía y los visitantes del cantón, hay una contaminación visual existente y falta de información a cerca de cada uno de ellos, para así facilitar la visita de los turistas. A la vez se debe trabajar en la promoción y difusión de los mismos.

2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

(La Demanda, 2001) Menciona que:

La demanda de servicios turísticos es generada por las personas tanto nacionales como internacionales que visitan una determinada localidad con el objeto de disfrutar sus atractivos turísticos y/o realizar actividades recreativas. La demanda esta determinada por el perfil de los turistas que refleja sus gustos y preferencias, los cuales además son influenciados por factores externos derivados de las grandes tendencias del turismo mundial.

2.3.1 Determinación del perfil del turista

(La Demanda, 2001) Señala que:

El perfil del turista lo definen sus gustos y preferencias, que dependen de las condiciones, sociales, económicas, culturales, de salud y la edad de cada individuo en particular; todas estas condiciones establecen el patrón de comportamiento de los turistas en la localidad visitada.

2.3.1.1 Investigación de mercado

(DUFFUS, 2007) Considera que:

El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

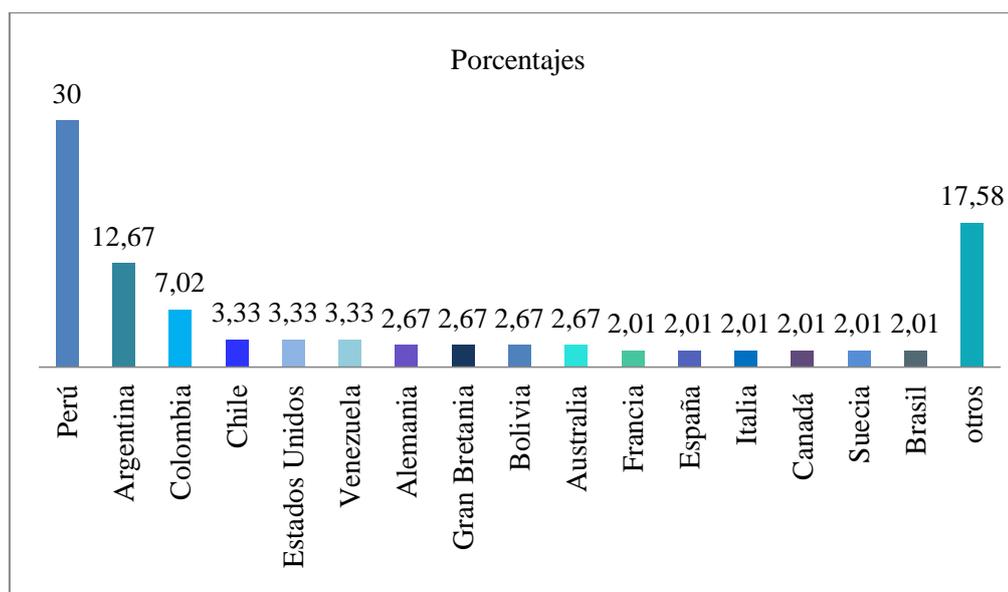
La importancia de la investigación de mercado para el PEDTH, radica en que sirve para tener una visión clara del perfil del turista que visita Huaquillas, mismo que incurren en el consumo de bienes o servicios.

La presente investigación de mercado se la realizó a las personas que se encontraban visitando Huaquillas, ya sea que estén de entrada o salida del país, empleando la técnica de la encuesta, en el mes de octubre del 2011. La encuesta (Anexo No.12, 13 y 14) aplicada tiene la finalidad de obtener información acerca del perfil de los turistas.

Para obtener la muestra de la población se contó con un universo (media de los años del 2007 al 2011) correspondiente a las personas registradas en migración, aplicando 125 encuestas, se obtuvo los siguientes resultados:

1) Nacionalidad

Gráfico 22



Fuente: Investigación de mercado, 2011

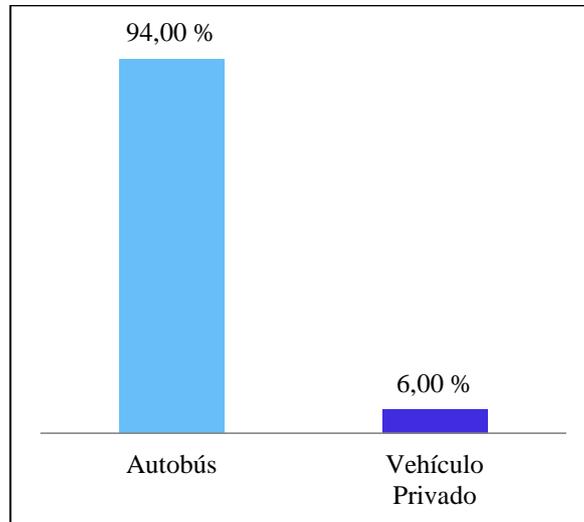
Elaboración: Las Autoras

Huaquillas contabiliza la entrada de turistas en el siguiente orden: Perú con el 30,00% que representa la mayoría de llegadas, siendo el principal país emisor de turismo para el cantón, seguido por Argentina con un 12,67 % de turistas, el 17,58% corresponde a la

suma varios países quedando demostrando así, que en Huaquillas se maneja un turismo local.

2) Medios de transporte

Gráfico 23

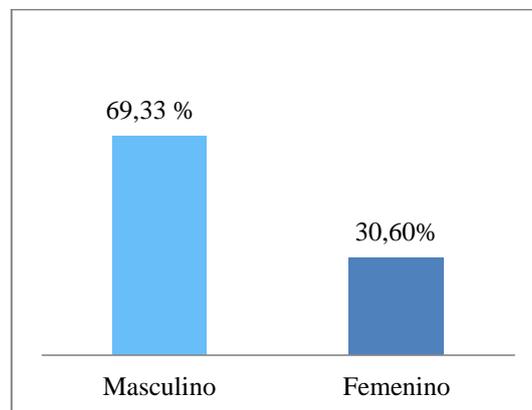


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

El medio de transporte que los turistas utilizan para el ingreso a Huaquillas es autobús, este constituye el 94,00%.

3) Género

Gráfico 24



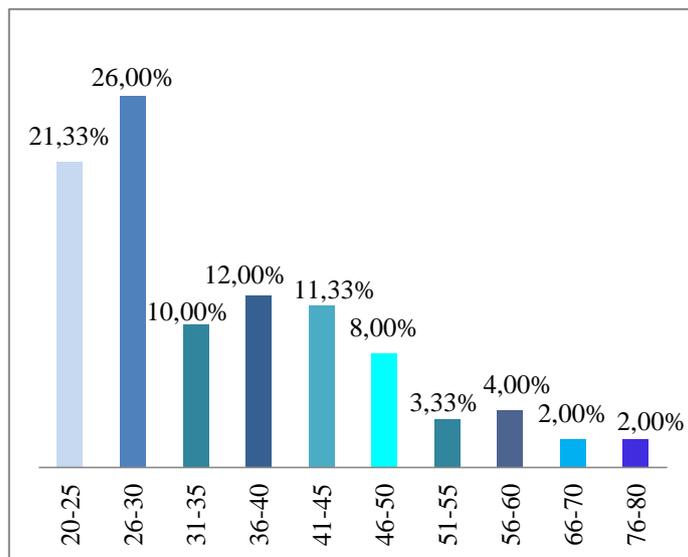
Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

En lo referente al género del visitante, se puede evidenciar que la mayoría de turistas son de género masculino con el 69,33%, dato que hace referencia a que Huaquillas es

considerado un espacio propicio para el comercio, siendo esta actividad donde se desempeñan más el género masculino.

4) Edad

Gráfico 25

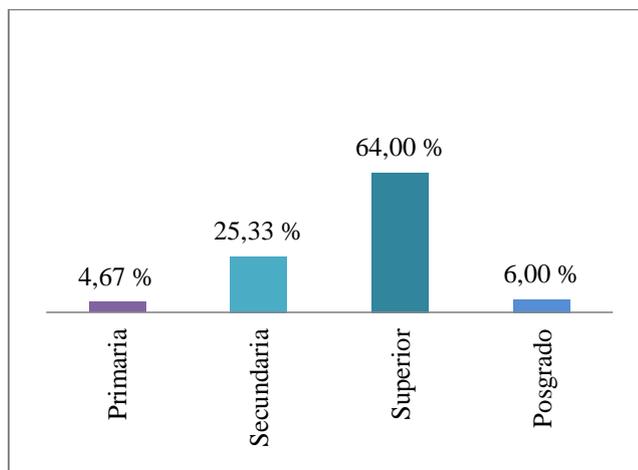


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

La mayoría de personas que visitan el cantón Huaquillas se encuentran en el rango de 20a 30 años representando el 47,33% del total de visitantes.

5) Nivel de instrucción

Gráfico 26

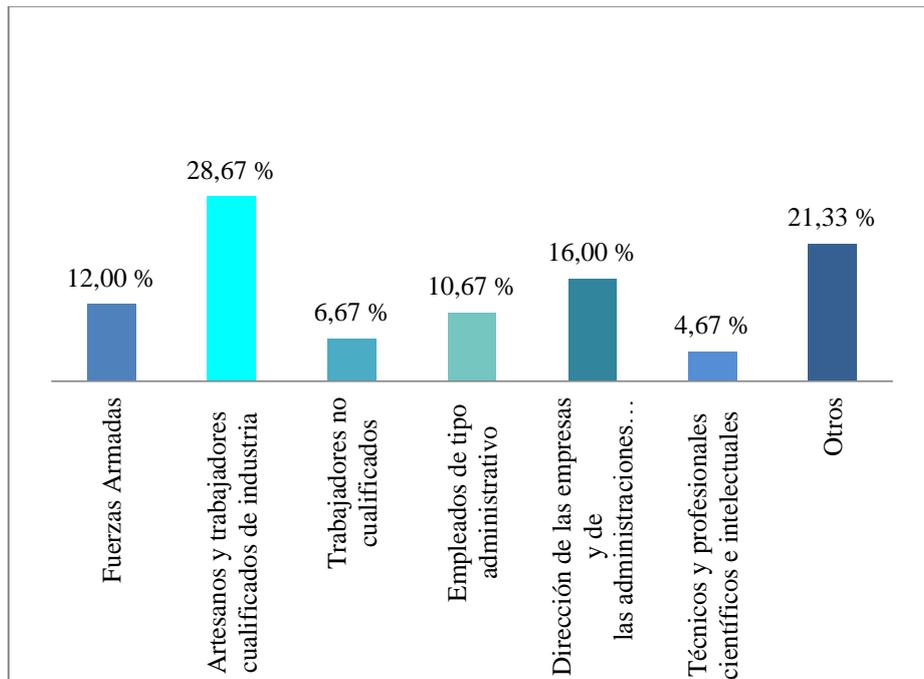


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

El 64,00% de los turistas que visitan Huaquillas tienen un nivel de instrucción superior, mientras que el 25,33% corresponde al nivel de instrucción secundaria. Demostrando que el perfil de turistas cuenta con preparación académica.

6) Situación ocupacional

Gráfico 27



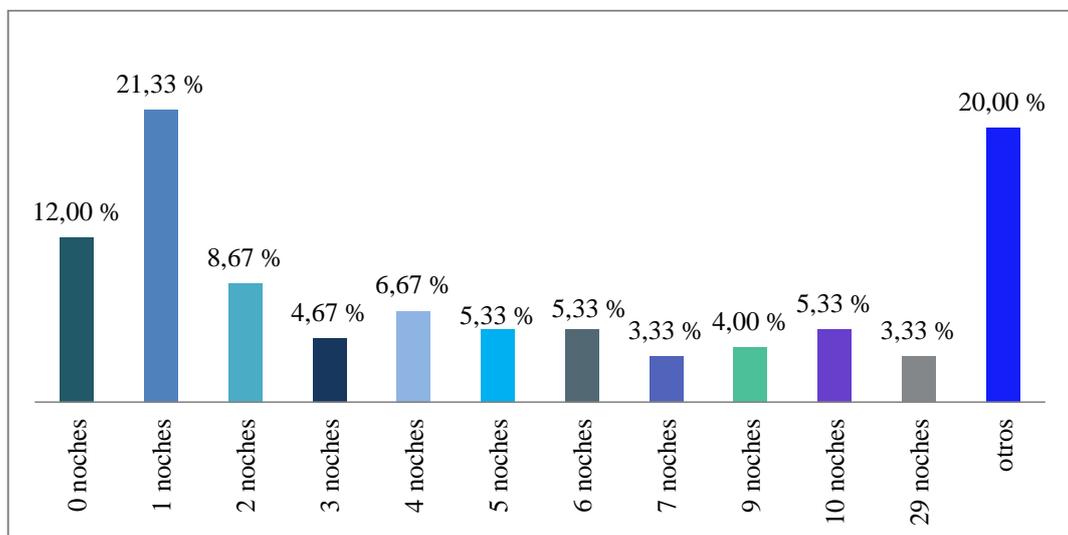
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

El 28,67% de los encuestados que visitan Huaquillas son artesanos y trabajadores cualificados de industria, el 21,33% que corresponde a la segunda cifra de mayor número constituye la variable otros en la cual constan estudiantes, amas de casa y en su mayoría comerciantes.

7) Número de pernотaciones

Gráfico 28



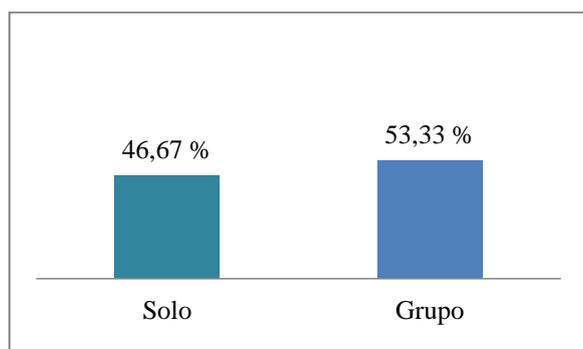
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

El 21,33% de turistas pernoctan 1 noche en Huaquillas, mientras que el 12,00% no lo hacen, el 20% es la suma de diferentes variables de entre más de 29 noches, cabe recalcar que éste al ser cantón fronterizo es un medio de paso para los turistas, así mismo es importante mencionar que los turistas que se encuentran en este cantón lo hacen ya sea por pasar de Ecuador a Perú o de Perú a Ecuador y hacia otros países, por diversas actividades, el promedio de pernoctación se da a nivel de destinos, más no a nivel cantonal.

8) Forma de viajar

Gráfico 29

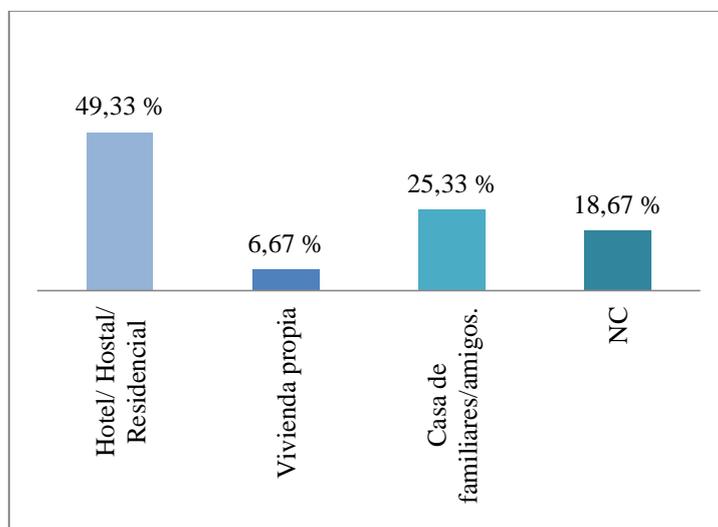


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

Viajar en grupo tiene el mayor porcentaje con 53,33, aunque la diferencia hacia la forma de viajar solo es mínima, demostrando así que al viajar en grupo se obtienen algunos beneficios de índole económico, que son los que pesan al momento de escoger la forma de viajar.

9) Principal tipo de alojamiento

Gráfico 30

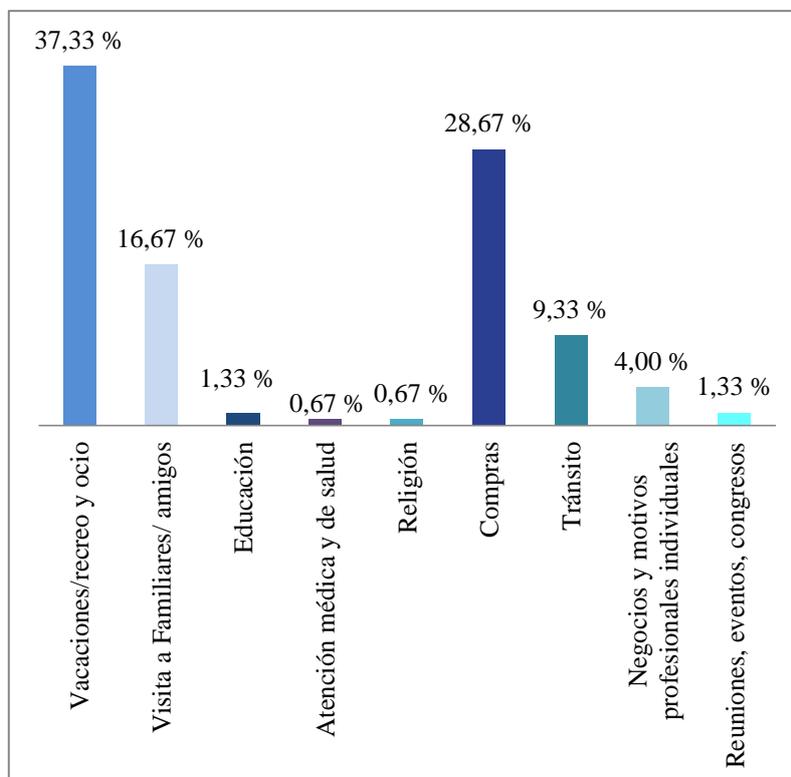


Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

El 49,33% de turistas que visitan Huaquillas se alojan en hoteles, hostales y hostales residencias, así mismo existe un 32,00% que pernocta en casa de familiares/amigos, deduciendo que el turismo es local en una proporción y generando gastos de alojamiento aproximadamente del 50,00%.

10) Motivo del viaje

Gráfico 31



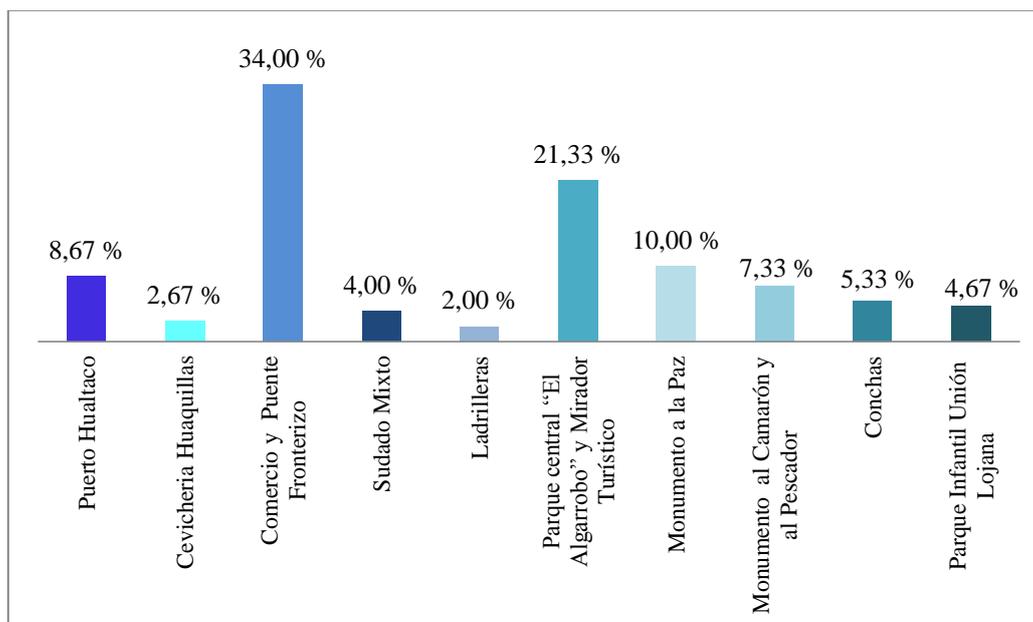
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

Los principales motivos de viaje de los turistas que visitan Huaquillas son: 37,33% por vacaciones, recreo y ocio, el 28,67% compras, 16,67% visita a familiares y/o amigos, teniendo una estrecha relación con el tipo de alojamiento utilizado.

11) Atractivos turísticos visitados

Gráfico 32



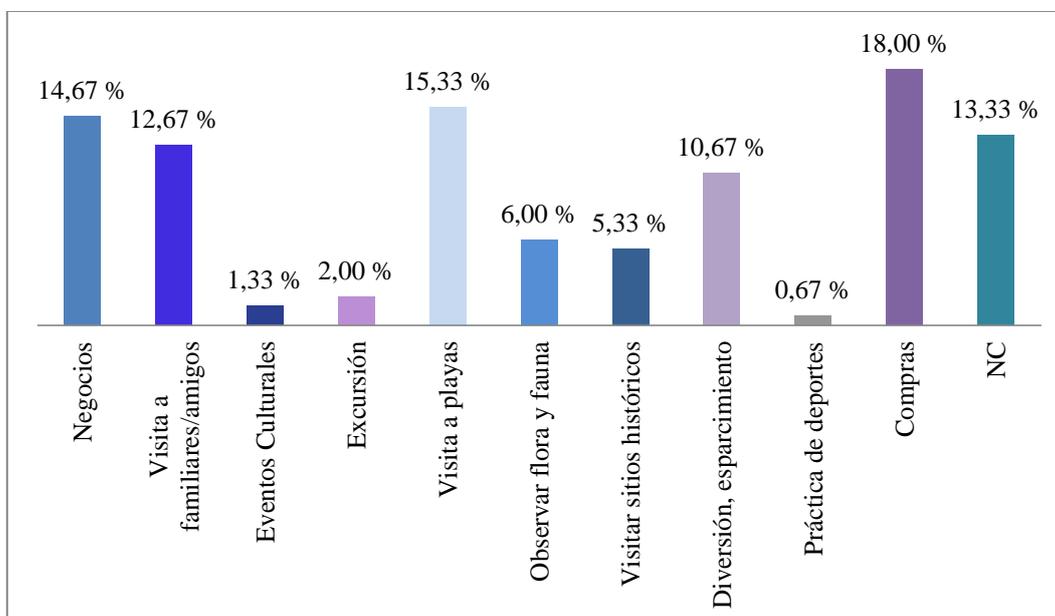
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

En Huaquillas el atractivo más visitado es el Comercio y Puente Fronterizo con un 34,00%, seguido del Parque central "El Algarrobo" y Mirador Turístico con un 21,33%, siendo este un lugar de descanso para los turistas.

12) Principal actividad que realizó

Gráfico 33



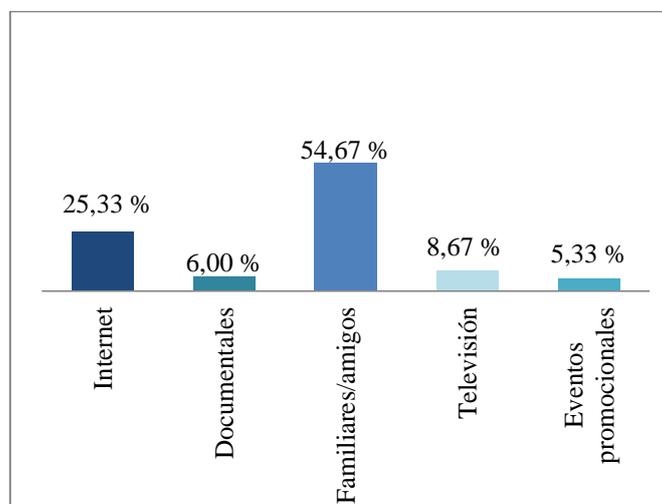
Fuente: Investigación de mercado, 2011

Elaboración: Las Autoras

La principal actividad que se realiza en Huaquillas es compras con el 18,00%, visita a playas 15,33% y negocios 14,67%, demostrando así que Huaquillas posee un potencial turístico que se debe desarrollar y fortalecer.

13) Medio de información que motivó su visita

Gráfico 34



Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

Los familiares y amigos, es la variable con mayor porcentaje como medio de información que motiva a visitar Huaquillas con un 54,67%. Seguido por la internet con un 25,33%.

Tabla 32. Resumen del perfil del turista

Nº	Variables	%
1	Nacionalidad: Perú	20,00
2	Medios de Transporte: Autobús	94,00
3	Género: Masculino	69,33
4	Edad: 26 – 30	26,00
5	Nivel de instrucción: Superior	64,00
6	Situación ocupacional: Artesanos y trabajadores cualificados de industria	28,67
7	Número de pernoctaciones: 0 – 4 noches	53,34
8	Forma de viajar:	53,33

	Grupo	
9	Principal tipo de alojamiento: Hotel/hostal y hostel residencia	49,33
10	Motivo de viaje: Vacaciones/recreo y ocio	47,33
11	Atractivos turísticos visitados: Comercio y Puente fronterizo	34,00
12	Principal actividad que realizó: Compras	18,00
13	Medios de información que motivó su visita: Familiares y amigos	54,67

Fuente: Investigación de mercado, 2011
Elaboración: Las Autoras

El perfil del turista que visita Huaquillas se caracteriza por ser de nacionalidad peruana, el medio de transporte que utiliza para llegar al destino es autobús, la edad se encuentra en el rango de 26 a 30 años, donde predomina el género masculino, su nivel de instrucción es superior y según su situación ocupacional son artesanos y trabajadores cualificados de industria, su estancia en el cantón tiene un promedio de 1 a 4 noches siendo hotel, hostel y hostel residencia el principal tipo de alojamiento. Viaja en grupo siendo el motivo principal vacaciones, recreo y ocio, donde las compras son la principal actividad que realizan, el atractivo turístico que más visitan es el comercio y puente fronterizo, siendo los familiares y amigos el medio de información que motiva su visita al cantón.

2.3.2 Problemática del cantón Huaquillas

La problemática del cantón Huaquillas radica en desorganización por parte de los comerciantes y del transporte generando un caos en la zona céntrica del cantón, lo que a su vez causa inseguridad tanto los visitantes como para la comunidad, se observa falta de señalización tanto en los recursos turísticos como en los alrededores de los establecimientos de salud y educación. Además existe una contaminación visual y ambiental por la presencia de basura, todos estos factores influyen para que el cantón tenga una mala imagen.

La falta de capacitación al recurso humano de la planta turística provoca un desinterés por mejorar su oferta de productos y servicios.

CAPITULO III

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA HUAQUILLAS

3.1 FORMULACIÓN FILOSÓFICA

3.1.1 Misión

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para Huaquillas es una herramienta de planificación estratégica, que busca el desarrollo social y económico del cantón, mediante la participación activa y el respaldo social, institucional y empresarial con la finalidad de desarrollar y fortalecer el turismo del mismo, posicionándolo como destino turístico.

3.1.2 Visión

Ser reconocido para el año 2022 como destino turístico de la región Sur del País, marcando diferencia con productos y servicios de calidad que garanticen la satisfacción del turista que visita al cantón.

3.1.3 Objetivos del plan estratégico

3.1.3.1 Objetivo General: Diseñar una propuesta estratégica clara de desarrollo turístico, que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para beneficio del cantón.

3.1.3.2 Objetivos Específicos:

- a) Potenciar los recursos turísticos que posee el Cantón Huaquillas.
- b) Crear estrategias para la organización del transporte interno de Huaquillas.
- c) Aportar con la mejora de la planta turística y supraestructura del cantón.
- d) Innovar la Imagen del Cantón asegurando su competitividad y calidad.
- e) Contribuir con medidas preventivas que apoyen a la seguridad ciudadana.
- f) Diseñar estrategias para fomentar el turismo en el cantón.
- g) Diseñar estrategias de promoción para los recursos turísticos del cantón.

3.2 FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico ha integrado como base las líneas de acción de los proyectos relacionados con la actividad turística, a nivel nacional (Manual del buen vivir y PLANDETUR 2020), regional (Plan de Ordenamiento Turístico Territorial de la Zona7-POTT) y local (Plan Operativo Anual 2012 Huaquillas - POA).

El objetivo global de todos los proyectos de desarrollo coinciden con el objetivo específico que tiene el (Plandetur 2020): Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Huaquillas (PEDTH) se enmarca en el ámbito local dentro de la misión del PLANDETUR 2020, ya que el mismo es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación, para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos.

Las estrategias que son parte del PEDTH, se basan en las políticas de turismo que se han establecido en el PLANDETUR2020, las mismas que tienen como soporte, acciones concretas que representan las líneas de acción de la gestión (Anexo No. 15). A su vez éstas involucran procesos de gestión gubernamental, comunitario y privado, mediante su unificación para lograr integridad social y cultural en las decisiones que se deberán tomar, generando instrumentos y herramientas necesarias para la conservación y puesta en valor de los recursos turísticos naturales y culturales, tal como menciona el POTT.

La finalidad de las estrategias del PEDTH es que desde el análisis de la oferta, demanda, infraestructura, supraestructura, gobierno local y comunidad se realicen mejoras en los servicios de los recursos turísticos existentes, y a la vez se establezca el producto Huaquillas que sea participativo e integrador, y por consiguiente garantizar la calidad de los servicios turísticos; permitiendo así que se incremente la estadía actual del turista y su gasto diario.

Cabe mencionar que estas estrategias están estrechamente involucradas con el turismo y las necesidades que esta actividad presenta, es por esta razón que las mismas están basadas en la realidad del cantón y los ejes marcados por el PLANDETUR 2020, tomando en consideración los principales como el fortalecimiento de la seguridad del turismo que tiene por objeto desarrollar un conjunto de medidas preventivas que den soporte a la seguridad en turismo, siendo una prioridad las zonas limítrofes del país como lo señala el PLANDETUR 2020, al estar Huaquillas dentro de estas zonas es una necesidad en la que se debe trabajar inmediatamente tal como lo señala este plan (PEDTH). La facilitación turística como un eje menciona que el turismo se debe

respaldar en una adecuada visita y estancia del turista en los lugares de destino para garantizar las condiciones de conservación y el mantenimiento de la calidad ambiental, sociocultural y socioeconómica, es por esta razón que el PEDTH también toma en cuenta este segmento de la actividad turística para trabajar en él, con las estrategias relacionadas con la infraestructura turística y de transporte.

Al mencionar el Plan nacional del buen vivir se resalta que según la Constitución del Ecuador recoge conceptualmente dos grandes avances en relación a los temas ambientales: los derechos de la naturaleza y los derechos ambientales en el marco del Buen Vivir como parte del nuevo régimen de desarrollo, el PEDTH ha basado su planificación bajo estos avances ya que las estrategias planteadas cuidan de la naturaleza, por el mismo hecho de que este recurso es fundamental para la actividad turística y a la vez ésta contribuye a mejorar la calidad de vida de un pueblo.

Según menciona el (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2009 -2013):

Ecuador es el primer país del mundo que reconoce los derechos a la naturaleza a partir de las múltiples cosmovisiones de las diferentes culturas y nacionalidades a través del reconocimiento de los procesos naturales, sus dinámicas, los ciclos de vida, las capacidades de resiliencia y su derecho a la restauración. Esta perspectiva establece un mandato ecológico que supera la visión occidental de la naturaleza como un espacio de explotación (Gudynas, 2009).

El PEDTH al igual que el Plan nacional del buen vivir se basa en un modelo de aprovechamiento moderado sostenible, utilizando de manera inteligente los espacios disponibles, protegiendo los espacios naturales y disfrutándolos, además de generar una conciencia ambientalista y de pertenencia al cantón.

El Plan de Ordenamiento turístico territorial (POTT) es una herramienta para el desarrollo de la Zona 7, es por eso que se lo ha considerado como una de las bases para el desarrollo del PEDTH ya que el mismo, ha considerado al cantón Huaquillas como parte de la zona 7 del territorio Ecuatoriano, incluyéndolo en la **zona 1** que consta de 17 cantones y en el **área turística 1** con un total de 7 cantones.

Una zona turística es el espacio turístico de mayor análisis, según (Boullón, 2004) para determinar la zona turística, esta debe tener mínimo 10 atractivos próximos, dentro del territorio debe contar con alojamiento, alimentación, esparcimiento, servicios turísticos y otros servicios. Así mismo deben existir elementos que complementen los requerimientos tales como: 2 o más centros turísticos, infraestructura de transporte y comunicación (vías existentes para acceder a la zona: aérea o marítima).

Mientras que un área turística es el espacio turístico en el que su superficie es menos que la de la zona. Según la metodología de (Boullón, 2004), las áreas turísticas deben estar dotadas de atractivos turísticos contiguos, inclusive un área puede contar con menos de 10 atractivos, pero debe tener mínimo 1 centro turístico para que pueda

funcionar como un subsistema siendo necesario el transporte, comunicaciones, sanidad, energía, alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

Según el POTT de la Zona 7, del cantón Huaquillas se han considerado y priorizado 2 atractivos que son el Puente fronterizo y Puerto Hualtaco dando como resultado un turismo cultural, además se lo registra como uno de los cantones de la zona más visitado.

Para medir el grado de desarrollo turístico del cantón Huaquillas el POTT describe que existe un nivel de desarrollo de la oferta que no se compagina con la existencia de atractivos turísticos en el área, se debe analizar el tipo de demanda que responde a la presencia de dichos atractivos, probablemente sea comercial, relacionada con ferias y mercados, etc. Dado este hecho se puede decir que Huaquillas está considerado como un destino de turismo de compras, es por eso que el PEDTH pretende lograr que este cantón se reconozca como un destino de turismo cultural además del de compras.

En la zona 1 donde consta el cantón Huaquillas, el POTT menciona que se debe trabajar en los atractivos priorizados (Puente fronterizo y Puerto Hualtaco) tanto en el entorno así como en la conservación de los mismos, accesibilidad mejorando las vías que se encuentran en mal estado y dando el correcto mantenimiento a las que son nuevas, para conservarlas y creando circuitos turísticos que se oferten a los visitantes.

Al mencionar Proyectos a nivel nacional como lo es el PLANDETUR 2020, y a nivel regional POTT de la zona 7 se debe explicar la relación existente entre ellos y el PEDTH.

El PLANDETUR 2020 cuenta con acciones transversales que se fundamentan en programas, que alcanzan todos los ámbitos de la gestión turística del Ecuador, las mismas que forman parte del Modelo de Planificación y Gestión del Turismo Sostenible del Ecuador. El modelo desarrollado en el PLANDETUR parte de la realidad del país, piensa en los segmentos de demanda que podrían ser servidos por esa realidad, y diseña los productos turísticos.

Cada territorio de turismo sostenible debe tener características de diversidad y productos identificados que reflejen esa realidad, Huaquillas es un cantón que cuenta con estas características razón por la cual se está trabajando en este plan.

La señalización, seguridad turística y servicios de sanidad son sistemas de apoyo al turismo que se toman en cuenta dentro de las acciones transversales; la primera debido a que la señalización vial es ausente, lo que representa una necesidad urgente de producción de señales inequívocas y estratégicamente ubicadas que orienten al turista. El exceso de información no es negativo, la falta de información si lo es.

En lo referente a la seguridad turística del país, según el PLANDETUR 2020 Ecuador no es un destino peligroso, al igual que Huaquillas, lo que implica que las estrategias a

plantearse deben estar encaminadas a la combinación de entrenamiento de la policía local para poder desenvolverse en las situaciones que puedan presentarse con los visitantes y a la vez en relaciones públicas para comunicar la realidad del destino.

Los servicios básicos de sanidad como agua potable, alcantarillado, caminos de acceso y atención básica en salud son escasos en la mayoría de puntos de importancia turística del país, debido a que Ecuador se ha consolidado como un destino de atractivos naturales, pero en el caso de Huaquillas se puede hablar de un destino cultural ya que los atractivos que posee el cantón en su mayoría son de esta categoría.

Para poder establecer las estrategias del PEDTH se fundamentó en las condiciones definidas en base a un análisis de los requerimientos de la zona 7, que se muestran en el POTT, además de los que se presentan en el cantón evidenciados en la investigación de campo realizada.

Requerimientos:

- Se necesita permitir complementar la actividad productiva tradicional con la actividad turística y así obtener beneficios económicos y sociales equitativamente distribuidos.
- Que se fomente la identidad cultural y respete el patrimonio cultural.
- El turismo debe orientarse a satisfacer las expectativas de diversos segmentos de la demanda.
- Se debe fomentar la integración sustentable local, nacional y binacional. Ecuador – Perú.
- Se debe trabajar en una actividad sustentable.

Las estrategias que se plantean en el PEDTH, (detalladas más adelante), son provistas en función de que exista un ordenamiento territorial y una mejora de la imagen del cantón, las mismas que se relacionan directamente con el *Programa para la creación y puesta en marcha de lineamientos de ordenamiento territorial con principios de sustentabilidad y sostenibilidad* planteado para la Zona 1 en el POTT, a la vez este programa está vinculado al Programa del PLANDETUR 2020 número 2.1 *Ordenamiento para el turismo sostenible*, el cual se encuentra dentro del área de *desarrollo de destinos y facilitación turística*, ya que se enmarca en la creación y puesta en marcha de lineamientos y ordenanzas por parte de los gobiernos seccionales, los mismos que permiten el correcto ordenamiento territorial.

La señalización como se había mencionado antes es una necesidad urgente a nivel de país, y aún más en el cantón Huaquillas, es por esta razón que es una propuesta que no podía faltar en el PEDTH establecida a nivel cantonal y a nivel de los atractivos turísticos del mismo, esta estrategia igualmente se encuentra ligada a un Programa existente en el POTT, para la zona 1, que es el *Programa para la implementación de señalética turística e impulso a la creación y mejoramiento de circuitos turísticos*, el

que a la vez se encuentra relacionado al Programa de PLANDETUR 2020 número 2.2 *Facilitación turística*, el cual se encuentra dentro del área de *desarrollo de destinos y facilitación turística* ya que se enmarca en el *Proyecto del plan de señalización vial, urbana, rural y de sitios de patrimonio cultural*.

El marketing es un punto de gran importancia en lo referente a la planificación turística, es por eso que se lo plantea como una estrategia del PEDTH, que se presenta más adelante. El POTT cuenta con un *programa para emplear un adecuado Marketing Turístico*, este se encuentra relacionado al programa de PLANDETUR 2020 número 3.2 *Estructura del Marketing Turístico de Ecuador*, ya que se enmarca en el mejor proceso de *Desarrollo de Marketing Turístico*, logrando la reactivación y actualización periódica del plan de marketing para el mercado internacional en el espacio turístico.

La capacitación de personas nativas del cantón para ser guías turísticos es necesaria, ya que los guías son el nexo entre los turistas y los atractivos que posee el mismo, este tema en el PEDTH se lo ha formulado en varias áreas de la actividad, y está vinculado con el *Programa para formación de guías especializados*, que presenta el POTT para el área 1, en la cual se encuentra Huaquillas, este programa a su vez se encuentra relacionado al programa del PLANDETUR 2020, número 4.2 *Desarrollo de capacidades de recursos humanos para el turismo sostenible*, el cual está encasillado en el programa 4.2.1 *Desarrollo de planes de capacitación técnica para prestadores de servicios turísticos*.

En el PEDTH se han establecido estrategias concernientes a la seguridad turística, siendo este punto también tomado en cuenta en el *Programa para fortalecer la seguridad turística que presenta el POTT para el área 1*, este se encuentra relacionado al programa del PLANDETUR 2020 número 1.6 *Consolidación de la seguridad integral para el turismo* el mismo que encasilla principalmente la consolidación de la seguridad integral en turismo y está articulado en la gobernanza del sistema turístico.

Dentro del PLANDETUR hay cuatro programas de alcance nacional, que son los que garantizan que el mismo incorpore conceptos de sostenibilidad ambiental, social y cultural, y en especial, que efectivamente transforme el turismo en una herramienta de combate contra la pobreza.

3.2.1 Proceso metodológico

El análisis FODA es un proceso basado en el diagnóstico de los aspectos positivos y negativos, tanto internos como externos que son parte de la realidad del cantón Huaquillas.

Las fortalezas constituyen los factores internos positivos que se deben aprovechar al máximo, las oportunidades son agentes externos factibles siempre y cuando se los pueda desarrollar, en cambio, las debilidades son factores internos que se presentan como

limitaciones las cuales se las debe corregir y las amenazas son acciones externas o del entorno que constituyen un factor de riesgo y limitan el desarrollo.

Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas definen la problemática del cantón y a la vez son la base fundamental que permiten tomar decisiones y establecer acciones para corregir la misma.

Se realiza un diagnóstico basado en información obtenida del trabajo de campo, el que permite construir un perfil de la realidad actual del cantón, identificando los actores involucrados, es decir los representantes de los diversos sectores que se encuentran directa e indirectamente relacionados en la actividad turística como lo son: la Municipalidad del cantón, la empresa pública, la empresa privada y representantes comunitarios.

El diagnóstico turístico del cantón se basa en una evaluación rigurosa que toma en cuenta los atractivos del territorio, la oferta de la planta turística, transporte, supraestructura, y las condiciones del entorno como: seguridad, impacto ambiental y visual y regulaciones gubernamentales que pueden influir en sí misma, permitiendo una valoración de los Atractivos y Recursos mediante el análisis FODA.

3.2.2 Análisis FODA

Tabla 33. FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia del comercio binacional. • Gastronomía basada en variedad de mariscos libres de arsénicos. • Policía de seguridad turística municipal. • Mayoría de hoteles se encuentran ubicados en el centro del cantón. • Precios bajos en alojamiento y alimentos y bebidas. • Vías de primer orden que conectan al cantón con otras provincias. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de señalización. • Desorganización por parte de los comerciantes. • Mala imagen del cantón. • Desconocimiento de la existencia de atractivos por parte de la ciudadanía. • Contaminación visual y ambiental por la presencia de basura. • Falta de capacitación al recurso humano. • Desorganización del transporte interno.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atractivos naturales cercanos, como la Isla Costa Rica y San Gregorio pertenecientes al cantón Santa Rosa, el cual trabaja conjuntamente con el Municipio de Huaquillas para su promoción. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrabando de combustible. • Inseguridad. • Desinterés por parte de los propietarios del sector privado por mejorar su infraestructura.

- No dispone de guías turísticos.
- Planta turística no cuenta con nuevas tecnologías.
- Falta de promoción.
- Existencia del museo “Andrés Campos Hidalgo” con más de 3000 piezas en exhibición.

Fuente: Investigación de campo, 2011
 Elaboración: Las Autoras

3.2.3 Metodología para la priorización de variables

La metodología que ha sido utilizada para realizar el FODA estratégico es el cruce de variables con la finalidad de usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades y evitar amenazas, disminuir debilidades para aprovechar las oportunidades y evitar amenazas, el resultado de la misma ha permitido plantear estrategias y acciones para el presente Plan.

3.2.4 Priorización de variables

Para la priorización de las variables se lo hizo de la letra A hasta la C, a las cuales se les dio el siguiente valor:

- A (Alto)
- B (Medio)
- C (Bajo)

Dando como resultado las siguientes tablas donde se cruzan Fortalezas – Oportunidades (FO), Debilidades – Amenazas (DA), Fortalezas – Amenazas (FA), Debilidades – Oportunidades (DO).

Tabla 34. Fortalezas – Oportunidades (FO)

Uso de fortalezas para aprovechar oportunidades	OPORTUNIDADES	Atractivos naturales cercanos, como la Isla Costa Rica y San Gregorio pertenecientes al cantón Santa Rosa, el cual trabaja conjuntamente con el Municipio de Huaquillas para su promoción.	No dispone de guías turísticos.	Planta turística no cuenta con nuevas tecnologías.	Falta de promoción.	Existencia del museo “Andrés Campos Hidalgo” con más de 3000 piezas en exhibición.
		AB	AC	AB	AA	AB
FORTALEZAS						
Importancia del comercio binacional.						

Gastronomía basada en variedad de mariscos libres de arsénicos.	AA	AC	CC	AA	AC
Policía de seguridad turística municipal.	BB	AB	CC	CC	CC
Mayoría de hoteles se encuentran ubicados en el centro del cantón.	AB	BC	BB	AB	BA
Precios bajos en alojamiento y alimentos y bebidas.	AA	AC	AB	AA	AA
Vías de primer orden que conectan al cantón con otras provincias.	AA	AC	AC	AA	AA

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

Al cruzar las fortalezas y las oportunidades se toman en cuenta las variables que obtuvieron un promedio de AA, siendo las de mayor valor.

La siguiente tabla indica el cruce de debilidades y amenazas.

Tabla 35. Debilidades – Amenazas (DA)

Minimizar debilidades y evitar amenazas	AMENAZAS	Contrabando de combustible.	Inseguridad.	Desinterés por parte de los propietarios del sector privado por mejorar su infraestructura.
		DEBILIDADES		
Falta de señalización.		CC	AA	BC
Desorganización por parte de los comerciantes.		CC	AA	BB
Mala imagen del cantón.		CC	AA	AA
Desconocimiento de la existencia de atractivos por parte de la ciudadanía.		CC	CC	CC
Contaminación visual y ambiental por la presencia de basura.		CC	CC	AA

Falta de capacitación al recurso humano.		CC	AB	AA
Desorganización del transporte interno.		AB	AA	CC

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

Gracias al cruce de debilidades y amenazas se pudo priorizar los aspectos negativos con mayor repercusión para el cantón.

A continuación se presenta el cruce de fortalezas y amenazas.

Tabla 36. Fortalezas – Amenazas (FA)

Uso de las fortalezas para evitar amenazas	AMENAZAS	Contrabando de combustible.	Inseguridad.	Desinterés por parte de los propietarios del sector privado por mejorar su infraestructura.
Importancia del comercio binacional.		BC	AB	BC
Gastronomía basada en variedad de mariscos libres de arsénicos.		CC	CC	BB
Policía de seguridad turística municipal.		BC	AA	CC
Mayoría de hoteles se encuentran ubicados en el centro del cantón.		CC	CC	CC
Precios bajos en alojamiento y alimentos y bebidas.		CC	BC	BC
Vías de primer orden que conectan al cantón con otras provincias.		AB	AA	AB

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

Al aprovechar las fortalezas del cantón con valor AA podemos evitar las amenazas como se demuestra en la tabla.

La siguiente tabla indica el cruce de debilidades y oportunidades.

Tabla 37. Debilidades – Oportunidades (DO)

Disminuir debilidades aprovechando oportunidades	OPORTUNIDADES					
	Atractivos naturales cercanos, como la Isla Costa Rica y San Gregorio pertenecientes al cantón Santa Rosa, el cual trabaja conjuntamente con el Municipio de Huaquillas para su promoción.	No dispone de guías turísticos.	Planta turística no cuenta con nuevas tecnologías.	Falta de promoción.	Existencia del museo “Andrés Campos Hidalgo” con más de 3000 piezas en exhibición.	
DEBILIDADES						
Falta de señalización.	BB	CC	CC	AA	AB	
Desorganización por parte de los comerciantes.	AB	CC	BC	AA	CC	
Mala imagen del cantón.	AB	BB	AA	AA	BB	
Desconocimiento de la existencia de atractivos por parte de la ciudadanía.	BA	AA	AB	AA	AA	
Contaminación visual y ambiental por la presencia de basura.	CC	BC	CC	AA	CC	
Falta de capacitación al recurso humano.	CC	AA	AA	AB	AB	
Desorganización del transporte interno.	CC	CC	CC	AB	CC	

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

Al trabajar en las oportunidades, en especial en la falta de promoción se disminuirá el efecto de las debilidades, como se demuestra en la tabla N° 37.

Este proceso de priorización de variables da como resultado un FODA estratégico, que se constituye en la base para el proceso de elaboración y planificación de estrategias.

Tabla 38. FODA Estratégico

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Importancia del comercio binacional. • Gastronomía basada en variedad de mariscos libres de arsénicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de señalización. • Desorganización por parte de los comerciantes. • Mala imagen del cantón.

<ul style="list-style-type: none"> • Precios bajos en alojamiento y alimentos y bebidas. • Vías de primer orden que conectan al cantón con otras provincias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación visual y ambiental por la presencia de basura. • Falta de capacitación al recurso humano. • Desorganización del transporte interno.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No dispone de guías turísticos. • Planta turística no cuenta con nuevas tecnologías. • Falta de promoción. • Existencia del museo “Andrés Campos Hidalgo” con más de 3000 piezas en exhibición. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrabando de combustible. • Inseguridad. • Desinterés por parte de los propietarios del sector privado por mejorar su infraestructura.

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

3.2.5 Estrategias del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Huaquillas.

Las estrategias que se presentan en la siguiente tabla se han sido elaboradas en base a la matriz del FODA estratégico. Cada una de estas cuenta con un objetivo y acciones para llegar a cumplir el mismo.

Tabla 39. Estrategias

No.	Estrategias	Objetivos	Acciones
1	Incrementar la afluencia turística en Huaquillas.	Incrementar el turismo receptivo con la finalidad de generar nuevas fuentes de trabajo e ingresos económicos del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción turística interna y externa mediante material promocional.
2	Potenciar y dar valor a los recursos turísticos.	Mejorar y rehabilitar los recursos turísticos con acciones que aumenten sus valores	<ul style="list-style-type: none"> • Conservar y mantener los recursos turísticos. • Identificar y adecuar circuitos culturales. • Construir una ciclovía que unifique Puerto Hualtaco al estero Hualtaco con el canal de Zarumilla hasta el nuevo paso fronterizo. • Realizar un estudio

			<p>arqueológico sobre el recurso turístico El Conchal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revalorización de la gastronomía del cantón. • Adecuar la infraestructura del Museo Andrés Campos Hidalgo.
3	<p>Concientizar a la población sobre cultura turística y calidad de servicios.</p>	<p>Fortalecer el desarrollo de la actividad turística y elevar la calidad de los servicios a través de la inclusión social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar una cultura turística en la comunidad que asegure una calidad de los servicios que se presta al turista. • Formar y capacitar a los líderes de la comunidad como guías nativos. • Capacitar al recurso humano en temas como: <ul style="list-style-type: none"> -Importancia del turismo. -Servicio al cliente. -Marketing turístico. -Educación ambiental. -Uso y beneficio de nuevas tecnologías. -Criterios de sostenibilidad en el desarrollo de la oferta de productos y servicios turísticos.
4	<p>Establecer y fortalecer alianzas entre instituciones relacionadas con la actividad turística.</p>	<p>Impulsar la asociatividad para trabajar por la competitividad dentro del sector turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y fortalecer las asociaciones de turismo. • Fomentar una participación activa entre el sector publico-privado para las capacitaciones del recurso humano. • Promover la cooperación con

			<p>entidades de turismo que definan acciones conjuntas para la promoción del cantón.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aunar esfuerzos entre la empresa público privada que contribuyan a la mejora de la imagen y a posicionar a Huaquillas como destino turístico.
5	<p>Fortalecer los sistemas de apoyo al turismo.</p>	<p>Velar por la seguridad del turista, dar facilidad para su movilización, brindar una buena experiencia y así garantizar su estadía.</p>	<p>SEÑALIZACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, implementar y mantener una adecuada señalización de los atractivos. • Implementar señales de tránsito en los exteriores de los establecimientos de salud y educación. • Colocar un mapa turístico del cantón en el parque central El Algarrobo. • Implementar epígrafes de información histórica en los atractivos turísticos. <p>SEGURIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un programa con políticas de seguridad turística binacional. <p>SERVICIOS DE SANIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un nuevo sistema de tratamiento de residuos. • Realizar campañas de reciclaje, para implementar esta cultura. • Colocar recipientes de basura en puntos

			estratégicos del cantón.
6	Sistematizar, mejorar y actualizar la información del cantón Huaquillas.	Constituir la información como fuente principal generadora de conocimiento turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de quejas y sugerencias en la página web oficial y en los puntos de información turística. • Desarrollar sistemas de indicadores turísticos. • Innovar la tecnología en los sistemas para obtener y brindar información.
7	Regenerar el cantón Huaquillas.	Mejorar la imagen del cantón a través de una visión continua.	<ul style="list-style-type: none"> • Definir un plan de ordenamiento territorial para el cantón. • Mejorar la infraestructura, servicios básicos y paisaje urbano que ofrece el cantón. • Mimetizar la contaminación paisajística de antenas, celulares, radios y telecomunicaciones. • Limpieza y descontaminación del canal Zarumilla. • Construcción de un puerto comercial y servicios de bodega para el transporte pesado.
8	Coordinar y fortalecer acciones municipales.	Mantener, actualizar y hacer cumplir las ordenanzas municipales que estén dirigidas al turismo y su desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar la actividad comercial en un centro comercial artesanal y ubicarlo estratégicamente. • Diseñar un programa regulador del transporte interno del cantón. • Elaborar un plan para descongestionar la zona céntrica mediante el uso de vías alternas.

Fuente: Investigación de campo, 2011

En la tabla se observan 8 estrategias que son la directriz para cada una de las acciones del Plan.

3.2.6 Mapa estratégico

El mapa estratégico describe cada una de las estrategias, en donde se indica las acciones y el cómo llegar al resultado esperado, tomando en cuenta quienes intervienen, el tiempo y el costo tentativo de las mismas.

Tabla 40. Estrategia 1

Estrategia 1: Incrementar la afluencia turística en Huaquillas.					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Promoción turística interna y externa mediante material promocional.	Más llegadas de turistas al cantón.	Municipio, empresa privada	4 años	\$19.632,00	Informes, material promocional

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

La estrategia N° 1 se compone de una acción que comprende 4 años y un costo tentativo de \$19.632,00.

Tabla 41. Estrategia 2

Estrategia 2: Potenciar y dar valor a los recursos turísticos					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Conservar y mantener los recursos turísticos.	Preservar los recursos turísticos en buen estado.	Municipio del cantón Huaquillas, Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente.	constante	\$ 72.000,00	Fichas actualizadas sobre el estado de conservación del atractivo
Identificar y adecuar circuitos culturales.	Promocionar los atractivos que se encuentran en el circuito	Municipio del cantón Huaquillas, consultoría externa de turismo.	1 año	\$3.000,00	Informes, Fotografías del circuito turístico
Construir una ciclovía que unifique Puerto	Implementar una nueva opción de	Municipio del cantón Huaquillas, Ministerio			Publicaciones en diferentes medios de

Hualtaco al estero con el canal de Zarumilla hasta el nuevo paso fronterizo.	recreación y ocio para el cantón y los turistas que lo visitan.	del Ambiente, Ministerio de turismo, Empresa privada.	1 año	\$180.000,00	comunicación
Realizar un estudio arqueológico sobre el recurso turístico El Conchal.	Conocer el origen histórico del lugar y resaltar su valor.	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Municipio del cantón Huaquillas.	2 años	\$20.000,00	Estudio arqueológico .
Revalorización de la gastronomía del cantón.	Ser una de las principales alternativas al momento de elegir un destino gastronómico.	Municipio del cantón Huaquillas, Empresas Privadas, Ministerio de Turismo.	3 años	\$500,00	Video oficial de la gastronomía del cantón y material publicitario.
Adecuar la infraestructura del Museo Andrés Campos Hidalgo.	Conservación se piezas.	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Municipio del cantón Huaquillas, Empresa Privada.	1 año	\$40.000,00	Entrega de la obra.

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

Esta estrategia consta de 6 acciones con un tiempo de 3 años y 3 meses, su costo tentativo es de \$315.500,00.

Tabla 42. Estrategia 3

Estrategia 3: Concientizar a la población sobre cultura turística y calidad de servicios.					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Implementar una cultura turística en la comunidad que asegure una calidad de los servicios que se presta al turista.	Servicios de calidad	Municipio del cantón Huaquillas, Ministerio de Turismo.	5 años	Capacitación a través del programa “Competencias Laborales para el sector turístico” dictado por el MINTUR. \$ 10.000,00	Archivo de asistentes a talleres.
Formar y capacitar a los líderes de la comunidad como guías nativos.	Guías turísticos.	Municipio del cantón Huaquillas, Ministerio de Turismo, Comunidad.	1 año		Licencia de guías turísticos.
Capacitar al recurso humano en temas como: -Importancia del turismo. -Servicio al cliente. -Marketing turístico. -Educación ambiental. -Uso y beneficio de nuevas tecnologías. -Criterios de sostenibilidad en el desarrollo de la oferta de productos y servicios turísticos.	Personal capacitado sobre la importancia del turismo para el cantón.	Municipio del cantón Huaquillas, Ministerio de Turismo, Comunidad.	3 años y 6 meses		Evaluando al personal capacitado al termino de las capacitacion es.

Fuente: Investigación de campo, 2011

Elaboración: Las Autoras

Esta estrategia consta de tres acciones en las que se contempla 5 años de duración, con un total de \$10.000,00.

Tabla 43. Estrategia 4

Estrategia 4: Establecer y fortalecer alianzas entre instituciones relacionadas con la actividad turística.					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Organizar y fortalecer las	Cooperación de	Municipio	1 año y 6 meses	*	Alianzas estratégicas.

asociaciones de turismo.	asociaciones.	del cantón Huaquillas, Empresas Público Privadas, Ministerio de Turismo.			
Fomentar una participación activa entre el sector público-privado para las capacitaciones del recurso humano.	Uso de alianzas estratégicas para capacitar personal.	Municipio del cantón Huaquillas, Empresas Público Privadas, Ministerio de Turismo.	2 años	Capacitación a través del programa “Competencias Laborales para el sector turístico” dictado por el MINTUR	Evaluaciones al personal capacitado.
Promover la cooperación con entidades de turismo que definan acciones conjuntas para la promoción del cantón.	Establecer acciones para la promoción del cantón	Municipio del cantón Huaquillas, Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo.	6 meses	*	Presentación de Acciones.
Aunar esfuerzos entre la empresa público privada que contribuyan a la mejora de la imagen y a posicionar a Huaquillas como destino turístico.	Mejorar y fortalecer la imagen de Huaquillas	Municipio del cantón Huaquillas, Ministerio de Turismo, Empresa Público-Privada.	3 años	*	Presentación de Acciones.
*No tienen costo por ser alianzas entre entidades público- privadas.					

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

La cuarta estrategia está conformada de 4 acciones con tiempo de 5 años y 6 meses, no se detalla presupuesto debido a que son alianzas estratégicas.

Tabla 44. Estrategia 5

Estrategia 5: Fortalecer los sistemas de apoyo al turismo.					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Diseñar, implementar y mantener una adecuada señalización de los atractivos.	Señalización de atractivos.	Municipio del cantón Huaquillas.	1 año y 6 meses	\$850,00	Informes, fotografías de los atractivos señalizados.

Implementar señales de tránsito en los exteriores de los establecimientos de salud y educación.	Exteriores de los Establecimientos señalizados .	Municipio del cantón Huaquillas.	6 meses	\$700,00	Fotografías de la señalización .
Colocar un mapa turístico del cantón en el parque central El Algarrobo.	Facilitar sobre la ubicación del visitante.	Municipio del cantón Huaquillas.	1 año	\$500,00	Fotografías del mapa.
Implementar epígrafes de información histórica en los atractivos turísticos.	Informar al turista del lugar visitado.	Municipio del cantón Huaquillas.	9 meses	\$ 1.800,00	Fotografías de los epígrafes.
Desarrollar un programa con políticas de seguridad turística binacional.	Aumentar el nivel de seguridad al turista.	Municipio del cantón Huaquillas.	1 año	\$7.000,00	Plan de seguridad.
Diseñar un nuevo sistema de tratamiento de residuos.	Lograr una gestión integral en el tratamiento de basura, que sea social y económicamente eficiente y viable.	Municipio del cantón Huaquillas	2 años	\$100.000,00	Plan para el manejo de residuos sólidos.
Realizar campañas de reciclaje para implementar esta cultura.	Concientizar sobre la importancia del medio ambiente.	Municipio del cantón Huaquillas, Ministerio del Ambiente.	1 año	\$ 10.272,00	Informes por parte del departamento de higiene y sanidad.
Colocar recipientes de basura en puntos estratégicos del cantón.	Disminuir la presencia de basura en las calles.	Municipio del cantón Huaquillas, Empresas Privadas.	6 meses	\$1.680,00	Fotografías en puntos donde se ha colocado los recipientes.

Fuente: Investigación de campo, 2011

Elaboración: Las Autoras

Esta estrategia N°5 tiene 8 acciones con un tiempo de duración de 2 años, su monto es de \$122.802,00.

Tabla 45. Estrategia 6

Estrategia 6: Sistematizar, mejorar y actualizar la información del cantón Huaquillas.					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Implementar un sistema de quejas y sugerencias en la página web oficial y en los puntos de información turística.	Mejorar la calidad en la oferta de los servicios turísticos.	Municipio del cantón Huaquillas, Empresas Privadas.	6 meses	\$750,00	Evidencias de la página Web.
Desarrollar sistemas de indicadores turísticos.	Conocer datos estadísticos sobre oferta y demanda del sector.	Municipio del cantón Huaquillas, Consultoría Externa.	2 años	\$ 500,00	Informes de resultados.
Innovar la tecnología en los sistemas para obtener y brindar información.	Mejorar la calidad en la oferta de los servicios turísticos.	Municipio del cantón Huaquillas, Empresas Privadas.	1 año	*	Base de datos actualizada.

Fuente: Investigación de campo, 2011

Elaboración: Las Autoras

Son 5 acciones las que componen la estrategia N°6, con un total de \$1250,00 y un tiempo de 3 años.

Tabla 46. Estrategia 7

Estrategia 7: Regenerar el cantón Huaquillas.					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Definir un plan de ordenamiento territorial para el cantón.	Organizar y administrar la ocupación y uso del espacio mediante una	Municipio del cantón Huaquillas, Consultoría Externa.	2 años	\$660.000,00	Plan de Ordenamiento Territorial.

	distribución justa del mismo.				
Mejorar la infraestructura, servicios básicos y paisaje urbano que ofrece el cantón.	Dar una nueva imagen al cantón.	Municipio del cantón Huaquillas, Comunidad.	2 años y 6 meses	\$ 800.000,00	Fotografías del cantón.
Mimetizar la contaminación paisajística de antenas, celulares, radios y telecomunicaciones.	Disminuir la contaminación visual.	Municipio del cantón Huaquillas, Empresas Privadas.	2 años	\$350.000,00	Entrega de obra.
Limpieza y descontaminación del canal Zarumilla.	Dar una nueva imagen al mismo.	Municipio del cantón Huaquillas.	3 meses	\$ 1.000,00	Fotografías del canal.
Construcción de un puerto comercial y servicios de bodega para el transporte pesado.	Conservar la calidad de los productos y disminuir los residuos sólidos.	Municipio del cantón Huaquillas, Asociaciones afines.	4 años	\$ 500.000,00	Entrega de obra.

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

La estrategia N° 7 se compone de 5 acciones, estimadas en un tiempo de 8 años 6 meses y con un costo tentativo de \$803.000,00.

Tabla 47. Estrategia 8

Estrategia 8: Coordinar y fortalecer acciones municipales.					
Medio	Resultado esperado	Equipo	Tiempo	Presupuesto	Medios de verificación
Organizar la actividad comercial en un centro comercial artesanal y ubicarlo estratégicamente.	Ordenar la actividad comercial, permitiendo que se desarrolle de una mejor manera brindando seguridad.	Municipio del cantón Huaquillas, Asociación de comerciantes	3 años	\$ 800.000,00	Entrega de obra.

Diseñar un programa regulador del transporte interno del cantón.	Organizar el transporte interno.	Municipio del cantón Huaquillas.	1 año	\$ 1.000,00	Plan regulador.
Elaborar un plan para descongestionar la zona céntrica mediante el uso de vías alternas.	Descongestionar los accesos y salidas del centro de la ciudad.	Municipio del cantón Huaquillas.	2 años	\$ 2.000,00	Plan de descongestión.

Fuente: Investigación de campo, 2011
Elaboración: Las Autoras

Esta estrategia tiene una duración de 5 años, esta compuesta por tres acciones con un presupuesto tentativo de \$803.000,00

Tabla 48. Resumen del presupuesto para cada estrategia

No.	ESTRATEGIAS	PRESUPUESTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
1	Incrementar la afluencia turística en Huaquillas.	\$19.632,00	4 años
2	Potenciar y dar valor a los recursos turísticos.	\$315.500,00	3 años y 3 meses
3	Concientizar a la población sobre cultura turística y calidad de servicios.	\$10.000,00	5 años
4	Establecer y fortalecer alianzas entre instituciones relacionadas con la actividad turística.	\$0	5 años y 6 meses
5	Fortalecer los sistemas de apoyo al turismo.	\$122.802,00	2 años
6	Sistematizar, mejorar y actualizar la información del cantón Huaquillas.	\$1.250,00	3 años
7	Regenerar el cantón Huaquillas.	\$2'311.000,00	8 años y 6 meses
8	Coordinar y fortalecer acciones municipales.	\$803.000,00	5 años
TOTAL		\$3'583.184,00	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- El cantón Huaquillas cuenta con un flujo turístico temporal debido a que es un paso fronterizo, esto se da en los meses de febrero y agosto los cuales corresponden a temporadas vacacionales para el país.
- Huaquillas cuenta con atractivos de interés turístico, en los cuales es necesario trabajar a través de una adecuada planificación para su crecimiento y desarrollo.
- La comunidad Huaquillense no le da la importancia que tiene el turismo para el desarrollo económico de un lugar.
- En el estudio de mercado realizado se constató que los turistas visitan este cantón por vacaciones recreo y ocio, sin embargo la realidad percibida es que lo hacen por la actividad comercial, siendo el comercio binacional una fortaleza del cantón, donde es necesario que se empiece a trabajar por la organización y seguridad del mismo.
- El personal de la planta turística está dispuesto a participar de las capacitaciones que se realicen con la finalidad de desarrollar el turismo y su importancia en el cantón.

Recomendaciones:

- El Gobierno Municipal Autónomo de Huaquillas debe hacer firme compromiso de llevar a cabo la ejecución del plan, cumpliendo a cabalidad las estrategias y acciones que se encuentran en el mismo, de manera primordial aquellas que involucren mejora de la imagen del cantón y de la oferta de productos y servicios para así generar estadía por parte de los visitantes.
- Este Plan está dirigido al desarrollo de la actividad turística con un plazo de 10 años, por lo que se debe hacer uso eficiente de los tiempos para alcanzar los objetivos propuestos.
- Es importante dar a conocer a la comunidad del cantón Huaquillas sobre la existencia, importancia, desarrollo y ejecución del Plan Estratégico Turístico del cantón, para que se de en un ambiente de absoluta apertura, y se los involucre de forma activa en el mismo.
- Es necesario que se trabaje por la organización del comercio y la seguridad del turista tomando en cuenta cada una de las estrategias planteadas en el plan.

- Trabajar y desarrollar las alianzas estratégicas establecidas en el plan, ya que las mismas son una gran ayuda para fortalecer las relaciones interinstitucionales.

Bibliografía

- CAPTUR. (s/f). *CAPTUR*. Recuperado el 08 de octubre de 2011, de CAPTUR: http://www.captur.com/Docs/sector_agencia_viajes.pdf
- Castro, R. Q. (2010). *Elementos de turismo*. San José, Costa Rica.
- De la Torre. (1984). *El turismo: Fenómeno Social*. México: Impresora Azteca.
- DUFFUS, D. (4 de octubre de 2007). *Gestipolis*. Recuperado el 29 de noviembre de 2011, de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/finanzas-contaduria/aspectos-a-considerar-en-una-analisis-de-factibilidad-financiera.htm>
- ECUAVISA. (09 de Marzo de 2012). *ECUAVISA*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2012, de <http://www.ecuavisa.com/noticias/noticias-actualidad/46669-camaras-de-seguridad-ayudaran-a-combatir-el-contrabando-fronterizo.html>
- Figuroa Cristina, Talón Pilar. (mayo de 2006). *UNIRIOJA*. Recuperado el 05 de diciembre de 2011, de UNIRIOJA: http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fservlet%2Ffichero_articulo%3Fcodigo%3D2517647&ei=WWqgT5q3H4ak8gSJjKWrAQ&usg=AFQjCNE1-M_bMba9_ZOV96jLly0HJriQXQ&sig2=wDgq0Bcr1780tP8y7I6o
- Hualpa, R. (2009). *Arcoiris*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2011, de Arcoiris: [http://www.arcoiris.org.ec/files/uploads/2%20Plan%20de%20Manejo%20Manglares%20de%20Puerto%20Hualtaco\(1\).pdf](http://www.arcoiris.org.ec/files/uploads/2%20Plan%20de%20Manejo%20Manglares%20de%20Puerto%20Hualtaco(1).pdf)
- La Demanda. (s/f de 2001). *scribd*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2012, de <http://es.scribd.com/doc/43396594/Potencialidad-turistica>
- Macas, F. (04 de Enero de 2008). *El Universo*. Recuperado el 14 de marzo de 2012, de El Universo: <http://www.eluniverso.com/2008/01/04/0001/12/2742957B38464D4A8B3050C40F273E9C.html>
- Ogando P. Mamaní, E. Faría, R., . (2006). *Activida turística*. cuyo: España.
- Pérez Garnica, F. (Enero de 2011). *Universidad del Mar*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2012, de http://www.umar.mx/tesis_HX/TESIS_UMAR_HUATULCO/PEREZ-GARNICA-AT/PEREZ-GARNICA-AT.pdf
- Piedrola. (1991). *Salud Pública*.
- Plan Nacional para el Buen Vivir. (2009 -2013). *Senplades*. Recuperado el 28 de diciembre de 2011, de senplades: <http://plan.senplades.gob.ec/estrategia10>

Sectores Productivos. (06 de junio de 2008). *Slideshare*. Recuperado el 25 de enero de 2012, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/santigu/los-sectores-productivos>

UNWTO. (2012). *UNWTO*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2012, de <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

ANEXOS

ANEXO No.1

FORMATO DE ENCUESTAS DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA							 <small>UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA Iniciando el camino a la vida</small>
FICHA DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS							
1. INFORMACIÓN GENERAL							
Nombre del establecimiento							
Localización:							
No. de alumnos							
No. de profesores				Funciona:			
2. TENDENCIA							
Clase:					Tipo de Institución/ Escuela		
a) Fiscal	b) Fiscomisional	c) Municipal	d) Particular laica	e) Particular religiosa	a) Unidocente	b) Pluridocente	
()	()	()	()	()	()	()	
3. SECCIÓN					4. MODALIDAD		
a) Diurna	b) Vespertina	c) Nocturna	Observaciones:		a) Presencial	b) Semipresencial	c) Distancia
()	()	()			()	()	()
5. NIVELES DE EDUCACIÓN QUE PRESTA							
a) Educación inicial	b) Primer año	c) Educación general básica (de segundo a décimo Año E.B)	d) Post bachillerato	e) Tecnología	f) Universitario	g) Otro especifique	
()	()	()	()	()	()		
6. INFRAESTRUCTURA					7. SERVICIOS BÁSICOS		
Aulas						a) Agua	()
Aulas pintadas	Tiene puerta y ventanas	Hay techo	Hay pizarras	Hay pupitres	Hay escritorios	b) Luz	()
SI() NO()	SI() NO()	SI() NO()	SI() NO()	SI() NO()	SI() NO()	c) Teléfono	()
SSHH		Uso múltiple				d) Internet	()
De hombres	De mujeres	Canchas deport.	Juegos infantiles			e) Ninguno	()
SI() NO()	SI() NO()	SI() NO()	SI() NO()			Observaciones:	
8. PROFESORES							
Cuentan con uniforme		Cuentan con el N° necesario de profesores					
SI() NO()	SI() NO()						

ANEXO No.2
FORMATO DE ENCUESTA DE TRANSPORTE

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

FICHA DE UNIDADES DE TRANSPORTE



1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la empresa:		Tipo de la actividad:						Categoría:				
a) Número de unidades		Número de asientos:						Tipo de vehículo:				
	Cuenta con los permisos legales de funcionamiento		Tiene matrícula funciona		Tiene SOAT		Los choferes tienen licencia		En cada viaje ud. viaja...		Choferes por viajes cortos	Choferes por viajes largos
b) La unidad en la que trabaja es:	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SOLO	ACOM.	Nº	Nº
1 Propio ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
2 Arrendado ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
3 Crédito ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()

2. SERVICIO

c) La empresa es:	Posee oficina		En la oficina						Tipo de traslado		
			Hay asientos de espera		Hay SSHH		Hay escritorio		Número de secretarías	Local	()
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		Intercantonal	()
1 Principal ()	()	()	()	()	()	()	()	()	Interprovincial	()	
2 Sucursal ()	()	()	()	()	()	()	()	()	Internacional	()	

Rutas que realiza	Hora de salida	Hora de llegada	Precio del traslado	Observaciones:
a)				
b)				
c)				
d)				
e)				
f)				

3. PERSONAL

Tiene uniforme el/la secretari@		Tiene uniforme el chofer		Tiene uniforme el ayudante		Observaciones:
SI	NO	SI	NO	SI	NO	

Anexo No.3 Catastro turístico 2011

N.	RAZÓN SOCIAL	TIPO DE SERV. TURÍSTICO	CATEGORÍA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	NÚMERO DE REGISTRO
1	HEFZITUR LTDA	AGENCIA DE VIAJES	DUAL INT	Machala /19 de Octubre y Portovelo	-2011	707599829
2	DORISTOUR CTA. LTDA.	TRANS. TURISTICO	DUAL INT	Av. Teniente Cordovez y Santa Rosa	299-5674	
3	TRANS. HUALTACO	TRANS. TURISTICO		Machala / Santa Rosa y Costa Rica	299-5397	
4	CORTUEC. S.A.	TRANS. TURISTICO		Santa Rosa / Machala y Benalcazar	(9) 712-7001	
5	COTURCIP S.A.	TRANS. TURISTICO		Av. Republica y Chiriboga	251-0372	
6	TRANSFROSUR. CIA. LTDA	TRANS. TURISTICO	DUAL INT	Santa Rosa / Av. Republica y Machala		
7	HOTEL HIDALGO	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. Teniente / Cordovéz y 11 de Noviembre	(9) 204-3525	0707500746
8	HOTEL PIRAMIDE DEL SUR	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. Teniente Cordovéz y Portovelo	299-5574	0707500809
9	HOTEL L' MONED	HOSPEDAJE	PRIMERA	Av. Tnte. Cordovéz y Arenillas	2996-314	0707500746
10	HOTEL MINI BAR	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. Teniente. Cordovéz y Rocafuerte	2995-079	0707500310
11	HOTEL LIMA	HOSPEDAJE	SEGUNDA	rtovelo y Machala	2996-302	0707500316
12	HOTEL VANESSA	HOSPEDAJE	PRIMERA	1 de Mayo / Av. Hualtaco y 10 de Agosto	299-6263	0707500308
13	HOTEL HERNANCOR	HOSPEDAJE	PRIMERA	Av. Republica y Costa Rica	299-9427	0707500307
14	HOSTAL SINAI	HOSPEDAJE	TERCERA	Cotopaxi y Manabi	251-0517	0707500768
15	HOTEL EL NUEVO PARAISO	HOSPEDAJE	TERCERA	Cotopaxi / Manabi y Piñas	(8) 712-6695	0707500801
16	HOTEL LUZ VICTORIA	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. Teniente Cordovez y Portovelo	299-6149	0707500308
17	MOTEL LOS MANGOS	HOSPEDAJE	SEGUNDA	Via Arenillas		
18	HOTEL DELGADO	HOSPEDAJE	PRIMERA	Av. Hualtaco y 27 de Febrero	(8) 941-6733	0707500953
19	HOTEL SAN MARTIN I	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. La República y 19 de Octubre		0707500815
20	HOTEL SAN MARTIN II	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. La República y Costa Rica		0707500815
21	RESIDENCIAL HUAQUILLAS	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. Teniente Cordovez y 11 de noviembre	2996-035	0707500627
22	RESIDENCIAL FABIOLITA	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. Teniente Cordovez y 19 de Octubre	2996356	0707500309
23	HOTEL GUAYAQUIL	HOSPEDAJE	TERCERA	Remigio Geo Gomez y Portovelo	2996-308	0707500318
24	HOTEL VALLEJO	HOSPEDAJE	TERCERA	Av. Republica Y 9 de Octubre	251-0173	
25	HOTEL RODEY	HOSPEDAJE	SEGUNDA	Av. Teniente Cordovez y 10 de Agosto	299-6736	0707500311
26	PICANTERIA LAS CAÑITAS	RESTAURANT Y PICANTERIA	TERCERA	Av. Republica y Martha Bucaran		0707500347
27	PICANTERIA HAWAI	RESTAURANT Y PICANTERIA		Av. Republica y Martha Bucaran		
28	PICANTERIA LA HABANA	RESTAURANT Y PICANTERIA	TERCERA	Av. Teniente Cordovez y Santa Rosa	2995077	0707500650
29	PICANTERIA EL TIBURON I	RESTAURANT Y PICANTERIA	TERCERA	Av. Hualtaco y Esmeralda	93531431	
30	PICANTERIA EL TIBURON II	RESTAURANT Y PICANTERIA		Esmeralda / 10 de Agosto y 11 de Nov.	81703113	
31	PICANTERIA EL SALMON DORADO	RESTAURANT Y PICANTERIA		Av. Hualtaco y Santa Rosa	97178545	
32	PICANTERIA OLAS MARINAS	RESTAURANT Y PICANTERIA	CUARTA	Puerto Hualtaco	93238646	0707500914
33	PICANTERIA LA CABAÑA	RESTAURANT Y PICANTERIA	TERCERA	Puerto Hualtaco	2996036	
34	PICANTERIA PUERTO VARADERO	RESTAURANT Y PICANTERIA	TERCERA	AMAZONAS Y MANABI		
35	RESTAURANT M CABAÑA	RESTAURANT Y PICANTERIA	TERCERA	1ro. De Mayo y 10 de Agosto	91679744	0707500848
36	PICANTERIA UNA AVENTURA MAS	RESTAURANT Y PICANTERIA	SEGUNDA	Amazonas y Manabi	97803512	0707500913
37	HELADERIA EL FLAMINGO	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	Av. Republica y Costa Rica		
38	DISCOTECA KARAOKE ENCUENTROS	DIVERSION Y BEBIDAS	TERCERA	Av. La República y Guayas	82750499	0707500351
39	PICANTERIA EL NUEVO VOLCAN	RESTAURANT Y PICANTERIA	TERCERA	Santa Rosa y Teniente Cordovez	081080087	707500792
40	DISCO BAR KARAOKE EXTASIS	DISCO BAR	TERCERA	Guayas y Av. La República		707500356
41	BAR TAGJ MAHAL	BAR KARAOKE	SEGUNDA	EsmeraldaS y Loja	2995834	707500955
42	CHINOS CAFÉ BAR	CAFÉ BAR	TERCERA	Av. De la República y Arenillas	2995202	707500623
43	DISCO BAR OASIS	DISCO BAR	TERCERA	Av. De la República y Portoviejo	88042094	707500567
44	RESTAURANT DELI POLLO	RESTAURANTE	TERCERA	Santa Rosa /Av. República y Machala	2996096	707500893
45	HUAQUILLAS TOUR CIA LTDA	AGENCIA DE VIAJES	DUAL INT	Av. Panamericana (junto al integrado)	2997135	707500816
46	TURISFROSUR CIA LTDA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	Santa Rosa / Av. La República y Machala		707500805
47	ASADERO EL GALPÓN CRIOLLO	ASADERO RESTAURANT	CUARTA	Av. La República y Costa Rica	2996970	707500805
48	PIZZERIA MARYS	PIZZERIA RSTAURANT	TERCERA	Av.La República y 9 de Octubre	2510602	707500804
49	RESTAURANT PARRILLADAS ROSITA	RESTAURANT PARRILLADAS		Loja y Pchíncha	2995339	ESTABLECIMIENTO NUEVO
50	RESTAURANTE "MUJOMAMY"	RESTAURANT		Machala y Juan Montalvo	251031	ESTABLECIMIENTO NUEVO
51	CANGREJAL CARAPACHOS	RESTAURANT		Juan Montalvo/ Av. La República y Esmeraldas	87348383	ESTABLECIMIENTO NUEVO
52	CANGREJADA EL TEBOL	RESTAURANT		Esmeraldas y Juan Montalvo	86424183	ESTABLECIMIENTO NUEVO
53	EL FOGON DE MORITA	RESTAURANT		Pchíncha/ Pasaje y Piñas	2510863	ESTABLECIMIENTO NUEVO
54	CANGREJAL Y PARRILLADAS EL "PROFE"	RESTAURANT PARRILLADAS		10 de Agosto y Emilio Hernandez	2148207	ESTABLECIMIENTO NUEVO
55	RESTAURANT ASADERO "KACHIRIS"	RESTAURANT Y ASADERO		Guayas e Imbabura	2510595	ESTABLECIMIENTO NUEVO
56	AGENCIA OCHOA PRECIADO	AGENCIA DE VIAJES		10 de Agosto / 1ro de Mayo y Esmeraldas		NO ESTA REGISTRADO

Anexo No.4
FORMATO DE ENCUESTA APLICADA A ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA												
FICHA DE INFRAESTRUCTURA												
1. INFORMACIÓN GENERAL												
Nombre de la actividad:								Tipo de la actividad:				
Categoría:												
b) EL local donde funciona es:		2. TECNOLOGÍA QUE DISPONE		Funciona		Lo utiliza a diario		Le da mantenimiento		Observaciones		
1 Propio ()	a) Conmutador ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()			
2 Arrendado ()	b) Planta telefónica ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()			
3 Crédito ()	c) Fax ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()			
	d) Equipos audiovisuales ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()			
	e) Computadores ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()			
c) El establecimiento es:		f) Equipos de seguridad ()		SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()			
1 Principal ()	g) Música ambiental ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()			
2 Sucursal ()	h) Ascensores ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()			
3. CAPACIDAD												
3.1 Tipo		Cama confortable		Habitación amplia		Línea blanca limpia		Habitación clara		Tv cable en habitación		Observaciones
a) Sencillas ()	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
b) Matrimoniales ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
c) Dobles ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
d) Triples ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
e) Cuádruples ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
f) Suites ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
g) Suite presidencial ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
h) Apartamentos ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
i) Cabañas ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
j) Otro Especifique ()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()		
4. SERVICIOS BÁSICOS		Agua suficiente en el hotel		Apagón de luz const.		Teléfono interrumpido		La internet es rápida		Observaciones		
a) Agua ()	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
b) Luz ()												
c) Teléfono ()	()	()	()	()	()	()	()	()				
d) Internet ()												



5. OTROS SERVICIOS										
	Room service eficiente		Llamadas internac claras		Tiene vehículo propio para transfer in/out		Cafetería disponible todo el día		Restaurant permanente	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
a) Room service ()										
b) Llamadas internac. ()										
c) Transfer in/ out ()										
d) Cafetería ()										
e) Restaurant ()										
f) Otro especifique										
Observaciones:										

6. PERSONAL											
Número de empleados ()											
Tienen uniforme		Hay algún trabajador con capacidades especiales		Hay recepcionista		El personal recibe capacitación		Cada qué tiempo recibe capacitación		El personal tiene conocimiento de SERVICIO AL CLIENTE	
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Trimestral	()	SI	NO
()	()	()	()	()	()	()	()	Semestral	()	()	()
								Anual	()	()	()
Observaciones:											

ANEXO No. 6
FORMATO DE ENCUESTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
FICHA DE INFRAESTRUCTURA/ BARES Y RESTAURANTES

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del local _____ **Tipo de la actividad:** _____

Categoría:

b) EL local donde funciona es:	TECNOLOGÍA QUE DISPON	Funciona		Lo utiliza a diario		Le da mantenimiento		Observaciones
1 Propio ()	a) Conmutador ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	
2 Arrendado ()	b) Planta telefónica ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	
3 Crédito ()	c) Fax ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	
	d) Equipos audiovisuales ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	
	e) Computadores ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	
c) El establecimiento es:	f) Equipos de seguridad ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	
1 Principal ()	g) Música ambiental ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	
2 Sucursal ()	h) Ascensores ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	SI ()	NO ()	

3. CAPACIDAD	4. SERVICIOS	5. TIPO DE COMIDA		6. BEBIDAS		Observaciones
Nº de mesas ()	Utilizan lencería las mesas	Platos a la carta				
Nº de Sillas ()	SI () NO ()	SI ()	NO ()			
	TV	Desayuno				
	SI () NO ()	SI ()	NO ()			
	TV CABLE	Almuerzos				
	SI () NO ()	SI ()	NO ()			
		Meriendas				
		SI ()	NO ()			
		Otros				

7. SERVICIOS BÁSICOS	Agua suficiente		Apagón de luz const.		Teléfono interrumpido		La internet es rápida		Observaciones
a) Agua ()	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
b) Luz ()									
c) Teléfono ()	()	()	()	()	()	()	()	()	
d) Internet ()									

6. PERSONAL

Número de empleados: ()

Tienen uniforme		Hay algún trabajador con capacidades especiales		Hay cajero		El personal recibe capacitación		Cada qué tiempo recibe capacitación		El personal tiene conocimiento de SERVICIO AL CLIENTE	
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Trimestral	()	SI	NO
()		()	()	()	()	()	()	Semestral	()	()	()
								Annual	()	()	()

Anexo No.5

Establecimientos no catastrados

N°	Nombre del establecimiento	Tipo de actividad
1	Centro turístico De sol a sol	Alimentación
2	Parrilladas y mariscos Mi Capi	Alimentación
3	Restaurante El fogón de Morita	Alimentación
4	Restaurant Costa verde	Alimentación
5	Comedor Don Rogelio	Alimentación
6	Parrillada restaurant Don Julián	Alimentación
7	Marisquería Cinco rosas	Alimentación
8	Picantería Perico 2	Alimentación
9	El sabor de Juanita	Alimentación
10	Centro turístico Los Juanes	Alimentación
11	Atlantis	Alimentación
12	Restaurant parrilladas y cafetería Jymar	Alimentación
13	Restaurant Mini	Alimentación
14	El Mordisco	Alimentación
15	Comedor Manabí Jipijapa	Alimentación
16	Cangrejada Don Pedro	Alimentación
17	Restaurante y picantería Karibe	Alimentación
18	Asadero Richis	Alimentación

ANEXO No.7
FORMATO DE ENCUESTAS PARA AGENCIAS DE VIAJES

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA						 <small>UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA En la Universidad Confiamos en Dios</small>			
FICHA AGENCIA DE VIAJES									
1. INFORMACIÓN GENERAL									
Nombre del local					Dirección:				
b) El local donde funciona es:		2. Tecnología que dispone		3. Tipo de agencia de viajes		4. Información turística con material de propaganda			
1 Propio	()	a) Conmutador	()	a) Mayorista	()	Si	()		
2 Arrendado	()	b) Planta telefónica	()	b) Internacional	()	No	()		
3 Crédito	()	c) Fax	()	c) Operadora	()	5. Personal suficiente			
		d) Equipos audiovisuales	()					Si	()
		e) Computadores	()					No	()
c) El establecimiento es:		f) Equipos de seguridad	()						
1 Principal	()	g) Música ambiental	()						
2 Sucursal	()	h) Ascensores	()						
6. Boletos vendidos son		8. Los servicios que ofrece:				Observaciones:			
a) Locales	()	a) Reserva de tickets aéreos	()						
b) Internacionales	()	b) Venta de alojamiento	()						
7. Intermediario de transporte turístico		c) Venta de alimentación	()						
		d) Entradas a espectáculos	()						
a) Aéreo	()	e) Paquetes todo incluido	()						
b) Terrestre	()	f) Alquiler de transporte	()						
c) Marítimo	()		aviones	()					
d) Fluvial	()		autobuses	()					
			otros:						

ANEXO No.8

ENCUESTA APLICADA A LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA ZONA 7 UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA



Datos informativos:

1. Nombre de la agencia:
2. Tipo de Agencia:
 1. Mayorista ()
 2. Internacional ()
 3. Dual ()
 4. Operadora ()
3. Número de paquetes vendidos en el mes : ()
4. Número de City Tours vendidos en el mes: ()

Información general:

5. En qué meses tiene mayor venta de sus paquetes: ()
6. Con que frecuencia acuden sus clientes para comprar/ asesoramiento:

Compras	Asesoramiento
1. Mensual ()	1. Mensual ()
2. Trimestral ()	2. Trimestral ()
3. Semestral ()	3. Semestral ()
4. Anual ()	4. Anual ()
7. Qué destinos son los más visitados a nivel nacional:
8. Qué destinos son los más visitados a nivel internacional:
9. Cómo realizan el pago sus clientes:
 1. Efectivo ()
 2. Crédito ()
 3. Diferido ()

- 4. Corriente ()
- 5. Cheques ()
- 6. Convenios Institucionales ()
- 7. Otros: ()

10. Cuál es la composición en la que viajan sus clientes:

- 1. Solos ()
- 2. Parejas ()
- 3. Grupos de amigos ()
- 4. Estudiantes ()
- 5. Familias ()
- 6. Otros ()

11. A qué tipo de clientes están dirigidos sus paquetes:

- 1. Empresarios ()
- 2. Extranjeros ()
- 3. Jóvenes ()
- 4. Familiares ()
- 5. Parejas ()
- 6. Niños ()
- 7. Tercera edad ()
- 8. Quinceañeras ()
- 9. Todo público ()
- 10. Otros ()

Información de la actividad de la agencia:

12. Con que tipo de empresas tiene relación comercial para vender sus paquetes:

- 1. Alojamiento ()
- 2. Agencias Nacionales ()
- 3. Renta – car ()
- 4. Restauración ()
- 5. Centro recreacional ()
- 6. Guías ()
- 7. Otras agencias de viajes ()
- 8. Otros (especifique):.....

13. Cuáles son los motivos de viajes de sus clientes:

- 1. Negocios ()
- 2. Ocio y recreación ()
- 3. Fines profesionales ()
- 4. Tour internacional ()
- 5. Tour nacional ()
- 6. Tour a la provincia ()

14. Qué otros servicios presta su agencia:

.....

15. Cuáles son los medios de publicidad que emplea para su agencia:

- 1. Radio ()
- 2. Hojas volantes ()
- 3. Internet ()
- 4. Folletos ()
- 5. TV ()
- 6. Blog ()
- 7. Presentación en ferias ()
- 8. Periódicos ()
- 9. Otros:

ANEXO No.9

TABLA DE CODIFICACIÓN

Listado de variables de la encuesta:

Preguntas:

Datos informativos:

1. **Nombre de la agencia:** Escribir los nombres completos
2. **Tipo de Agencia:** Tabular de acuerdo a las siguientes variables

Valor	Etiqueta
1	Mayorista
2	Internacional
3	Dual
4	Operadora

Las preguntas 3, 4 y 5 escribir de acuerdo a como se solicita la pregunta.

6. Con que frecuencia acuden sus clientes para comprar/ asesoramiento: Tabular de acuerdo a las siguientes variables:

Valor	Etiqueta
1	Mensual
2	Trimestral
3	Semestral
4	Anual

Las preguntas 7 y 8 escribir de acuerdo a como se solicita la pregunta.

9. Cómo realizan el pago sus clientes: tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Efectivo
2	Crédito
3	Diferido
4	Corriente
5	Cheques
6	Convenios Institucionales
7	Otros

10. Cuál es la composición en la que viajan sus paquetes: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Solos
2	Parejas
3	Grupos de amigos
4	Estudiantes
5	Familias
6	Otros

11. A qué tipo de clientes están dirigidos sus clientes: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Empresarios
2	Extranjeros
3	Jóvenes
4	Familiares
5	Parejas

6	Niños
7	Tercera edad
8	Quinceañeras
9	Todo público
10	Otros

12. Con que tipo de empresas tiene relación comercial para vender sus paquetes: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Alojamiento
2	Agencias Nacionales
3	Renta – car
4	Restauración
5	Centro recreacional
6	Guías
7	Otras agencias de viajes
8	Otros

13. Cuáles son los motivos de viajes de sus clientes: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Negocios
2	Ocio y recreación
3	Fines profesionales
4	Tour internacional
5	Tour nacional
6	Tour a la provincia

14. Está pregunta se la debe escribir de acuerdo a como se la solicita:

15. Cuáles son los medios de publicidad que emplea para su agencia: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Radio
2	Hojas volantes
3	Internet
4	Folletos
5	TV
6	Blog
7	Presentación en ferias
8	Periódicos
9	Otros

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 1
 1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
 1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Puerto Hualtaco
 1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Etnografía 1.8 SUBTIPO: Arquitectura vernácula

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Puerto Hualtaco
 2.4 CALLE: Av. Hualtaco 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
 2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 3°26'57" S Longitud: 80°13'34.9 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Huaquillas DISTANCIA (Km): 1 Km.
 b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km): Km.

C A L I D A D	V A L O R I N T Í N S E C O	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 2 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Ubicado entre el bosque dulce de transición hacia los canales de manglar, Puerto Hualtaco se encuentra a cinco minutos del centro urbano de Huaquillas. Importante puerto donde operan los pescadores artesanales y recolectores de especies hidrobiológicas (conchas, cangrejos, ostras, ostiones, calamar, camarón, etc.) al tiempo constituye un punto estratégico para el embarque de pescadores residentes en las islas del Archipiélago de Jambelí.</p>
---------------------------------	--	--

V A L O R C A E L X I T D R A I N S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Importante puerto donde operan los pescadores artesanales y recolectores de especies hidrobiológicas y constituye un punto estratégico para el embarque de pescadores residentes en las islas del Archipiélago de Jambelí.</p> <p>Además esta en ejecución una obra de restauración y mejoramiento del puerto.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
---	--

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS: Se está realizando la remodelación del puerto y mejorando el lugar para brindar un mejor servicio a sus visitantes.

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS: Se ha realizado obras de mejorar el entorno al igual que el puerto.

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				DÍAS AL MES: 30
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					DÍAS AL MES: 30

	ESPARCIMIENTO											
Y O	AGENCIA DE VIAJE: X CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANÍAS: X TELÉFONOS, FAX, TELEX : X						OTROS:				
	OBSERVACIONES:											
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA												
10.1 AGUA:												
POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:												
10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:												
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:												
10.3 ALCANTARILLADO:												
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:												
11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS												
ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS												
Nombres:						Distancias:						
Huaquillas						1 km.						
Monumento al Camarón						0,5 km.						
Monumento al Pescador						0,5 Km.						

S	12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	<p>Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos.</p>
I	LOCAL: X	
G	PROVINCIAL: X	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>
N	NACIONAL: X	
I	INTERNACIONAL:	
F		
I		
C		
A		
D		
O		

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 2
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Comercio y puente Fronterizo
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Etnografía 1.8 SUBTIPO: Ferias y Mercados

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Milton Reyes
2.4 CALLE: Remigio y Portovelo 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.6 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:
Latitud: Longitud:

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

- a. NOMBRE DEL POBLADO: Aguas Verdes DISTANCIA (Km): 4 Km.
b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):

C A L I D A D	V A L O R I N T E R S E C O	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Su atractivo es comercial, la visita a Huaquillas es para hacer compras, porque los precios en las dos ciudades (incluida Aguas Verdes) son más bajos que en las grandes ciudades. El gran flujo comercial permite abaratar precios. Por eso es posible adquirir bienes como equipos eléctricos, ropa y calzado, artículos para el hogar y una gran cantidad de productos comestibles.</p>
---------------------------------	--	--

VALOR C A L I D A D S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Importante lugar que atrae la visita de los turistas debido a que las compras resultan más convenientes.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
--	--

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS: Es un lugar muy visitado todos los días que se encuentra a paso libre en las calles de la ciudad.

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					DÍAS AL MES: 30

Y O	ESPARCIMIENTO																	
	<p> AGENCIA DE VIAJE: X ALMACENES DE ARTESANÍAS: X OTROS: CORREOS: TELÉFONOS, FAX, TELEX: X </p> <p>OBSERVACIONES:</p>																	
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA																		
10.1 AGUA:																		
POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:																		
10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:																		
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:																		
10.3 ALCANTARILLADO:																		
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																		
11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS																		
ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS																		
<table border="0"> <tr> <td>Nombres:</td> <td>Distancias:</td> </tr> <tr> <td>Puente Fronterizo</td> <td>10 m.</td> </tr> <tr> <td>Iglesia La Merced</td> <td>2 m.</td> </tr> </table>													Nombres:	Distancias:	Puente Fronterizo	10 m.	Iglesia La Merced	2 m.
Nombres:	Distancias:																	
Puente Fronterizo	10 m.																	
Iglesia La Merced	2 m.																	

S	12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos.
I	LOCAL: X	
G	PROVINCIAL: X	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
N	NACIONAL: X	
I	INTERNACIONAL:	
F		
I		
C		FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR
A		
D		
O		

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 3
 1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
 1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Ladrilleras
 1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Etnografía 1.8 SUBTIPO: Artesanías

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA:
 2.4 CALLE: Cabo Minacho 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
 2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 03°29'21" S Longitud: 80°13'49.3" W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Huaquillas DISTANCIA (Km): 1.5 Km.
 b. NOMBRE DEL POBLADO: Arenillas DISTANCIA (Km): Km.

V A L O R C A L I D A D I N T R Í N S E C O	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 2 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>En el sector de las ladrilleras podemos encontrar los hornos donde se elaboran los ladrillos, además se puede observar detenidamente cada paso de la producción de los mismos.</p>
--	---

V A L O R C A E L X I T D R A Í N S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Importante lugar que atrae la visita de los turistas. Debido a que se puede observar detenidamente el proceso de elaboración de los ladrillos de una forma artesanal y muy llamativa.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
---	---

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS:

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS: Solo la gente del sector lo visita.

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO	X			AUTOMÓVIL	X				DÍAS AL MES: 30
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					

Y O	<p>AGENCIA DE VIAJE: ALMACENES DE ARTESANÍAS: OTROS: CORREOS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :</p> <p>OBSERVACIONES:</p>	
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
10.1 AGUA:		
POTABLE: X	ENTUBADA:	TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:
10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:		
SISTEMA INTERCONECTADO: X	GENERADOR:	NO EXISTE: OTROS:
10.3 ALCANTARILLADO:		
RED PÚBLICA: X	POZO CIEGO:	POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:
11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS		
Nombres:	Distancias:	
Puente Fronterizo	100 m.	
S I G N I F I C A D	<p>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL: X</p> <p>PROVINCIAL: X</p> <p>NACIONAL:</p> <p>INTERNACIONAL:</p>	
		<p>Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos.</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p style="text-align: center;">FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>

0		
---	--	--

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 4
 1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
 1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque Central El Algarrobo y Mirador Turístico
 1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas 1.8 SUBTIPO:
 Obras técnicas.

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Milton Reyes
 2.4 CALLE: Av. Hualtaco 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
 2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 03°28'5.07" S Longitud: 80°14'18.6 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

- a. NOMBRE DEL POBLADO: Puerto Hualtaco DISTANCIA (Km): 1.5 Km.
- b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km): Km.

C A L I D A D	V A L O R	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>El parque central el algarrobo está ubicado a un lado del Municipio del cantón, al estar ubicado en el centro del mismo tiene una gran visita por los turistas. Cuenta con una piscina de peces artificial además con una pileta de muy colorida y moderna. Todo el parque tiene una gran iluminación y cuenta con una vegetación propia para el parque.</p>
---------------------------------	-----------------------	--

V A L O R C A E L X I T D R A Í N S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>El atractivo es un lugar donde se puede recrear toda la familia porque se puede pasear a sus alrededores y observar la arquitectura moderna que lo compone al igual que las plantas que lo rodean. Además cuenta con una plazoleta donde se realizan actos de carácter cultural.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
---	--

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS: Debido a que el municipio tiene un control permanente del parque.

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					DÍAS AL MES: 30

Y O	ESPARCIMIENTO											
	AGENCIA DE VIAJE: CORREOS: OBSERVACIONES:	ALMACENES DE ARTESANÍAS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :		OTROS:								
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA 10.1 AGUA: POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:												
10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:												
10.3 ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:												
11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS Nombres: Distancias: Puente Fronterizo 5 km.												
S I G N I F I C	12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: X PROVINCIAL: X NACIONAL: INTERNACIONAL:						Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos.					
							----- FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR					

A		
D		
O		

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 5
 1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
 1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque Infantil Unión Lojana
 1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas 1.8 SUBTIPO:
 Obras técnicas.

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTON: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Unión Lojana
 2.4 CALLE: Av. La República 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
 2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 03°28'52.8" S Longitud: 80°14'35.2" W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Hualtaco DISTANCIA (Km): 8 Km.
 b. NOMBRE DEL POBLADO: Arenillas DISTANCIA (Km): 16 Km.

V A L O R C A L I D A D I N T E R N A C I O N A L	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 23,5°C- 26,9°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Este parque lleva el nombre de unión lojana ya que la mayoría de los habitantes huaquillenses pertenecen a la provincia de Loja. Este es un pequeño parque arquitectónicamente es moderno, con una variedad de colores y construido con madera, cemento y hierro.</p>
---	--

VALORACIONES	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>En este lugar hay un pequeño kiosco en donde puede degustar de bebidas, o de confitería.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
--------------	---

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS:

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				DÍAS AL MES: 30
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO				BARCO						

Y O	<p> AGENCIA DE VIAJE: CORREOS: </p> <p> ALMACENES DE ARTESANÍAS: TELÉFONOS, FAX, TELEX : </p> <p> OTROS: </p> <p> OBSERVACIONES: </p>				
	<p> 10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA </p> <p> 10.1 AGUA: </p> <p> POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: </p> <p> 10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA: </p> <p> SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: </p> <p> 10.3 ALCANTARILLADO: </p> <p> RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS: </p> <p> 11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS </p> <p> ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS </p> <table data-bbox="129 1134 941 1239"> <tr> <td>Nombres:</td> <td>Distancias:</td> </tr> <tr> <td>Comercio Fronterizo</td> <td>3 Km</td> </tr> </table>	Nombres:	Distancias:	Comercio Fronterizo	3 Km
Nombres:	Distancias:				
Comercio Fronterizo	3 Km				
S I G N I F I C A	<p> 12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO </p> <p> LOCAL: X </p> <p> PROVINCIAL: </p> <p> NACIONAL: </p> <p> INTERNACIONAL: </p> <hr/> <p> FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR </p>				

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 6
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Monumento al Camarón y Monumento al Pescador.
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Etnografía 1.8 SUBTIPO: Arquitectura vernácula

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Hualtaco
2.4 CALLE: 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 3°28'11.07" S Longitud: 80°13'57,08" W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Puerto Hualtaco DISTANCIA (Km): 5 Km.
b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):

D O		
----------------------	--	--

C A L I D A D	V A L O R I N T E R I O R	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Este monumento hace referencia al camarón ya que es un producto con mucha acogida en el cantón, hay muchas personas que se dedican a tener como actividad comercial camaroneras y este producto viene a formar parte de uno de las principales fuentes de actividad comercial.</p> <p>El monumento al pescador de la zona se lo creo porque pescar, es, ha sido y sigue siendo la actividad principal en el sector, los productos vienen a formar parte de uno de los principales fuentes de actividad comercial.</p>
---------------------------------	---	---

V A L O R C A L I T D A D N S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Es un monumento que nos da una idea de lo importante que es el camarón como generador de ingresos para la población de Huaquillas.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
--	---

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO:

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO: X

6.6 CAUSAS: Presencia de basura a sus alrededores.

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					DÍAS AL MES: 30

Y O	<p>AGENCIA DE VIAJE: ALMACENES DE ARTESANÍAS: OTROS: CORREOS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :</p> <p>OBSERVACIONES:</p>						
	<p>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>10.1 AGUA:</p> <p>POTABLE: ENTUBADA: X TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:</p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.3 ALCANTARILLADO:</p> <p>RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS</p> <table data-bbox="138 1071 998 1207"> <thead> <tr> <th>Nombres:</th> <th>Distancias:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Monumento al Pescador</td> <td>0,30 Km.</td> </tr> <tr> <td>Puerto Hualtaco</td> <td>5 Km.</td> </tr> </tbody> </table>	Nombres:	Distancias:	Monumento al Pescador	0,30 Km.	Puerto Hualtaco	5 Km.
Nombres:	Distancias:						
Monumento al Pescador	0,30 Km.						
Puerto Hualtaco	5 Km.						
S I G N I F I C A	<p>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL: X</p> <p>PROVINCIAL: X</p> <p>NACIONAL:</p> <p>INTERNACIONAL:</p> <p>-----</p> <p>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>						

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 7
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Monumento a la Paz
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Etnografía 1.8 SUBTIPO: Arquitectura vernácula

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Unión Lojana
2.4 CALLE: Av. La República y Martha Bucaram 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 3°29'05.4" S Longitud: 80°12'54.1" W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Arenillas DISTANCIA (Km): 29,1 Km.
b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):

D O		
----------------------	--	--

C A L I D A D	V A L O R I N T R Í N S E C O	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>El monumento a la Paz se inaugura en el mes e octubre del 2010, como relevancia a la paz y unidad entre Ecuador y Perú y como muestra d hermandad de los mismos.</p>
---------------------------------	---	--

C A L I D A D	V A L O R E X T R Í N S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
---------------------------------	---	--

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS: Presencia de desechos y uso de la población del balneario en revendería.

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					DÍAS AL MES: 30

O	<p>AGENCIA DE VIAJE: ALMACENES DE ARTESANÍAS: OTROS: CORREOS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :</p> <p>OBSERVACIONES:</p>						
	<p>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>10.1 AGUA:</p> <p>POTABLE :X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:</p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.3 ALCANTARILLADO:</p> <p>RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS</p> <table border="0"> <tr> <td>Nombres:</td> <td>Distancias:</td> </tr> <tr> <td>Comercio y puente fronterizo</td> <td>10 Km.</td> </tr> <tr> <td>Ladrilleras</td> <td>5 Km.</td> </tr> </table>	Nombres:	Distancias:	Comercio y puente fronterizo	10 Km.	Ladrilleras	5 Km.
Nombres:	Distancias:						
Comercio y puente fronterizo	10 Km.						
Ladrilleras	5 Km.						
S I G N I F I C A	<p>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL: X</p> <p>PROVINCIAL: X</p> <p>NACIONAL:</p> <p>INTERNACIONAL:</p> <p>-----</p> <p>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>						

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 8
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Museo Histórico de Huaquillas “Andrés Campos Hidalgo”
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Histórica 1.8 SUBTIPO: Colecciones Particulares

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Hualtaco
2.4 CALLE: 15 de Agosto y Galápagos - Calle Pasaje y vía La Guada 2.5 NÚMERO:
2.6 TRANSVERSAL: 2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 03°28'5.07" S Longitud: 80°13'30.03 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Puerto Hualtaco DISTANCIA (Km): 6 Km.
b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):

D
O

<p style="text-align: center;">C A L I D A D</p>	<p style="text-align: center;">V A L O R</p>	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Este museo fue fundado del 1 de Octubre del 2006, este museo se caracteriza por poseer más de tres mil piezas en exhibición.</p> <p>Además novedosas colecciones de Paleontología (fósiles), Antropología (Osamenta de nuestros ancestros), Arqueología (Cultura Jambelí entre otras), Esculturas de piedra (Megalitos), Tiestoteca (3000 pedazos de ollas y restos de la Cultura Jambelí) Geología (Madera, Frutas y moluscos petrificados), Mineralogía (Colección de minerales y rocas), Taxidermia (Animales disecados), Numismática (Colección de monedas), Artesanías (Locales, nacionales e internacionales), Especies marinas (Especies marinos disecados), Biblioteca (Escritores Huaquillenses, Orenses, Nacionales e Internacionales), Xiloteca (Colección de maderas), Fimoteca (Colección de Videos), Musicoteca (Colección de videos musicales, y música de autores y artistas Huaquillenses), Fotografía (Colección fotográfica), Pinturas (cuadros de óleo).</p>
--	--	---

V A L O R C A L I T D A D N S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Lugar para adquirir nuevos conocimientos acerca de restos fósiles, marinos, y demás encontrados en los alrededores de Huaquillas, destacándose lo más importante que es la Cultura del lugar.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
--	--

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS: Debido a que su dueño se preocupa por conservarlo y cada vez trata de hacer más extensa la colección.

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO:

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO: X

7.6 CAUSAS: Las viviendas del sector están descuidadas esto no da buena impresión a los turistas que visitan el museo.

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				DÍAS AL MES: 30
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					

Y O	AGENCIA DE VIAJE: CORREOS:	ALMACENES DE ARTESANÍAS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :	OTROS:						
	OBSERVACIONES:								
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA									
10.1 AGUA:									
POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:									
10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:									
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:									
10.3 ALCANTARILLADO:									
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:									
11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS									
ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS									
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Nombres:</td> <td style="width: 50%;">Distancias:</td> </tr> <tr> <td>Concha asada:</td> <td style="text-align: right;">8,7 km</td> </tr> <tr> <td>Comercio y puente Fronterizo</td> <td style="text-align: right;">3,7 km</td> </tr> </table>				Nombres:	Distancias:	Concha asada:	8,7 km	Comercio y puente Fronterizo	3,7 km
Nombres:	Distancias:								
Concha asada:	8,7 km								
Comercio y puente Fronterizo	3,7 km								
S I G N I F I C	12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos. <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR						
	LOCAL: X								
	PROVINCIAL: X								
	NACIONAL:								
	INTERNACIONAL:								

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 9
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta de Cantonización de Huaquillas
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Acontecimientos Programados 1.8 SUBTIPO: Fiestas

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Milton Reyes
2.4 CALLE: 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: Longitud:

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Hualtaco DISTANCIA (Km): 5 Km.
b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):

A
D
O

V A L O R C A L I D A D I N T E R S E C O	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Los Huaquillenses a más de ser trabajadores, honestos y emprendedores, son muy fiesteros, trabajan para sus celebraciones que son de gran opulencia.</p> <p>En el mes de octubre se celebra la fiesta de cantonización la cual se da la variedad de actividades; artísticas, religiosas, gastronómicas, y de trascendencia, como son los juegos populares en la que realizan competencias de pichirilos (carros de madera), juegos con trompos, canicas, palo encebado, ollas encantadas entre otros.</p> <p>En que cada año estas fiestas culminan en un gran desfile cívico y militar el 6 de octubre..</p>
---	---

V A L O R C A L I T D A D I N S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Durante este mes el Municipio de Huaquillas prepara programas artísticos, deportivos y sociales, por lo hay que tener cuidado en las calles principales por la afluencia de vehículos que transitan por el centro de la ciudad.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
---	---

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS:

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					DÍAS AL MES: 30

	FLUVIAL				CANOA					Culturales:	Día Inicio:
	AÉREO				AVIÓN					HORAS AL DÍA: 24	
					AVIONETA					Culturales:	Día Inicio:
				HELICÓPTERO					Naturales:	Día Fin:	

9. FACILIDADES TURÍSTICAS

A P O Y O	SERVICIOS	CATEGORÍAS									
		LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	
	ALOJAMIENTO										
	ALIMENTACIÓN										
	ESPARCIMIENTO										
	AGENCIA DE VIAJE: CORREOS: OBSERVACIONES:	ALMACENES DE ARTESANÍAS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :		OTROS:							

	<p>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>10.1 AGUA:</p> <p>POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:</p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.3 ALCANTARILLADO:</p> <p>RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS</p> <p>Nombres: Distancias:</p>	
<p>S</p> <p>I</p> <p>G</p> <p>N</p> <p>I</p> <p>F</p> <p>I</p> <p>C</p> <p>A</p> <p>D</p> <p>O</p>	<p>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL: X</p> <p>PROVINCIAL: X</p> <p>NACIONAL:</p> <p>INTERNACIONAL:</p>	<p>Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos.</p> <p>-----</p> <p>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 10
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta de la Virgen de El Cisne
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Realizaciones artísticas contemporáneas 1.8 SUBTIPO: Fiestas

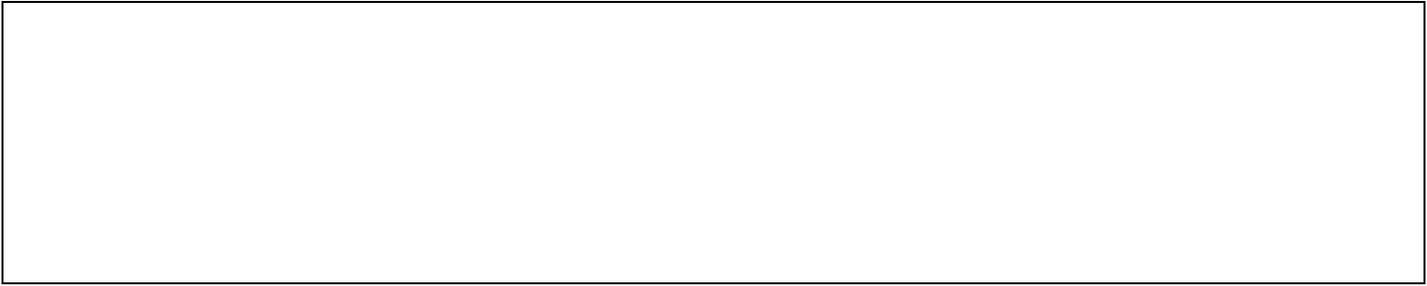
2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA:
2.4 CALLE: 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: Longitud:

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

- a. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):
- b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):



C A L I D A D	V A L O R	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA:10 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 23,5°C- 26,9°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Se festejan durante todo el mes de agosto, con juegos deportivos, castillos, juegos pirotécnicos. Y el día de la víspera se celebra con una misa de acción de gracias a la Virgen del Cisne y luego se realiza un programa en la noche con artistas de la localidad.</p>
---------------------------------	-----------------------	---

V A L O R C A L I D A D S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Esta celebración es de mucho significado religioso y le ponen mucho empeño los sacerdotes que en su mayoría son extranjeros.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
--	--

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

6.1 ALTERADO: 6.2 NO ALTERADO:
 6.3 DETERIORADO: 6.4 CONSERVADO: X
 6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:
 6.6 CAUSAS:

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO: 7.2 NO ALTERADO:
 7.3 DETERIORADO: 7.4 CONSERVADO: X
 7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:
 7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO				BARCO					DÍAS AL MES: 30	

Y O	AGENCIA DE VIAJE: CORREOS: OBSERVACIONES:	ALMACENES DE ARTESANÍAS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :	OTROS:
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
10.1 AGUA:			
POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:			
10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:			
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:			
10.3 ALCANTARILLADO:			
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:			
11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			
ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS			
Nombres: Distancias:			
S I G N I F I C A D	12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: X PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL:	Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos. <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR	

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 11
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Señor Cautivo de Ayabaca
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Realizaciones artísticas contemporáneas 1.8 SUBTIPO: Fiestas

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA:
2.4 CALLE: 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: Longitud:

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

- a. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):
- b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):

O		
----------	--	--

VALOR C A L I D A D I N T R Í N S E C O	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 23,5°C- 26,9°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Su celebración es el 12 de octubre de cada año, durante esta celebración acuden los Huaquillenses y los hermanos peruanos por lo que la celebran juntos esta fiesta con juegos populares y deportivos, en los cuales están involucrados directamente en la organización de esta fiesta.</p>
--	--

V A L O R C A L I D A D S E C O	5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	<p>Esta celebración es de mucho significado religioso tanto para peruanos como para personas de Huaquillas.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
--	--	---

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS:

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO				BARCO					DÍAS AL MES: 30	

O	AGENCIA DE VIAJE: CORREOS: OBSERVACIONES:	ALMACENES DE ARTESANÍAS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :	OTROS:
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA 10.1 AGUA: POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: 10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: 10.3 ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS: 11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS Nombres: Distancias:			
S I G N I F I C A	12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: X PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL:	Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos. ----- FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR	

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 12
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Festival Gastronómico de Puerto Hualtaco
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Realizaciones artísticas contemporáneas 1.8 SUBTIPO: Gastronomía

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Hualtaco
2.4 CALLE: 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 03°26'.09" S Longitud: 80°13'.06 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Huaquillas DISTANCIA (Km): 5 Km.
b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km):

D
O

C A L I D A D	V A L O R I N T R Í N S E C O	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>En este festival se da la preparación y variedad de platos preparados a base de mariscos con su especialidad de las conchas. El Festival Gastronómico el último domingo de Septiembre. Se festejan con juegos deportivos, castillos, juegos pirotécnicos.</p>
---------------------------------	---	--

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS:

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365
	LASTRADO		X		AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					DÍAS AL MES: 30

O	<p>AGENCIA DE VIAJE: ALMACENES DE ARTESANÍAS: OTROS: CORREOS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :</p> <p>OBSERVACIONES:</p>						
	<p>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>10.1 AGUA:</p> <p>POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:</p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.3 ALCANTARILLADO:</p> <p>RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th data-bbox="138 1073 263 1100">Nombres:</th> <th data-bbox="824 1073 959 1100">Distancias:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="138 1136 630 1163">Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo</td> <td data-bbox="899 1136 967 1163">3 Km</td> </tr> <tr> <td data-bbox="138 1173 500 1201">Comercio y puente Fronterizo</td> <td data-bbox="899 1173 959 1201">5 km</td> </tr> </tbody> </table>	Nombres:	Distancias:	Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo	3 Km	Comercio y puente Fronterizo	5 km
Nombres:	Distancias:						
Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo	3 Km						
Comercio y puente Fronterizo	5 km						
S I G N I F I C	<p>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL: X</p> <p>PROVINCIAL: X</p> <p>NACIONAL:</p> <p>INTERNACIONAL:</p> <p>-----</p> <p>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>						

**UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURISTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 13
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Sudado Mixto
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Etnografía 1.8 SUBTIPO: Comidas Típicas

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Huaquillas
2.4 CALLE: 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACION GEOGRÁFICA:

Latitud: 3°26'57" S Longitud: 80°13'34.9 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Huaquillas DISTANCIA (Km): 1 Km.
b. NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km): Km.

A D O		
-------------	--	--

C A L I D A D	V A L O R	<p>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 10 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 22°C- 30°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Plato típico de Huaquillas, muy apetecido por las personas que llegan al lugar. El plato consta de</p>
---------------------------------	-----------------------	--

VALORACIONES	<p>5. USOS DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</p> <p>Importante lugar que atrae la visita de los turistas. Debido a que las compras resultan más convenientes.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
--------------	--

6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS: Es un lugar muy visitado todos los días, se encuentra a paso libre en las calles de la ciudad.

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS:

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E N T R A N A L	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DIAS AL AÑO: 365
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X				DIAS AL MES: 30
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO				TREN					
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					

Y
O

AGENCIA DE VIAJE:
CORREOS:

ALMACENES DE ARTESANIAS:
TELEFONOS, FAX, TELEX :

OTROS:

OBSERVACIONES:

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA:

POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE:
OTROS:

9.2 ENERGÍA ELECTRICA:

SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE:
OTROS:

9.3 ALCANTARILLADO:

RED PUBLICA: X POZO CIEGO: POZO SEPTICO: NO EXISTE:
OTROS:

10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS

ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILOMETROS

Nombres:

Distancias:

Comercio y puente Fronterizo

100 m.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 14
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Conchas
1.6 CATEGORÍA: Cultural 1.7 TIPO: Etnografía 1.8 SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA: Hualtaco
2.4 CALLE: 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 3°26'9" S Longitud: 80°13'6" W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

- a. NOMBRE DEL POBLADO: Huaquillas DISTANCIA (Km): 5 Km.
- b. NOMBRE DEL POBLADO: Arenillas DISTANCIA (Km): 19,3 Km.

S	11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos.
I	LOCAL: X	
G	PROVINCIAL: X	
N	NACIONAL:	
I	INTERNACIONAL:	
F		----- FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR
I		
C		
A		
D		
O		

C A L I D A D	V A L O R I N T R Í N S E C O	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>a. ALTURA: 2 m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 23,5°C- 26,9°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales</p> <p>Este es el producto principal del cantón, en relación a la concha peruana, la concha ecuatoriana en su longitud es mayor.</p>
---------------------------------	---	--

C A L I D A D	V A L O R E X T R Í N S E C O	<p>5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>Es un plato típico que se degusta a nivel de toda la costa de Ecuador.</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>
---------------------------------	---	---

6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO

6.1 ALTERADO: X

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO:

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS: Debido a la influencia de la gastronomía peruana se ha perdido la costumbre en su preparación.

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO:

7.4 CONSERVADO: X

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS: sus moradores se preocupan por mantener sus alrededores y locales en buen estado.

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4	X					
	SENDERO				TREN						
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					DÍAS AL MES: 30	
	FLUVIAL	X			CANOA	X				Culturales:	Día Inicio: Día Fin:

			X			OTROS					Naturales:	
	AEREO					AVIÓN					HORAS AL DÍA: 8	
						AVIONETA					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
						HELICÓPTERO					Naturales:	
OBSERVACIONES:												
9. FACILIDADES TURÍSTICAS												
A P O Y O	SERVICIOS	CATEGORÍAS										
		LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		OTROS
	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas		
	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACIÓN											
	ESPARCIMIENTO											
AGENCIA DE VIAJE: CORREOS: OBSERVACIONES:												
ALMACENES DE ARTESANÍAS: TELÉFONOS, FAX, TELEX :												
OTROS:												

	<p>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>10.1 AGUA:</p> <p>POTABLE: X ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:</p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.3 ALCANTARILLADO:</p> <p>RED PÚBLICA: POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: X NO EXISTE: OTROS:</p> <p>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS</p> <p>Nombres: Distancias:</p> <p>Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo 9 Km.</p> <p>Comercio fronterizo 5 Km.</p>	
<p>S</p> <p>I</p> <p>G</p> <p>N</p> <p>I</p> <p>F</p> <p>I</p> <p>C</p> <p>A</p> <p>D</p> <p>O</p>	<p>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL: X</p> <p>PROVINCIAL: X</p> <p>NACIONAL: X</p> <p>INTERNACIONAL:</p>	<p>Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos.</p> <p>-----</p> <p>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:

1.1 ENCUESTADOR: 1.2 FICHA: N° 15
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Patricia Armijos 1.4 FECHA:
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque Seco y Conchal
1.6 CATEGORÍA: Natural 1.7 TIPO: Bosques 1.8 SUBTIPO: Bosque Seco Tropical

2. UBICACIÓN:

2.1 PROVINCIA: El Oro 2.2 CIUDAD Y/O CANTÓN: Huaquillas 2.3 PARROQUIA:
2.4 CALLE: 2.5 NÚMERO: 2.6 TRANSVERSAL:
2.7 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

Latitud: 3°27'7.9" S Longitud: 80°11'4" W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

a. NOMBRE DEL POBLADO: Huaquillas DISTANCIA (Km): 8,7 Km.

b. NOMBRE DEL POBLADO: Arenillas DISTANCIA (Km): 29,1 Km.

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

a. ALTURA: 10m.s.n.m. b. TEMPERATURA: 23,5°C- 26,9°C. c. PRECIPITACIÓN: 625,2mm³ anuales

Ubicado a 15 minutos vía terrestre desde el centro de la ciudad, el acceso puede ser por vía terrestre o se puede tomar una lancha desde Puerto Hualtaco que le tomará 30 minutos y podrá a la vez admirar el manglar y cruzar el estero salado.

En el conchal hay una colección al interior: Sitio arqueológico compuesto por varios montículos de conchas creado por la combinación de factores culturales y naturales. Muchas de las conchas están acumuladas debido al uso intensivo de las mismas por parte de nuestros ancestros, también hay presencia en superficie de varios fragmentos de cerámica antigua.

Pureza de la colección: originales

Estado de la conservación: parcialmente conservados.

Distribución espacial: Presencia de los conchales combinados con la presencia de flora y fauna del sector. Estos conchales se pueden observar camino a la camaronera.

Demás: Los conchales han sido parcialmente estudiados por arqueólogos desde los años 50. La mayoría de ellos han dejado de existir por la creación de numerosas camaroneras en la zona.

C
A
L
I
D
A
D
V
A
L
O
R
I
N
T
R
Í
N
S
E
C
O

Nota: En estos conchales se encuentran en la Aguada en la Camaronera Agua Marina, propiedad de los Señores Ochoa. Con una extensión de 2 km. cubre aproximadamente 800 hectáreas. Se observa dentro de un bosque primario donde la vegetación que predomina está compuesta principalmente por cubo, palo santo, hualtaca, guayacán, algarrobo, charan, cactus y payaso. Se observa además la presencia de esteros cercanos como la Isla Seca y Róbaló. Entre la fauna existente tenemos: las garzas, pelícanos, gavilanes, flamenco, garrapateros, entre otros. Hay mangle blanco y rojo.

5. USOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

V
A
L
O
R
C
A
L
E
X
I
T
D
A
Í
N
S
E
C
O

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

6.1 ALTERADO:

6.2 NO ALTERADO:

6.3 DETERIORADO:

6.4 CONSERVADO: X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

6.6 CAUSAS:

7. ENTORNO

7.1 ALTERADO:

7.2 NO ALTERADO:

7.3 DETERIORADO: X

7.4 CONSERVADO:

7.5 EN PROCESO DE DETERIORO:

7.6 CAUSAS: Descuento de la población en mantener el mirador cuidado y preservado para la visita de turistas.

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B U E N O	R E G U L A R	M A L O		D I A R I A	S E M A N A L	M E N S U A L	E V E N T U A L		
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				DÍAS AL AÑO: 365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				DÍAS AL MES: 30	
	EMPEDRADO				4X4	X					
	SENDERO				TREN						
ACUÁTICO	MARÍTIMO FLUVIAL				BARCO					Culturales:	Día Inicio:
					CANOA						Día Fin:

						OTROS					Naturales:	
AÉREO						AVIÓN					HORAS AL DÍA: 8	
						AVIONETA					Culturales:	Día Inicio: Día Fin:
						HELICÓPTERO					Naturales:	

OBSERVACIONES:

9. FACILIDADES TURÍSTICAS

A P O Y O	SERVICIOS	CATEGORÍAS										OTROS
		LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas	Número Establecimientos	Plazas		
	ALOJAMIENTO											
	ALIMENTACIÓN											
ESPARCIMIENTO												
	AGENCIA DE VIAJE:		ALMACENES DE ARTESANÍAS:				OTROS:					
	CORREOS:		TELÉFONOS, FAX, TELEX :									
	OBSERVACIONES:											

	<p>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>10.1 AGUA:</p> <p>POTABLE: ENTUBADA: TRATADA: DE POZO: X NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA:</p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>10.3 ALCANTARILLADO:</p> <p>RED PÚBLICA: POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: X NO EXISTE: OTROS:</p> <p>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>ESPECIFICAR NOMBRE Y DISTANCIA EN KILÓMETROS</p> <table border="0"> <tr> <td>Nombres:</td> <td>Distancias:</td> </tr> <tr> <td>Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo</td> <td>13,8 Km.</td> </tr> <tr> <td>Comercio Fronterizo</td> <td>10,1 Km.</td> </tr> </table>	Nombres:	Distancias:	Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo	13,8 Km.	Comercio Fronterizo	10,1 Km.	
Nombres:	Distancias:							
Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo	13,8 Km.							
Comercio Fronterizo	10,1 Km.							
<p>S</p> <p>I</p> <p>G</p> <p>N</p> <p>I</p> <p>F</p> <p>I</p> <p>C</p> <p>A</p> <p>D</p> <p>O</p>	<p>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL: X</p> <p>PROVINCIAL: X</p> <p>NACIONAL:</p> <p>INTERNACIONAL:</p>	<p>Certifico que los datos constantes en estas fichas son verídicos.</p> <p>-----</p> <p>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</p>						

ANEXO No.11

SIMBOLOGÍA DE ATRACTIVOS

SIGNIFICADO	SÍMBOLO
Bosque	
Iglesia	
Museo	
Monumento	
Centro histórico	

Juegos infantiles	
Restaurant	
Puerto	
Puente fronterizo	
Producto concha	
Gastronomía	
Fiestas	

Ladrilleras	
Compras	

ANEXO No.12

FORMATO DE ENCUESTAS APLICADA A TURISTAS

ENCUESTA PARA TURISTAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.



1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nacionalidad:

1.2 Medio de transporte:

1. Autobús () 2. Vehículo privado () 3. Otros

1.3 Sexo:

1. M () 2. F ()

1.4 Edad:

1.5 Nivel de Instrucción:

1. Primaria () 2. Secundaria () 3. Superior () 4. Postgrado ()

1.6 Fecha de Salida:

Día:() mes:() año: ()

1.7 Situación ocupacional:

1. Fuerzas armadas ()
2. Artesanos y trabajadores cualificados de industria ()
3. Trabajadores no cualificados ()
4. Empleados de tipo administrativo ()
5. Dirección de las empresas y de las administraciones públicas ()
6. Trabajadores de los servicios de restauración, y hotelería ()
7. Técnicos y profesionales científicos e intelectuales ()
8. Otros. ()

2. ESTANCIA EN HUAQUILLAS

2.1 Número de noches en Huaquillas:()

2.2 Forma de viajar:

1. Solo () 2. En grupo () No. ()

2.3 Tipo de alojamiento utilizado:

1. Hotel/ hostel/ residencial () 2. Vivienda propia ()
3. Casa de familiares/amigos () 4. Otros (Especifique):

2.4 Motivo de viaje:

2.4.1 Motivos personales:

1. Vacaciones/recreo y ocio: () 2. Visita a familiares/ amigos ()
3. Educación: () 4. Atención médica y de salud ()
5. Religión/peregrinaciones: () 6. Compras: ()
7. Otros motivos (Especifique):

2.4.2 Negocios y motivos profesionales:

8. Negocios y motivos profesionales individuales ()
9. Reuniones, eventos, congresos ()

2.5 Atractivos visitados en el Cantón Huaquillas

1. Puerto Hualtaco ()
2. Comercio y puente fronterizo ()
3. Ladrilleras ()
4. Parque central “El Algarrobo” y Mirador Turístico ()
5. Parque Infantil Unión Lojana ()
6. Monumento al camarón y Monumento al Pescador ()
7. Monumento a la Paz ()
8. Bosque Seco y El conchal ()
9. Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo ()
10. Festival Gastronómico de Puerto Hualtaco ()
11. Sudado Mixto ()
12. Conchas ()
13. Fiesta de la Virgen de El Cisne ()
14. Fiesta del Señor Cautivo de Ayabaca ()
15. Fiesta de cantonización de Huaquillas ()

2.6 Principal actividad que realizó:

1. Comercio () 2. Visita a familiares/amigos ()
3. Eventos Culturales () 4. Excursión ()
5. Visita museos () 6. Visita a playas ()
7. Observar flora y fauna () 8. Visitar sitios históricos, religiosos ()

9. Diversión, esparcimiento () 10. Práctica de deportes ()
11. Gastronomía () 12. Otras (Especifique) ()

2.7 Medio de información que motivó su visita

1. Internet () 2. Documentales ()
3. Revistas internacionales () 4. Agencia de viaje ()
5. Familiares/amigos () 6. Televisión ()
7. Eventos promocionales () 8. Guías turísticos, folletos, periódicos ()
9. Libros especializados () 10. Otros (Especifique):

ANEXO No. 13

TABLA DE CODIFICACIÓN DE LA ENCUESTA. UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

1. DATOS GENERALES:

1.1 Medio de transporte: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Autobús
2	Vehículo privado
3	Otros

1.2 Fecha de llegada y salida.

1. Fecha: Escribir los datos de acuerdo a como se solicita la pregunta.

1.3 Género: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Masculino
2	Femenino

1.4 Edad: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	20-25 años
2	26-30 años
3	31-35 años

4	36-40 años
5	41-45 años
6	46-50 años
7	51-55 años
8	56-60 años
9	61-65 años
10	66-70 años
11	71-75 años
12	76-80 años

1.5 Nacionalidad: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Perú
2	Ecuador
3	Argentina
4	Colombia
5	Chile
6	Estados Unidos
7	Venezuela
8	Alemania
9	Gran Bretaña
10	Bolivia
11	Australia
12	Francia

13	España
14	Italia
15	Canadá
16	Suecia
17	Brasil
41	Otros: Filipinas, China Popular (Pekín), Finlandia, Eslovaquia, Ucrania, Rumania, República Dominicana, Honduras, Cuba etc.

1.6 Situación ocupacional: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Fuerzas Armadas
2	Artesanos y trabajadores cualificados de industria
3	Trabajadores no cualificados
4	Empleados de tipo administrativo
5	Dirección de las empresas y de las administraciones públicas
6	Trabajadores de los servicios de restauración, y hotelería
7	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales
8	Otros

1.7 Nivel de instrucción: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Primaria
2	Secundaria
3	Superior
4	Postgrado

2. ESTANCIA EN HUAQUILLAS

2.1 Motivo del viaje: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Vacaciones/recreo y ocio
2	Visita a familiares/ amigos
3	Educación
4	Atención médica y de salud
5	Religión
6	Compras
7	Negocios y motivos profesionales individuales
8	Otros

2.2 Forma de viajar: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Solo

2	En grupo
---	----------

2.3 Número de noches en Huaquillas: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	0-10 noches
2	11-20 noches
3	21-30 noches
4	31-40 noches
5	41-50 noches
6	51-60 noches
7	61-70 noches
8	71-80 noches
9	81-90 noches

2.4 Principal tipo de alojamiento que utilizó: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Hotel/ hostel/ residencial.
2	Casa de familiares/amigos
3	Otros (Especifique)

2.5 Atractivos visitados: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Puerto Hualtaco
2	Comercio y puente fronterizo
3	Ladrilleras
4	Parque central “El Algarrobo” y Mirador Turístico
5	Parque Infantil Unión Lojana
6	Monumento al camarón y Monumento al Pescador
7	Monumento a la Paz
8	Bosque Seco y El conchal
9	Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo
10	Festival Gastronómico de Puerto Hualtaco
11	Sudado Mixto
12	Conchas
13	Fiesta de la Virgen de El Cisne
14	Fiesta del Señor Cautivo de Ayabaca
15	Fiesta de cantonización de Huaquillas

2.6 Principal actividad que realizó: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiqueta
1	Negocios
2	Visita a familiares/amigos
3	Eventos Culturales

4	Excursión
5	Visita museos
6	Visita a playas
7	Observar flora y fauna
8	Visitar sitios, históricos, religiosos
9	Diversión, esparcimiento
10	Práctica de deportes
11	Gastronomía
12	Compras
13	Otros (especifique):

2.7 Medio de información que motivó su visita: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiquetas
1	Internet
2	Documentales
3	Revistas Internacionales
4	Agencias de viajes
5	Familiares/amigos
6	Televisión
7	Eventos promocionales
8	Guías turísticos, folletos, periódicos
9	Libros especializados
10	Otros (Especifique)

3. Estaría dispuesto a volver a Huaquillas: Tabular de acuerdo a las siguientes variables.

Valor	Etiquetas
1	Si
2	No

ANEXO No.14

MANUAL DEL ENCUESTADOR

1.1 Funciones del encuestador

- Asistir a los cursos de entrenamiento y capacitación
- Presentarse puntualmente a los sitios de trabajo, de acuerdo al cronograma establecido por el supervisor de cada grupo.
- Recibir los materiales necesarios para la aplicación de la encuesta y verificar que estén completos. Igualmente responsabilizarse por ellos y velar por su conservación.
- Identificarse, presentando siempre la credencial en un lugar visible.
- Diligenciar los formularios conforme a los conceptos y normas establecidas en el presente manual.
- Informar a su supervisor en caso de presentarse algún problema en la realización de su trabajo.
- Evitar cualquier tipo de discusión con los informantes.
- Remitirse sólo a realizar las preguntas que contiene el formulario.
- Terminado el trabajo asignado, el encuestador debe revisar y ordenar los formularios para ser entregados a su supervisor en la forma establecida.

1.2 Material para el encuestador

El encuestador debe llevar consigo los siguientes materiales para cumplir su labor:

- Credenciales en un lugar visible.
- Elementos de trabajo:
 - o Manual del encuestador
 - o Formularios para realizar la encuesta
 - o Tablero, lápiz y/o portaminas, borrador, bolsas manila y bolsas plásticas.

1.3 Normas Generales a observar por el encuestador

- Presentación personal adecuada.
- Utilice un lenguaje claro y sencillo.
- Explicar en términos claros los objetivos de la encuesta.
- Comentar la importancia de la veracidad de toda la información.
- Si algún informante se niega a dar información, el encuestador no debe discutir ni presionar.
- Debe explicar el hecho de que se la encuesta se realiza no solo a esa persona en particular.

1.4 Normas a observar durante la entrevista

- En caso de grupos familiares la encuesta se debe aplicar al jefe del hogar

- En caso de grupos de amigos se debe encuestar solo a una persona representativa del grupo.
- No se debería encuestar a personas menores de 16 años
- En caso de ser grupos de estudiantes, menores de edad, se debe encuestar al responsable del grupo.
- En caso de ser grupos de amigos con viajes organizados se encuesta a una persona del grupo.
- En caso de ser grupos de amigos con viajes no organizados se puede encuestar a más de una persona del grupo.
- No comentar ni discutir cuestiones políticas, religiosas, íntimas u otros temas de carácter personal que no contemple la encuesta.
- No mostrar sorpresa o desagrado ante las respuestas. La posición del encuestador debe ser neutral.
- No desesperarse, ni perder la calma. Recuerde que su actitud durante la entrevista afecta la disposición del encuestado.
- Mantener un ritmo constante durante la entrevista, de tal manera que permita al encuestado expresar sus respuestas completas.
- La solicitud y registro de los datos debe hacerse en el mismo orden de las preguntas contenidas en la encuesta o formulario con el fin de evitar omisiones.
- En ningún caso deduzca, sugiera o infiera respuestas. En el formulario se busca obtener información que corresponda a la realidad.

Definiciones y conceptos básicos

- **Tipo de Hospedaje**

Formas básicas del turismo.-

- a. **Hotel:** El hotel es un edificio equipado y planificado para **albergar a las personas de manera temporal**. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño.
- b. **Hostal:** Establecimiento de menor categoría que un hotel donde se proporciona alojamiento y comida a cambio de dinero.

Unidades estadísticas.-

- a. **Individuo:** Un individuo puede ser seleccionado dentro de un hogar o bien en lugares de tránsito internacional o destinos turísticos, dependiendo de las características de la investigación.
- b. **Hogar:** El jefe o la jefa del hogar serán considerados como unidad estadística en estos casos recogida a través de un informante, es decir un miembro del hogar que debe reunir unos requisitos mínimos en función de la información que va a proporcionar, podrá ser:
 - Un adulto con niños

- Dos o más adultos sin niños
 - Dos o más adultos con niños
- c. **Grupo turístico:** El grupo turístico se define como el grupo de personas que realizan juntos alguna parte o todo el viaje de turismo, manifestando por tanto un comportamiento turístico homogéneo, y que satisfacen la mayor parte de los gastos del viaje con cargo a un presupuesto común. En una primera interpretación de este criterio se hace referencia al grupo más reducido, por ejemplo miembros de un mismo hogar que viajan juntos. De forma secundaria, el concepto de grupo turístico puede aplicarse a quienes contratan un viaje organizado con idénticas características; en esta segunda acepción, el concepto de grupo aparece vinculado, normalmente, a medios colectivos de transporte.

Tipología de Viajeros

Visitante.

2.3.1.1. Turista

2.3.1.2. Excursionista (visitante de día)

Es viajero toda persona que se desplaza dentro o fuera de su país de residencia, por cualquier motivo y utilizando cualquier medio de transporte. Los viajeros incluyen las categorías visitante y otros viajeros.

Es visitante toda persona que se desplaza a lugar distinto de su entorno habitual, bien dentro o fuera de su país de residencia, por duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado (el concepto de remuneración no incluye las prestaciones para gastos de transporte o dietas). En cualquier caso, la aplicación estricta del criterio de remuneración no es aconsejable, y debe ser matizado según criterios adicionales en función de los objetivos y características de la investigación.

La distinción entre las dos categorías posibles de visitantes (turista/excursionista), responde únicamente al criterio de pernoctaciones realizadas en el/los lugar/es visitado/s: al menos una, en el primer caso, y ninguna en el segundo caso.

Las categorías de clasificación expuestas deben entenderse como aplicables también a las personas dependientes del informante, en el caso de los grupos.

Por último, debe señalarse que en el caso de un grupo, estas categorías también son válidas, aplicándose a cada uno de sus miembros, la asignada a la "persona principal" del grupo (unidad informante).

Visitante

1. Visitante interno
 - 1.1. Turista interno
 - 1.2. Excursionista interno
2. Visitante internacional
 - 2.1. Turista internacional
 - 2.2. Excursionista internacional

Edad del informante

La clasificación en tramos es la utilizada habitualmente por reflejar segmentos relativamente homogéneos de comportamiento turístico en lo relativo a la edad.

La aproximación a la edad del informante o viajero se hace a menudo por quinquenios, que deben permitir la reducción a los tramos expuestos por motivos de comparabilidad internacional.

Ocupación del informante

La clasificación concuerda con la Clasificación Internacional de Ocupaciones a su mayor nivel de agregación (1 dígito).

Duración de la estancia

La duración de la estancia se aproxima estadísticamente por el número de noches pasadas en el/los lugar/es de destino. Puede hablarse también de duración del viaje, en cuyo caso hay que referirse al tiempo total de ausencia del domicilio por parte del viajero. Para las visitas de un día existen clasificaciones basadas en la duración por tramos de horas.

Motivo de la visita

- a. **Ocio, recreo y vacaciones.** Recorridos de lugares de interés, compras, asistencia a acontecimientos deportivos y culturales, actividades culturales y de ocio, deportes activos no profesionales, “trekking” y alpinismo, uso de playas, cruceros, juegos de azar, descanso y recreo de las fuerzas armadas, campamentos veraniegos, luna de miel.
- b. **Visita a parientes y amigos.** Visitas a parientes y amigos, permiso para visitar el país de origen, asistencia a exequias, cuidado de inválidos.

- c. **Educación:** cuando se visita por temas relacionados con la educación.
- d. **Atención médica y de salud:** motivos directamente relacionados con la salud.
- e. **Negocios y motivos profesionales.** En este caso se encuentran muchos motivos, de los cuales unos cuantos ejemplos son los siguientes: instalación de equipos, inspección, compras y ventas por cuenta de empresas extranjeras; asistencia a reuniones, conferencias o congresos, etc.; participación en actividades deportivas profesionales; cursos de idiomas, estudios, educación e investigación remunerados.
- f. **Compras:** visita exclusivamente para comprar.
- g. **Religión/peregrinación.** Participación en acontecimientos religiosos.
- h. **Otros.** Tripulaciones de aeronaves y buques en los servicios de transporte públicos, tránsito y otros desconocidos.

Forma de viaje

- a. **Sólo.** Si el entrevistado viaja sólo, sea este hombre o mujer
- b. **En grupo.** Cuando el entrevistado viaje con un grupo de amigos o con un grupo un grupo familiar, puede ser una pareja de esposos con o sin hijos, también se considera dentro del grupo familiar a los abuelos que dependen económicamente del jefe de hogar para el viaje.

MODULO I. INFORMACIÓN GENERAL

Este Módulo nos permite identificar las características del lugar donde se aplicó la encuesta. A continuación explicaremos cada uno de los ítems que contempla el Módulo.

1.- Medio de Transporte.

Nos ayuda a conocer la forma en que los entrevistados llegan a las jefaturas de migración

La pregunta a formular es: ¿Medio de transporte?

Existen tres posibles tipos de respuestas

- **Autobús regular.** Si el entrevistado se moviliza en autobús en alguna de las frecuencias regulares de las cooperativas de transporte
- **Vehículo privado.** Si el entrevistado se desplaza en un vehículo privado –que no necesariamente puede ser suyo-
- **Otros (especifique).** Si el entrevistado se moviliza en un tipo de transporte diferente a los anteriores. En este caso se debe indicar el tipo de transporte

Se debe anotar con una X una de esas tres respuestas en el casillero correspondiente

2.- Fecha de llegada.

Esta pregunta nos permite determinar la fecha en que el entrevistado ingreso al País

La pregunta a formular es: ¿Fecha de llegada?

Por la característica de la pregunta no fue posible asignar respuesta alguna por lo que, en el espacio correspondiente, se debe indicar la fecha de la siguiente manera:

Día, mes y año (dos números, por cada uno de ellos, separados por un guión). Por ejemplo si la fecha de entrada de encuestado fue el cuatro de agosto de este año, se debe llenar en el espacio señalado lo siguiente: 04 – 08 – 06

La fecha de entrada tiene que ser anterior a la fecha de salida

4.- Fecha de salida.

Este ítem sirve para conocer la fecha en que el entrevistado salió del País

La pregunta a formular es: ¿Fecha de salida?

Por la característica de la pregunta no fue posible señalar posibles respuestas. La forma de llenar la fecha será igual que la pregunta anterior

MODULO II. CARACTERISTICAS PERSONALES

Este Módulo nos ayuda a identificar los aspectos personales del entrevistado. A continuación señalaremos los ítems que contempla el Módulo

1.- Género

Nos sirve para obtener la información correspondiente al desglose del género; es decir, las mujeres y hombres que se los entrevista.

La pregunta a formular es: ¿Género?

Tenemos dos tipos posibles de respuesta:

- **Hombre.** Cuando el entrevistado tiene el género masculino
- **Mujer.** Cuando el entrevistado tiene el género femenino

En el casillero correspondiente se debe colocar una X

2.- Edad

Se deberá registrar la información correspondiente a los años cumplidos que tiene el entrevistado

La pregunta a formular es: ¿Edad?

Por la característica de la pregunta no fue posible asignarle algunos posibles tipos de respuesta, por lo que se debe anotar, en el espacio correspondiente, los años cumplidos que nos indiquen los entrevistados.

4.- Nacionalidad

En este literal vamos a conocer la nacionalidad, por nacimiento o adoptada, que tienen los entrevistados.

La pregunta a formular es: ¿Cuál es su nacionalidad?

No ha sido posible señalar posibles tipos de respuesta por lo que debemos anotar, en el espacio correspondiente, la nacionalidad que nos indique el entrevistado.

5.- Ocupación

Este interrogante sirve para indagar la ocupación actual de los entrevistados. Se debe señalar que lo que se trata de determinar es la ocupación principal (medida en términos económicos) de los entrevistados y más no las posibles ocupaciones que tenga o profesión del mismo.

La pregunta a formular es: ¿Situación ocupacional?

Se tiene ocho posibles tipos de respuestas:

- **Fuerzas armadas.** Si el entrevistado pertenece a las fuerzas armadas.
- **Artesanos y trabajadores cualificados de industrias.** Si el entrevistado tiene esta ocupación.
- **Trabajadores no cualificados.** Si el entrevistado es un trabajador no cualificado.
- **Empleados de tipo administrativo.** Si el entrevistado cumple labores de tipo administrativo.
- **Dirección de las empresas y de las administraciones públicas.** Si el entrevistado se dedica a labores de dirección de empresas y de administración pública.
- **Trabajadores de los servicios de restauración y hotelería.** Si el entrevistado es un trabajador de los servicios de restauración y hotelería.
- **Técnicos y profesionales, científicos e intelectuales.** Si el entrevistado se dedica a labores técnicas y profesionales, o si son científicos e intelectuales.

- **Otros (especifique).** Si el entrevistado tiene una ocupación diferente a las anteriores. En este caso se debe especificar esa ocupación

En el casillero correspondiente vamos a señalar con una X una de las respuestas anteriores.

6.- Instrucción

En este último ítem se establecerá el nivel de instrucción que tiene el entrevistado.

La pregunta a formular es: ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Se tiene cuatro posibles tipos de respuesta:

- **Primaria.** Cuando el entrevistado cursó hasta este nivel.
- **Secundaria.** Cuando el entrevistado siguió hasta este nivel.
- **Superior.** Cuando el entrevistado tiene un estudio de tercer o nivel.
- **Postgrado.** Cuando el entrevistado tiene un estudio de cuarto nivel.

En el casillero correspondiente vamos a señalar con una X una de las respuestas anteriores.

MÓDULO III. CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS OBJETIVAS

Con este Modulo se obtendrá la información correspondiente a la característica turística objetiva de los entrevistados; es decir se indagará lo correspondiente a: Motivo de viaje, frecuencias de viaje, formas de viaje, organización de viaje, etc.

7.- Motivo de viaje.

Esta pregunta nos sirve para determinar el motivo principal que los encuestados tienen para viajar

La pregunta a formular es: ¿Cuál fue el motivo principal de su viaje?

Se tiene ocho posibles tipos de respuesta:

- Vacaciones/recreo y ocio
- Visita a familiares/ amigos
- Educación
- Atención médica y de salud.
- Religión
- Compras
- Negocios y motivos profesionales individuales
- Otros

En el casillero correspondiente vamos a anotar con X una de las respuestas anteriores.

8.- Formas de viaje

Esta interrogante nos sirve para conocer la forma (individual o grupo) que tienen los entrevistados para viajar

La pregunta a formular es: ¿Cuál es su forma de viajar?

Hay dos posibles tipos de respuestas:

- Sólo.
- En grupo.

En el casillero correspondiente vamos a anotar con una X una de las respuestas anteriores

9.- Tiempo de pernoctación.

Con este ítem determinamos el tiempo que el entrevistado ha estado fuera de su residencia habitual.

La pregunta a formular es: Número de noches en Huaquillas

Hay nueve tipos de respuestas:

- 1) **0 noches.** Si el entrevistado no pernoctó en el cantón.
- 2) **1-10 noches.** Si el entrevistado no pernoctó o estuvo de 1 a 10 días fuera de su residencia habitual.
- 3) **11-20 noches.** Si el entrevistado estuvo de 11 a 20 días fuera de su residencia habitual.
- 4) **21-30 noches.** Si el entrevistado estuvo de 21 a 30 días fuera de su residencia habitual.
- 5) **31-40 noches.** Si el entrevistado estuvo de 31 a 40 días fuera de su residencia habitual
- 6) **41-50 noches.** Si el entrevistado estuvo de 41 a 50 días fuera de su residencia habitual.
- 7) **51-60 noches.** Si el entrevistado estuvo de 51 a 60 días fuera de su residencia habitual.
- 8) **61-70 noches.** Si el entrevistado estuvo de 61 a 70 días fuera de su residencia habitual.
- 9) **71-80 noches.** Si el entrevistado estuvo de 71 a 80 días fuera de su residencia habitual.

10) 81-90 noches. Si el entrevistado estuvo de 81 a 90 días fuera de su residencia habitual.

En el casillero correspondiente vamos a anotar con una X una de las respuestas anteriores.

10.- Alojamiento utilizado

Con esta pregunta conoceremos el alojamiento de los entrevistados.

La pregunta a formular es: Principal tipo de alojamiento que utilizó:

Existe una tabla para anotar las respuestas el mismo que tiene cuatro columnas:

- **Tipo de alojamiento:** Señalamos el tipo de alojamiento que recurrió el entrevistado en esos lugares.
1. Hotel/ Hostal/ Residencial.
 2. Vivienda propia
 3. Casa de familiares/amigos.
 4. Otros (Especifique)

En el casillero correspondiente vamos a señalar con una X una de las respuestas anteriores.

11. Atractivos Visitados.

Indicamos la siguiente lista de atractivos:

1. Puerto Hualtaco
2. Comercio y puente fronterizo
3. Ladrilleras
4. Parque central “El Algarrobo” y Mirador Turístico
5. Parque Infantil Unión Lojana
6. Monumento al camarón y Monumento al Pescador
7. Monumento a la Paz
8. Bosque Seco y El conchal
9. Museo Histórico Andrés Campos Hidalgo
10. Festival Gastronómico de Puerto Hualtaco
11. Sudado Mixto
12. Conchas
13. Fiesta de la Virgen de El Cisne
14. Fiesta del Señor Cautivo de Ayabaca
15. Fiesta de cantonización de Huaquillas

En el casillero correspondiente vamos a anotar con una X una de las respuestas anteriores.

12. Principal actividad que realizó.

Aquí se especifica la actividad que realizó al momento de visitar los atractivos.

- a. **Comercio.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- b. **Visita a familiares/amigos.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- c. **Eventos Culturales** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- d. **Excursión.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- e. **Visita museos.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- f. **Visita a playas.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- g. **Observar flora y fauna.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- h. **Visitar sitios, históricos, religiosos.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- i. **Diversión, esparcimiento.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- j. **Práctica de deportes.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- k. **Gastronomía.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- l. **Compras.** Si el entrevistado realizó esta actividad.
- m. **Otros (especifique):** Si el entrevistado realizó esta actividad.

13.- Medios de comunicación que influyeron en visita

Esta pregunta busca conocer los medios de comunicación que influyeron en la visita de los entrevistados

La pregunta a formular es: Medio de información que motivó su visita.

Existen diez tipos posibles de respuesta:

- a. **Internet.** Si el internet ha influido en la visita
- b. **Documentales.** Si los documentales han influido en la visita
- c. **Revistas internacionales.** Si las revistas internacionales han influido en la visita
- d. **Agencias de viaje.** Si las agencias de viaje han influido en la visita
- e. **Familiares o amigos.** Si los familiares o amigos han influido en la visita
- f. **Televisión.** Si la televisión ha influido en la visita
- g. **Eventos promocionales.** Si los eventos promocionales han influido en la visita
- h. **Guías turísticas / folletos / periódicos.** Si las guías turísticas, los folletos y los periódicos, han influido en la visita
- i. **Libros especializados.** Si los libros especializados han influido en la visita
- j. **Otros (especifique).** Si el entrevistado fue influido por otro medio de información distinto a los señalados anteriormente. En este caso se lo debe especificar.

ANEXO No.15

POLÍTICAS PARA EL TURISMO

Las políticas para el turismo en Ecuador, se deben soportar en acciones concretas interinstitucionales, y representan las líneas de acción de la gestión a partir de las cuales se influye y trabaja en el resto del Plan. Dentro del diseño del PLANDETUR 2020, se propone como políticas principales de Estado para el turismo, lideradas por el Ministerio de Turismo de Ecuador, a las siguientes:

- El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- La gestión del turismo en Ecuador busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente
- Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
- Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto
- Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integrados.
- Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional
- Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

ANEXO No.17

PLAN DE MARKETING DEL CANTÓN HUAQUILLAS

Objetivos:

a) General

Elaborar un plan de marketing para fortalecer y desarrollar la actividad turística en el cantón Huaquillas con la finalidad de dinamizar la actividad económica del cantón.

b) Específicos

- Desarrollar estrategias de marketing para fortalecer el turismo en el cantón Huaquillas, que estén enfocadas en el desarrollo del producto, estrategias de precio, estrategia de distribución y promoción.
- Crear una marca "Huaquillas" que refleje la riqueza turística del cantón la misma que sirva como distintivo en el mercado nacional e internacional.
- Diseñar alianzas estratégicas con el sector público y privado para fortalecer el desarrollo turístico del cantón.

Estrategias basadas en el marketing mix

Marketing mix no es más que la combinación de diversos productos y herramientas comerciales con los que cuenta la organización para alcanzar sus objetivos, está compuesto por producto, promoción, plaza y precio.

a) Estrategias para el producto

✓ Primera estrategia: Marca turística

- **Imagen:** Diseñar una imagen como marca turística tomando en cuenta los elementos que representen o identifiquen al cantón.

- **Logotipo**

Gráfico 35. Logotipo



Elaboración: Las autoras

- **Forma:**

La **concha** representa la riqueza gastronómica con la que cuenta Huaquillas, cultivadas por sus propios ciudadanos.

El **comerciante** simboliza el trabajo y comercio que existe, por lo que se necesita tanto de un comprador como de un vendedor.

El **punte** es el canal fronterizo entre los países de Ecuador y Perú.

- **Colores:**

El **AMARILLO**, **AZUL** y **ROJO** son los colores de la bandera del cantón.

Amarillo: El oro, la abundante riqueza que genera el comercio, la agricultura y demás recursos naturales de este noble Cantón.

Azul: Simboliza el Océano que nos baña por nuestro Puerto Hualtaco constituyendo una fuente de recursos pesqueros para nuestro pueblo.

Rojo: Representa la sangre vertida por nuestros héroes, en el año 1941 por defender la libertad nuestra del agresor enemigo, que osó mancillar nuestro suelo patrio.

Verde: Por la naturaleza existente.

- **Eslogan actual:**

Huaquillas radiante como el Oro!, siendo un lugar fronterizo tiene un gran riqueza, natural y cultural.

- ✓ **Segunda estrategia: Desarrollo de la línea cultural:**

- **Línea Cultural:** Diseñar el producto Huaquillas, que comprende el cantón con todos sus atractivos, dado el hecho que la mayoría de ellos son culturales se ha determinado ofertar a Huaquillas como un producto cultural.

Componentes:

Estrategia 2 Ladrilleras

Atractivo	Ladrilleras
Descripción	Actividades
Este atractivo tiene su importancia debido al proceso artesanal en la elaboración de ladrillos siendo ésta una característica principal para la captación de turistas.	Es necesaria la adecuación en la infraestructura del lugar con la implementación de señalética y cabañas de descanso con la finalidad de ofrecer al turista comodidad durante y después del recorrido
	Así mismo se debe contar con la presencia de una persona capacitada sobre el proceso de elaboración del ladrillo y atención al turista
	Realizar un convenio entre las ladrilleras y el centro turístico “Los Juanes” para agregar un servicio más al producto y de tal forma se beneficien las dos partes
	Crear un horario de visita que beneficie tanto a las ladrilleras como al Centro turístico “Los Juanes”.
Establecer un precio accesible al turista que incluya la explicación del proceso, una bebida típica del Centro turístico “Los Juanes” y una postal del lugar	

Fuente y Elaboración: Las Autoras

Estrategia 2 Bosque Seco y Conchal

Atractivo	Bosque Seco y Conchal
Descripción	Actividades
<p>La historia que caracteriza a estos atractivos naturales transporta al turista a vivencias en un sitio de interés arqueológico donde se puede encontrar restos arqueológicos y evidencias de la cultura “Jambelí” como es en El Conchal. En cambio los exuberantes árboles de Ceibo que rodean el trayecto del Bosque Seco muestran la belleza natural de este lugar.</p>	<p>En cuanto se refiere al ingreso tanto a El Conchal como al Bosque Seco, es necesario establecer un convenio entre el Municipio de Huaquillas y los dueños de las camaroneras, ya que estos atractivos se encuentran localizados dentro de las mismas y el turista necesita contar con el permiso de sus propietarios para acceder.</p>
	<p>Es conveniente señalar la ruta a estos atractivos con la finalidad de facilitar el ingreso y recorrido de los mismos</p>
	<p>Se debe contar con un guía turístico en el área.</p>
	<p>Establecer un horario de visita para turistas</p>

Fuente y Elaboración: Las Autoras

Estrategia 2 Circuito Cultural

Atractivo	Circuito Cultural
Descripción	Actividades
<p>Incorporar en un circuito turístico los siguientes atractivos culturales: monumento a la Paz, monumento del Camarón, Monumento del Pescador, Monumento al Ladrillero, Parque central y mirador turístico El Algarrobo, y parque infantil Unión Lojana. Debido a que los mismos expresan las costumbres y tradiciones del cantón.</p>	<p>Señalar la ruta a estos atractivos con la finalidad de facilitar el recorrido de los mismos.</p>
	<p>Colocar los recipientes de basura en los alrededores de los atractivos para así evitar un deterioro y mala imagen de los mismos.</p>
	<p>Implementar placas de epígrafes en cada uno de estos atractivos, para así poder brindar al turista los datos referentes a los mismos.</p>

Fuente y Elaboración: Las Autoras

Estrategia 2 Museo Histórico de Huaquillas

Atractivo	Museo Histórico de Huaquillas “Andrés Campos Hidalgo”
Descripción	Actividades
<p>El museo cuenta con novedosas colecciones de animales, marinos, tiestoteca, videoteca, biblioteca y xiloteca, son más de tres mil piezas en exhibición. Es necesario destacar que se pueden encontrar restos arqueológicos de la cultura Jambelí, así como la ausencia de un estudio que compruebe el origen de las piezas.</p>	<p>Gestión para la ampliación y adecuación de la infraestructura del museo y mantenimiento de las piezas existentes.</p>
	<p>Establecer un horario de atención en el museo.</p>
	<p>Determinar un precio accesible al turista, el mismo que cumple con la finalidad de ayudar al mantenimiento del museo</p>
	<p>Implementar en el sitio señales turísticas informativas</p>

Fuente y Elaboración: Las Autoras

Estrategia 2 Puerto Hualtaco

Atractivo	Puerto Hualtaco
Descripción	Actividades
<p>Su importancia se centra en el trabajo de sus pescadores artesanales y recolectores de especies hidrológicas, siendo a la vez un puerto estratégico para el embarque de pescadores del sector. Ubicado a cinco minutos de Huaquillas.</p>	<p>Implementar un centro de información turístico en el sector, el cual esté presto a recibir y guiar a los turistas.</p>
	<p>Crear una base de datos de personas que realicen la actividad pesquera y deseen participar en la actividad turística con el fin de servir como guías.</p>
	<p>Capacitar a las personas que estén registrados en la base de datos.</p>
	<p>Establecer horarios y fijar precios para los recorridos hacia los atractivos (Isla Costa Rica, Isla San Gregorio, El Conchal)</p>

Fuente y Elaboración: Las Autoras

Estrategia 2 Gastronomía

Atractivo	Gastronomía
Descripción	Actividades
La gastronomía es uno de los atractivos principales con los que cuenta el cantón, por ejemplo el sudado mixto y conchas, los que se basan en la utilización de mariscos los cuales se caracterizan por ser frescos, proporcionándole así un sabor distintivo a la variedad de sus platos.	Revalorización de la gastronomía por parte de los ciudadanos.
	Crear una organización entre los dueños de los establecimientos de A&B para que trabajen en conjunto en la promoción de la gastronomía.
	Festival Gastronómico.

Fuente y Elaboración: Las Autoras

Estrategia 2 Fiestas

Atractivo	Fiestas
Descripción	Actividades
Las fiestas que se celebran en el cantón se caracterizan por su cultura historia y tradición, son eventos que se festejan cada año con la participación de la comunidad Huaquillense.	Crear un calendario de fiestas del cantón, que incluyan la fiesta de cantonización, fiesta de la Virgen del Cisne, y la fiesta del Señor Cautivo de Ayabaca.

Fuente y Elaboración: Las Autoras

. Estrategia 2 Comercio y Puente Fronterizo

Atractivo	Comercio y Puente Fronterizo.
Descripción	Actividades
El comercio es la actividad principal que caracteriza a Huaquillas, siendo la mayor causa de llegada de turistas, lo que constituye así una importante	Crear vías alternas de tránsito para evitar el paso de vehículos por el sector donde está localizado el comercio brindando así al turista comodidad y seguridad.
	Capacitar a los comerciantes sobre

fFuente de ingresos.

servicio al cliente e importancia del turismo

Reorganización del comercio fronterizo por productos con características que identifiquen a cada uno.

Fuente y Elaboración: Las Autoras

b) Estrategias de promoción

✓ Primera estrategia: Posicionamiento del cantón Huaquillas.

- Posicionar la marca turística a través de material promocional.
- Promocionar los recursos turísticos del cantón.
- Promocionar e impulsar el consumo de la gastronomía local logrando una revalorización de la misma, empezando en la comunidad, con la finalidad de llegar a los turistas que visitan Huaquillas. Esta es una gran oportunidad para conquistar su paladar con sus sabores, con la certeza de que si conocen estos productos y su gastronomía se convertirán en sus clientes.
- Promocionar la infraestructura de alojamiento, mediante ésta se va a promover sus productos o servicios, permitiendo así que estos sean un motivo más de visita al cantón para el turista.
- Creación y promoción de paquetes turísticos

Para elaborar un paquete turístico se debe tomar en cuenta lo siguiente:

1. Crear un nombre del paquete y codificación (numeración).
2. Especificar el tiempo de duración (horas, días, noches).
3. Determinar el carácter de la ruta: historia, cultura, naturaleza, aventura.
4. Fijar el tiempo de las actividades que se realizarán, la hora de inicio y su duración.
5. Descripción de cada una de las actividades en orden que se realizarán.
6. Definir itinerario, realizando un listado de atractivos naturales y culturales.
7. Incluir información sobre la dificultad de la ruta, si se considera fácil, moderado o difícil.

8. Concretar qué servicios están incluidos tanto en la ruta como en el precio de la misma.
9. Precisar el precio del paquete por número de pasajeros.
10. Realizar las observaciones que se crean necesarias para evitar cualquier inconveniente dentro de la ruta.
11. Incluir un mapa y fotografías acerca de los lugares que están dentro de la ruta.

Estos puntos de información básica son tomados en cuenta con la finalidad de unificar los criterios en el diseño de paquetes y programas.

✓ **Segunda estrategia: Material promocional**

- Acuerdos con las cooperativas de transporte del cantón con el objetivo de realizar publicidad móvil mediante afiches o adhesivos de atractivos turísticos del cantón.
- Carpetas que contengan la marca turística del cantón, las mismas que deberán ser entregadas a instituciones públicas, privadas y empresas de turismo en general.
- Postales para cada uno de los atractivos con motivos fotográficos tanto de cultura, naturaleza, paisajes, serán distribuidos en las ferias de turismo, oficinas de turismo e información.
- Calendario de actividades culturales.
- Trípticos y dípticos, que contengan información turística del cantón y de sus atractivos.
- Dípticos con información de paquetes, servicios ofertados, mapas y cuadro de distancias.
- Afiches con las actividades que se desarrollan durante las fiestas del cantón.
- Adhesivos promocionales que contengan la marca turística del cantón.

MATERIAL PROMOCIONAL

No.	Producto Turístico	Estrategia de Promoción	Descripción	Material Promocional
1	Imagen	Posicionamiento del cantón Huaquillas	Posicionar la marca turística a través de material promocional.	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo con las cooperativas de transporte del cantón con el objetivo de realizar publicidad móvil mediante afiches o adhesivos de atractivos turísticos del cantón
2	Ladrilleras	Promoción del atractivo	Promocionar la elaboración artesanal de ladrillos.	<ul style="list-style-type: none"> • Carpetas que contengan la marca turística del cantón, las mismas que deberán ser entregadas a instituciones públicas, privadas y empresas de turismo en general.
3	Bosque Seco y El Conchal	Promoción del atractivo	Promocionar la belleza histórica, natural y cultural de los mismos.	
4	Circuito Cultural	Promoción del circuito	Promocionar el circuito cultural que comprende monumento a la Paz, Monumento al Camarón, Monumento al Pescador y Monumento al Ladrillero.	
5	Museo Histórico de Huaquillas “Andrés Campos Hidalgo”	Promoción del museo	Promocionar el museo por su gran importancia en la exhibición de piezas y colecciones arqueológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Postales para cada uno de los atractivos con motivos fotográficos tanto de cultura, naturaleza, paisajes, serán distribuidos en las ferias de turismo, oficinas de turismo e información • Trípticos y dípticos, que contengan información turística del cantón y de sus atractivos. • Dípticos con información de paquetes, servicios ofertados, mapas y cuadro de distancias.
6	Puerto Hualtaco	Promoción del atractivo	Promocionar la gastronomía, infraestructura y actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Afiches con las actividades que se desarrollan durante las fiestas del cantón
7	Gastronomía	Promoción y revalorización de la gastronomía	Promocionar e impulsar el consumo de la gastronomía local	
8	Fiestas	Promoción cultural	Calendario de actividades culturales.	<ul style="list-style-type: none"> • Adhesivos promocionales que contengan la marca turística del cantón
9	Comercio Fronterizo	Promoción comercial	Promocionar un comercio organizado.	

Observaciones: La promoción se va a realizar a nivel local, nacional (Guayaquil, Machala, Cuenca, Loja) e internacional (Perú).

✓ Tercera Estrategia: Anuncios en medios de comunicación

- Seleccionar los canales de promoción adecuados como TV, radio y prensa escrita, para alcanzar a los diversos públicos objetivos.
- Creación de un video turístico promocional del cantón.
- Proyección de videos promocionales en canales provinciales y nacionales.

- Difundir la imagen turística de Huaquillas y de los productos que ofrece.
- Inscribir a Huaquillas en guías de viaje, considerando que las guías de viaje son un medio de información que el turista lo considera lo más confiable para su viaje ya que muchos lo realizan por cuenta propia. Las guías se actualizan ya sea en forma anual o bianual y están disponibles en varios idiomas. En cuanto se refiere al Ecuador se destacan tres editores LonelyPlanetPublications (Ecuador & The Galápagos), y Hachette (Le Guide du Routard), FootprintHandbooks (South American Handbook y Ecuador Handbook).

✓ **Cuarta estrategia: Otras actividades promocionales**

- Implementación de un lugar de artesanías con el objetivo de comercializar productos que identifiquen al cantón.
- Camisetas, que contengan la marca turística del cantón y atractivos, las mismas que puedan ser promocionadas y vendidas como souvenir tanto a turistas nacionales como internacionales.
- Viseras, que contengan la marca Huaquillas y sus atractivos.
- Creación de souvenirs que representen al monumento de la paz, la gastronomía y el comercio.

c) **Estrategias de plaza**

- ✓ **Primera estrategia:** Distribución mediante agencias de viaje debido a que son canales de comercialización que sólo venden los productos finales que el turista consumirá, no organizan la oferta.
- ✓ **Segunda estrategia:** Mantener actualizado el portal web de Huaquillas para comercializar el destino a través de la página web ofreciendo productos con actividades turísticas, se cree necesario que la página se encuentre en dos idiomas: español e inglés.
- ✓ **Tercera estrategia:** Promocionar al cantón Huaquillas mediante campañas online en plataformas como:
 - a) **Facebook:** Mediante participación con Fan Page, publicación de noticias y contenidos promocionales diversos del cantón (fotos, vídeos, etc.).

- b) **Twitter:** publicaciones turísticas relevantes del cantón, interacción con seguidores, seguimiento de cuentas relevantes, generación de twitts, replies, RTs.
- c) **Youtube:** publicación de contenido audiovisual como vídeos y campañas de publicidad.
- d) **Google:** Posicionarse en los primeros lugares de búsqueda, con información de importancia turística.

El objetivo principal de la promoción online es que los turistas obtengan información de las experiencias vividas por otros turistas, servicios turísticos ofertados con sus respectivos precios, mapas de la zona, paquetes turísticos, así como fotografías full color y videos. Estas plataformas deberán ser creadas por los técnicos informáticos que laboran en el Municipio del cantón.

- ✓ **Cuarta estrategia:** Trípticos y dípticos serán distribuidos en ferias de turismo, puntos clave de afluencia de turistas, hoteles y establecimientos de A&B.
- ✓ **Quinta estrategia:** Puntos de información que deben ser instalados estratégicamente.

d) Estrategias de precio

- ✓ **Primera estrategia:** Para determinar los precios debe existir una regulación que esté basada en equidad con el servicio que se oferta, esto es competencia directa del municipio, para lo cual se deben tomar en cuenta los siguientes puntos clave:
 - La demanda de un producto o servicio, la cual permite identificar cual es el límite superior del precio posible, que es determinado mediante el conocimiento del mercado en el cual se mueve. Es necesario realizar un estudio sobre el gasto diario de los turistas que visitan el cantón.
 - Los costes, los cuales permiten determinar el valor real de un producto o servicio, permitiendo a su vez conocer cual es el límite inferior del mismo.
 - La competencia, la cual es de mucha importancia en lo que respecta a mejorar productos y servicios, logrando así diferenciarse de sus competidores, Machala, Santa Rosa y Máncora.
 - Posicionar los productos y servicios de este plan de marketing en el mercado, se debe elegir precios más bajos mediante una estrategia

denominada “**penetración de mercado**” la cual consiste en captar clientes y lograr a futuro su fidelidad, el tener precios bajos no significa que los productos y servicios serán de baja calidad, al contrario será necesario justificar el porqué del precio establecido.

- Manejar precios diferenciales en función del período o temporada, sobre todo estableciendo descuentos especiales en temporadas bajas, con esto se logrará estimular la demanda.

4.4.2 Tercera etapa: Definición del mercado.

Perfil del público objetivo

Perfil del público objetivo	
Edad	26- 30
Nivel de Instrucción	Superior
Procedencia del visitante	Cuenca, Loja, Guayaquil y Perú
Dirigido a	Personas que viajan en grupo
Motivo de viaje	Vacaciones/recreo y ocio
Atractivos visitados	Comercio fronterizo
Actividad a realizar	Negocios

Elaboración: Las Autoras

El público objetivo a quien se enfocan las acciones de este Plan de Marketing tiene las características antes mencionadas. Esto se ha podido establecer gracias a estudio de mercado sobre el perfil del turista, que se presenta en el capítulo II de este Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Huaquillas.

4.4.3 Cuarta etapa: Presupuesto del plan de marketing

Presupuesto del plan de Marketing

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Carpetas		1500	0.22	326
Postales	15cm. X 10.5cm	5000	0.03	126
Calendario de actividades	42cm X 30 cm	3000	0.08	240
Trípticos	21.5cm X 33cm	2000	0.07	132
Dípticos	21 cm X 10cm	2000	0.06	118

Afiches	62cm X 42 cm	2000	0.17	336
Adhesivos	15cm X 10cm	2000	0.05	101
Camisetas	Blancas Talla estándar.	1000	2.50	2500
Viseras	Negras.	1000	1,80	1800

Elaboración: Las Autoras

4.5 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

- Se deben crear alianzas estratégicas entre el Municipio del cantón y agencias de viajes con la finalidad que comercialicen el destino.
- Realizar convenios entre el Municipio de Huaquillas y Municipios de la misma Provincia como Arenillas, Santa Rosa, Machala, Piñas y Zaruma para la implementación de vallas publicitarias de turismo en puntos estratégicos, de tal manera que se incentive a realizar turismo en el cantón.
- Establecer alianzas estratégicas entre establecimientos de alojamiento, A&B y el Municipio de Huaquillas con el objetivo de promocionarlos en la página Web del cantón y a la vez que el Municipio obtenga beneficios.
- Establecer un apoyo de cooperación entre el Municipio de Huaquillas y la Universidad Técnica Particular de Loja para gestionar la realización del video turístico promocional del cantón
- Se debe crear también alianzas con los transportistas, para hacer publicidad móvil de Huaquillas en los diferentes medios de transporte, y a la vez dar una buena imagen del cantón y su gente, gracias a las capacitaciones que se les va a impartir en los mismos.
- Establecer alianzas con las instituciones públicas y privadas involucradas con el sector turístico.

ELEMENTOS DE PROMOCIÓN

Estrategias de promoción	
Material promocional	Gestión: Alianzas Estratégicas
Acuerdo con las cooperativas de transporte del cantón con el objetivo de realizar publicidad móvil mediante afiches o adhesivos de atractivos turísticos del cantón.	Municipio y presidentes de las cooperativas de transporte.
Carpetas que contengan la marca turística del cantón, las mismas que deberán ser entregadas a instituciones públicas, privadas y empresas de turismo en general.	Municipio, Ministerio de turismo y cámara de turismo convenio de gestión. A cambio se obtiene la mención de las entidades involucradas en las carpetas.
Postales para cada uno de los atractivos con motivos fotográficos tanto de cultura, naturaleza, paisajes, serán distribuidos en las ferias de turismo, oficinas de turismo e información.	Municipio: Poner de auspiciantes a la infraestructura hotelera. A cambio ofrecer Servicios gratuitos y de promoción a los invitados del municipio.
Calendario de actividades culturales.	Municipio
Trípticos y dípticos, que contengan información turística del cantón y de sus atractivos.	Municipio: Poner de auspiciantes a la infraestructura hotelera y la de alimentos y bebidas. A cambio ofrecer servicios gratuitos y de promoción a los invitados del municipio.
Dípticos con información de paquetes, servicios ofertados, mapas y cuadro de distancias.	
Afiches con las actividades que se desarrollan durante las fiestas del cantón.	
Adhesivos promocionales que contengan la marca turística del cantón.	

ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Estrategias de promoción	
Anuncios en medios de comunicación	Gestión
Seleccionar los canales de promoción adecuados como TV, radio y prensa escrita, para alcanzar a los diversos públicos objetivos.	Municipio
Creación de un video turístico promocional del cantón.	Municipio convenio de apoyo de cooperación con la Universidad Técnica Particular de Loja.
Proyección de videos promocionales en canales provinciales y nacionales.	Municipio
Difundir la imagen turística de Huaquillas y de los productos que ofrece.	Municipio
Inscribir a Huaquillas en guías de viaje, considerando que las guías de viaje son un medio de información que el turista lo considera lo más confiable para su viaje ya que muchos lo realizan por cuenta propia.	Municipio

OTRAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES

Estrategias de promoción	
Otras actividades promocionales	Gestión
Implementación de un lugar de artesanías con el objetivo de comercializar productos que identifiquen al cantón.	Municipio
Camisetas, que contengan la marca turística del cantón y atractivos, las mismas que puedan ser promocionadas y vendidas como souvenirs tanto a turistas nacionales como internacionales.	Municipio, Ministerio de turismo poner de auspiciantes a las cooperativas de transporte existentes en las camisetas a cambio de su cooperación en las capacitaciones planteadas
Viseras, que contengan la marca Huaquillas y sus atractivos.	
Creación de souvenirs que representen al monumento de la paz, la gastronomía y el comercio.	Municipio

PLAZA

Estrategias de promoción	
Plaza	Alianzas estratégicas
Distribución mediante agencias de viaje debido a que son canales de comercialización que sólo venden los productos finales que el turista consumirá, no organizan la oferta.	Municipio oferta los servicios de la agencia a cambio de promociones en los servicios que presta la agencia para el municipio.
Mantener actualizado el portal web de Huaquillas para comercializar el destino a través de la página web ofreciéndoles productos con actividades turísticas, se cree necesario que la página se encuentre en dos idiomas: español e inglés.	Municipio oferta los servicios de infraestructura hotelera, alimentos y bebidas, y agencias de viajes en la pagina web, a cambio de los servicios de las mismas para el municipio.
Promocionar al cantón Huaquillas mediante campañas online en plataformas como: Facebook, Twitter, Youtube, Google.	Municipio oferta los servicios de infraestructura hotelera, alimentos y bebidas, y agencias de viajes en la página web, a cambio de los servicios de las mismas para el municipio.
Trípticos y dípticos serán distribuidos en ferias de turismo, puntos clave de afluencia de turistas, hoteles y establecimientos de A&B.	Municipio
Puntos de Información que deben ser instalados estratégicamente	Municipio

ANEXO No.18

Fotografías

Puerto Hualtaco



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Comercio Fronterizo



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Ladrilleras



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Parque central el Algarrobo y centro mirador turístico



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Parque unión lojana



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Monumento al camarón y monumento al pescador



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Monumento a la paz



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Puente fronterizo Huaquillas



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Museo histórico de Huaquillas “Andrés Campos Hidalgo”



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Fiesta de cantonización



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Fiesta de la Virgen del Cisne



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Fiesta del Señor Cautivo de Ayabaca



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Festival gastronómico de puerto Hualtaco



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Sudado mixto



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Conchas



Fuente: Salida de campo 2011
Elaboración: Las Autoras

Bosque seco y conchal



Fuente: Salida de campo 2011

4.6 CRONOGRAMA DEL PLAN DE MARKETING

Cronograma del plan de marketing

ITEM	Año 2014					Año 2015					Año 2016					Año 2017																
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Carpetas																																
Postales																																
Calendario de actividades																																
Trípticos																																
Dípticos																																
Afiches																																
Adhesivos																																
Camisetas																																
Viseras																																

Elaboración: Las Autoras

La tabla muestra el tiempo que se va a emplear en cada uno de los elementos de promoción y publicidad.