



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO  
DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA**

**BALNEARIO LA PLAYITA Y LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN EL CANTÓN  
LAGO AGRIO**

**AUTOR:**

**CINTHYA PAMELA VILLAMARIN CALVA**

**TUTOR DE PROYECTO:**

**MSC. JESSICA ELIANA FILIAN RODRIGUEZ**

**BABAHOYO –ECUADOR**

**2022**

## DEDICATORIA

Para mis padres Telmo Villamarín y Astrid Calva que no han hecho otra cosa más que apoyarme incondicionalmente.

## RESUMEN

El presente estudio de caso se llevó a cabo en la provincia de Sucumbíos, lugar ubicado en la Amazonía del Ecuador cuenta con importantes atractivos turísticos como La Reserva Faunística Cuyabeno es de índole internacional. Observar la afluencia de turistas en semana y fin de semana acerca del Balneario La Playita en el cantón Lago Agrio 2022. Para desarrollar el estudio se utilizó técnicas de investigación como la ficha de observación, encuesta y entrevista. Los resultados contribuyen al turismo en el cantón Lago Agrio, además de generar conocimiento del Balneario La Playita debido a la encuesta sólo el 66,7% lo ha visitado. Se determinó también que la población de 60 personas aleatoriamente decidió que usan la red social Facebook como medio de información para visitar un atractivo turístico.

**Palabras claves:** Turismo Tradicional, Turismo de Sol y Playa, Balneario, Balneario La Playita, Desarrollo Socioeconómico, Afluencia de Turistas.

## SUMMARY

This case study was carried out in the province of Sucumbíos, a place located in the Amazon region of Ecuador with important tourist attractions such as the Cuyabeno Fauna Reserve, which is of an international nature. To observe the influx of tourists during the week and weekends at the La Playita beach resort in the Lago Agrio 2022 canton. In order to develop the study, research techniques such as the observation sheet, survey and interview were used. The results contribute to tourism in the canton of Lagos Agrio, as well as generating knowledge of the La Playita Spa, due to the survey, only 66.7% have visited it. It was also determined that the population of 60 people randomly decided to use the social network Facebook as a means of information to visit a tourist attraction.

**Keywords:** Traditional Tourism, Sun and Beach Tourism, Balneario, Balneario La Playita, Socioeconomic Development, Tourist Influx.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>2</b>
OBJETIVO GENERAL.....	2
OBJETIVO ESPECÍFICO.....	2
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>SUSTENTO TEÓRICO.....</b>	<b>4</b>
Turismo Tradicional.....	4
Turismo de Sol Playa.....	5
Balneario.....	5, 6
Mercado Turístico.....	6, 7
Demanda.....	7
Afluencia de Turistas.....	7. 8
<b>TÉCNICAS APLICADAS.....</b>	<b>9, 10</b>
<b>RESULTADOS OBTENIDOS.....</b>	<b>10</b>
FICHAS DE OBSERVACIÓN DEL BALNEARIO LA PLAYITA.....	10, 11, 12, 13
ENCUESTA.....	14
ENTREVISTA.....	18
Situaciones Detectadas.....	19
Soluciones Planteadas.....	20
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>20</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>21</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>22, 23</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>24</b>
CATEGORÍA DE ANÁLISIS.....	27

## INTRODUCCIÓN

La Playita en el cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos es un maravilloso lugar para descansar y relajarse, este recurso natural no cuenta con información levantada acerca de las actividades que se pueden realizar en la playita, además se realizará un estudio de caso sobre la afluencia de visitantes en el Balneario La Playita. La presente investigación está enfocada en conocer la afluencia de turistas durante los fines de semana en el Balneario La Playita, por ende cumple con la relación de la línea de investigación de Educación y Desarrollo Social tanto como en Talento Humano Educación y Docencia, adicional se encuentra reflejada la línea de Planificación y Gestión Turística Sostenible, junto con la sublínea Aprovechamiento de Recursos Naturales en Gestión Turística, de tal manera que brinda el aporte a la carrera de Hotelería y Turismo en la Universidad Técnica de Babahoyo, a su vez contribuye al levantamiento de información en la Amazonía del Ecuador.

El turismo natural es ideal para salir de la rutina y adquirir energía mediante la pachamama, la Playita es un balneario que se encuentra ubicado el río Aguarico el mismo que presenta características de gran dimensión y profundidad, entre las actividades que se pueden desarrollar se encuentran dar paseos en bote y tomar sol en una extensa arena de playa, de aquí se origina su nombre. Además cuenta con una grandiosa vista del puente vía al Coca, en la arena se alquila parasoles, muchos de los turistas llevan sus materiales para una parrillada en familia, como información adicional el balneario cuenta con cabañas, animador musical, y cócteles al caer la noche.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar la afluencia aproximada de turistas que visitan el Balneario La Playita en el cantón Lago Agrio para la identificación de la demanda del destino.

### **Objetivos específicos**

- Conocer las actividades recreativas que se realizan en el Balneario La Playita.
- Determinar un número aproximado de personas que han visitado el Balneario La Playita.
- Establecer si las personas que visitan El Balneario La Playita son turistas o excursionistas.

## JUSTIFICACIÓN

En la Amazonía ecuatoriana el turismo natural muchas veces se ha realizado por turistas extranjeros antes que los nacionales, porque los sitios no son publicitados de la mejor manera, como la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, es un lugar con muchos recursos naturales, que se desconoce. La importancia del presente proyecto de investigación es observar la afluencia de turistas entre semana y fin de semana acerca del Balneario La Playita en el cantón Lago Agrio 2022.

Los beneficios son generar información acerca de la afluencia y las actividades de disfrute y ocio, Los beneficiarios directos, son los Lagoagrensenses. Por otro lado, los espectadores del estudio de caso son los beneficiarios indirectos.

Es trascendente lo que se quiere estudiar porque El Balneario La Playita es un lugar turístico en el que se aprovecha de buena forma sus recursos, lo ideal sería llegar a la excelencia y que dentro de los cantones vecinos tengan acceso a la información este atractivo, para que excursionistas puedan recurrir al ocio y disfrute. Es un lugar con diferentes tipos de actividades, como paseos en botes, motos acuáticas, existe comercio, en cuanto a recreación paseos a caballo, adicional cuenta con chozas donde ofrecen cócteles y bebidas alcohólicas.

La factibilidad de este estudio de caso es totalmente viable, porque con el uso de las herramientas planteadas se tiene acceso a la información indispensable para el desarrollo del proyecto, asimismo se cuenta con el apoyo de la docente tutora Lic. Jessica Filian, que aporta como guía en la investigación. Realizar la observación de las actividades y la afluencia turística es viable para el investigador porque es su lugar de residencia.

## MARCO TEÓRICO

### **Turismo Tradicional**

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. (Organización Mundial del Turismo).

El turismo presupone la existencia de infraestructura turística (hoteles, restaurantes, carreteras, aeropuertos) y de atractivos, que sin intervención de los planificadores de turismo serían apenas recursos brutos. A su vez, los servicios turísticos no tienen mucha razón de ser sin un recurso apto para ser transformado en lo que técnicamente se llama “atracción turística” y sin turistas que lo visiten. (Barretto, 2007, p. 12)

El turismo es un complemento entre el recurso y servicio, sin embargo en ocasiones se puede disfrutar del paisaje que ofrece la naturaleza sin la intervención del hombre. Pero esto no quiere decir que no es ideal que exista la planta turística para el disfrute del mismo. El turista para llegar a este recurso natural necesita tomar en cuenta aspectos importantes de la industria turística como hospedaje, alimentación, puntos de información, entre otros.

Analizando de acuerdo con el modelo económico, los componentes del turismo son, de un lado, los turistas, los consumidores que constituyen la demanda; de otro lado, los creadores de atracciones turísticas y la atracción en sí misma que componen, juntamente con los prestadores de servicios, la oferta. (Barretto, 2007, p. 10)

### **Turismo de Sol y Playa**

En relación con el consumo de sol y playa es tras la segunda guerra mundial, y como consecuencia del proceso de industrialización, cuando se produce un cambio cuantitativo y cualitativo en la emisión de flujos turísticos. (Vera et al., 2011)

El turismo de sol y playa es el más recurrente en Ecuador, debido a nuestra zona costera y gran cantidad hotelera a disposición de turistas de otras regiones como lo es la Amazonía y la Sierra, ideal para unas merecidas vacaciones los turistas acuden a las hermosas playas del litoral. A diferencia de la región costera Sucumbíos tiene varios cantones que ofrecen un playas del río Aguarico. Estas las podemos encontrar en el cantón Gonzalo Pizarro y Lago Agrio.

### **Balneario**

El disfrute de los visitantes en centros o lugares que cuenten con aguas termales, en Ecuador, es una actividad común realizada con motivo de esparcimiento, descanso, entretenimiento, relaciones sociales o por recomendación médica y/o cuidado de la salud. Sin embargo, existen algunos lugares, que, a pesar de tener las condiciones básicas para prestar servicios turísticos, tienen bajo flujo de visitantes. (Vega, 2019, p. 1)

Los balnearios son los antecedentes del turismo de salud actual y argumenta que ya en el siglo V a. de C. existían termas en las ciudades de Olimpia y Delos pero que cuando las termas se elevan a fenómeno sociológico es en Roma que habían heredado de los griegos su costumbre por los baños como centro de expansión y de reunión además de sus propiedades curativas. A lo largo de los siglos ha habido en el termalismo etapas de resurgimiento con otras de decadencia. En la Roma antigua, el termalismo destacaba, los romanos sentían que las fuentes termales curaban y a su alrededor se construían edificios y la sociedad configuraba a su alrededor el encuentro y el ocio. (Vogeler y Hernández, 2000, p. 12)

La industria turística cuenta con el turismo de salud, éste se inclina a la necesidad de viajar por el bienestar del ser humano para solventar una patología o una rehabilitación. Actualmente los médicos han inculcado el turismo de salud, se ha vinculado la natación consideran que este método facilita el movimiento del cuerpo humano. Por otro lado, las

piscinas y balnearios ya existían en la antigua Roma, como fuente de curación o simplemente un encuentro social para el descanso y ocio.

Los balnearios están de moda otra vez. No es que hayan recuperado su esplendor del siglo XIX, pero el estilo de vida del ciudadano del siglo XXI, víctima del trepidante ritmo de vida y de la feroz competitividad, sufre trastornos físicos y psíquicos que le obligan a realizar curas de salud para restablecer su estado físico y anímico. Desde los años 80 se aprecian cambios en las estaciones termales. La estresante vida en las grandes ciudades, el cansancio del turismo de sol y playa, la consolidación de los movimientos ecologistas, una nueva cultura del ocio, el culto a la imagen y la potenciación de nuevas modas, el retorno a una naturaleza que se creía perdida... todo se confabula para que la recuperación balnearia sea posible. (Lopez, 2003, p. 1)

### **Mercado Turístico**

La búsqueda constante de información y la necesidad de compartirla por parte de los turistas han estimulado la aparición de comunidades virtuales que se convierten en referente a la hora de seleccionar un producto o destino turístico. Estas comunidades se crean de manera voluntaria y en la mayoría de los casos de forma independiente a las empresas turísticas lo que influye en la manera como las organizaciones turísticas se comunican con sus públicos, incorporando a Internet y a los Medios Sociales en los planes y las estrategias de comunicación. Sin embargo, la clave del éxito de la comunicación digital no es tener presencia en el entorno digital ni generar información para el turista, sino la “búsqueda de modos de gestionarla y hacerla atractiva para los usuarios”. (Domínguez y Araújo, 2012, p. 9).

El Mercado Turístico ha innovado, ahora los lugares turísticos pueden ser buscados en cualquier parte del mundo sólo con el uso del internet. Las TICS, han facilitado este desarrollo.

Además de lugares turísticos se puede usar el internet para facilitar la obtención de información de las plantas turísticas y poder reservar mediante la web un claro ejemplo es la plataforma de Airbnb.

## **Demanda**

La demanda turística a nivel internacional registró un crecimiento casi continuo a lo largo del tiempo, sobre todo a partir de la década de 1950, en la que el turismo se fue haciendo cada vez más accesible a los distintos sectores de población debido a diferentes factores como pueden ser la aparición del avión de pasaje, la reacción una vez acabada la Segunda Guerra Mundial, los bajos precios del petróleo, la mayor disponibilidad de renta por parte de las familias, la aparición de las vacaciones pagadas o el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países más industrializados (OIT, 1998).

Este crecimiento del turismo, que caminó de la mano del progreso en los medios de transporte e del crecimiento y mejora en las comunicaciones y de las relaciones comerciales entre países, no fue de todas formas un crecimiento a un ritmo constante, sino que hubo años en los que fue más acelerado. (Martínez y Domínguez, 2000, p. 1)

## **Afluencia de Turistas**

Europa es hoy el principal destino turístico del mundo. En el contexto ibérico, esta realidad no es diferente. En España y Portugal, el Turismo es hoy un sector transversal, con implicaciones en muchas otras actividades económicas. Asume pues extrema importancia la caracterización de las estructuras de afluencia turística en las diversas regiones de España y Portugal, con vista al mejoramiento y adaptación de la oferta, a un perfil de turista específico. (Nunes y García, 2008, p. 2)

De acuerdo a los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950 a

278 millones en 1980, 674 millones en 2000 y 1.186 millones en 2015. El turismo internacional representa hoy el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, frente al 6% de 2014, ya que el sector ha tenido, en los últimos cuatro años, un crecimiento superior al del comercio mundial. (OMT, 2016)

La afluencia de turistas es un aspecto indispensable para un atractivo turístico, sin turistas no se podría aprovechar los recursos que ofrece un lugar. La Playita tiene afluencia turística, sin embargo podría ser más demandante, cuenta con los recursos necesarios para un buen lugar de disfrute y recreación dentro del cantón Lago Agrio. La afluencia de turistas varía entre semana y fin de semana,

## **TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

### **Ficha de observación**

Es un instrumento de investigación de campo en una descripción específica de lugares o personas. Para realizar esta observación, el investigador debe desplazarse hasta el lugar del objeto de estudio y recopilar datos que sirvan para el proyecto.

- Las fichas fueron completadas mediante la técnica de observación y con la ayuda de los colaboradores de la Playita.

### **Entrevista**

Es una técnica de recolección de información por contacto con personas, a través de una conversación interpersonal, es preparada mediante una dinámica de preguntas y respuestas, donde se discute un tema a investigar. La interacción verbal es inmediata y personal, donde una parte es el entrevistador, que hace las preguntas, y la otra persona es el entrevistado. Para esta investigación se realizó una entrevista no estructurada que consiste en dialogar sin un guion ni preguntas establecidas, así la entrevista se desarrolla abiertamente con mayor libertad y flexibilidad. El objetivo fue conocer el número de empleados y su nivel de educación.

### **Encuesta**

Se utilizó el método de encuesta para la recolección de información, se forma aleatoria a 60 personas, se llevó a cabo como medio de conocimiento si las poblaciones de los cantones mencionados han visitado el Balneario La Playita. Además se indagó acerca del horario en que las personas están más activas en las redes sociales y por supuesto qué red social usan con mayor frecuencia. La encuesta fue dirigida a un grupo aleatorio de 60 personas entre los cantones Lago Agrio, Cascales y Gonzalo Pizarro.

## RESULTADOS OBTENIDOS

### FICHA DE OBSERVACIÓN DEL BALNEARIO LA PLAYITA

Investigador: Cinthya Villamarin

Cantón: Lago Agrio

Fecha | hora: martes 15 de marzo del 2022 | 13:00 pm

**Tabla 1**

<b>Generalidades</b>	
Nombre del establecimiento	LA PLAYITA
Cantón o parroquia	LAGO AGRIO
Clima	28° a 32° aproximadamente
Localización (dirección)	Río aguarico antiguas gabarras vía Coca, Nueva Loja
Longitud y latitud	0.05980418080215807, -76.87507649740974
<b>Características del personal</b>	
Número de empleados	26
Nivel de instrucción	Bachiller
Idiomas	Inglés (Nivel A1)
<b>Disponibilidad turística</b>	
Tipo de acomodación	No disponible
Número de habitaciones disponibles	No disponible
Número de plazas disponibles	No disponible
Categoría	Ninguna
<b>Infraestructura</b>	
Senderos	Estado de las instalaciones: MUY BUENO
Áreas verdes	Estado de las instalaciones: EXCELENTE
Cercas	Estado de las instalaciones: MUY BUENO
Fuentes de agua	Estado de las instalaciones EXCELENTE
Baños públicos	Estado de las instalaciones: BUENO
Área habitacional	NO DISPONIBLE
Área de comedor	Estado de las instalaciones: EXCELENTE
Espacios sociales	Estado de las instalaciones:

(Eventos y reuniones)	EXCELENTE
Área de recreación	Estado de las instalaciones: EXCELENTE
Servicios básicos	Estado de las instalaciones: MUY BUENO
<b>Entorno</b>	
Centros urbanos cercanos	Lago Agrio
Atractivos turísticos naturales cercanos	Laguna Julio Marín, Parque Perla
Atractivos turísticos culturales cercanos	Parque Central de Lago Agrio Parque Turístico Nueva Loja Parque Recreativo Nueva Loja
Centros médicos cercanos:	HOSPITAL IESS NUEVA LOJA Dirección: Vía José M. Urbina y Cayambe Atención: 6 am a 10 pm Distancia: Aproximadamente 6,1 km, 11 minutos.  HOSPITAL GENERAL MARCO VINICIO IZA Dirección: Km 4.5, Av. Quito, Nueva Loja Atención: 24 horas Distancia: Aproximadamente 7km, 12 minutos.
<b>Accesos</b>	
Vías de acceso	Terrestre
Estado de las vías de acceso	Muy bueno
Temporalidad de acceso al establecimiento	Lunes a domingo Horario de atención: 10:00am - 11:00pm
Temporalidad de acceso a los atractivos turísticos naturales cercanos	Laguna Julio Marín Sábado y Domingo
Temporalidad de acceso a los atractivos turísticos culturales cercanos	Parque Recreativo Nueva Loja Lunes a Domingo Libre acceso
<b>Oferta de actividades y tarifas</b>	
Alquiler para reuniones	No disponible
Shows artísticos	Sí ofrece shows artísticos. Precios varían depende de artista.
Preparación de platos típicos	Si ofrece la preparación de platos típicos
Alimentación (comedores)	Ofrece variedad de alimentos con precios desde \$1 hasta \$4

Guías turísticas	No disponible
Modalidades turísticas de aventura en aire	No disponible
Modalidades turísticas de aventura en agua	Paseos en bote, paseo en moto acuática
Modalidades turísticas de aventura en tierra	Cabalgata, senderismo
<b>Promoción y comercialización</b>	
Medios de promoción	Internet, Redes sociales,
Material de promoción	Publicidad, anuncios en redes
Medios de comercialización utilizados	A través de asociaciones con páginas web, por cuenta propia a través de las redes sociales.
Comunicación y comunidad	RED SOCIAL: Facebook: <a href="https://www.facebook.com/LaPlayitaBarr/">https://www.facebook.com/LaPlayitaBarr/</a>
<b>Accesibilidad</b>	
Accesibilidad web	No disponible
Infraestructura accesible	No disponible
<b>Planta Turística</b>	
Alojamiento	En el lugar urbano más cercano, Lago Agrio HOTEL REY SALMÓN HOTEL D'MARIO HOTEL ARAZÁ HOTEL MARQUES AMAZÓNICO
Alimentos y Bebidas	EXCELENTE
Agencias de Viaje/ Operadoras	En el lugar urbano más cercano, Lago Agrio PIONEERTOURS CIA LTDA VIAJEOS ECUADOR MARCO POLO TOURS

Nota: Olaya Reyes, J. A., Sobenis Cortez, J. A., & Rebolledo Cadena, M. E. (2020).

Metodología del modelo de valoración cualitativa de atributos de las haciendas Agroturística.

Magazine De Las Ciencias: Revista De Investigación E Innovación, 5(CISE).

(<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1137>). Derechos de autor.

**Tabla 2**

<b>Ficha de Observación</b>	Mañana	Tarde	Noche
Número de visitantes que ingresan al Balneario La Playita (Fin de semana)	20	80	60
Número de visitantes que ingresan al Balneario La Playita (Por semana)	8	25	18
<b>Rango de edades</b>	<b>18-25 años</b>	<b>25-40 años</b>	<b>40-60+ años</b>
Edad de la personas que recurrentemente visitan El Balneario La Playita	36	45	20
<b>¿Qué tipo de visitantes son turistas o excursionistas?</b>			
Turistas	No disponible		
Excursionistas	90 personas		
<b>Costo de ingreso</b>	Entrada libre		
Motivo de la visita	Negocio	Ocio	Otros
<i>Preferencia de recreación</i>		✓	

Nota: Elaboración propia del autor.

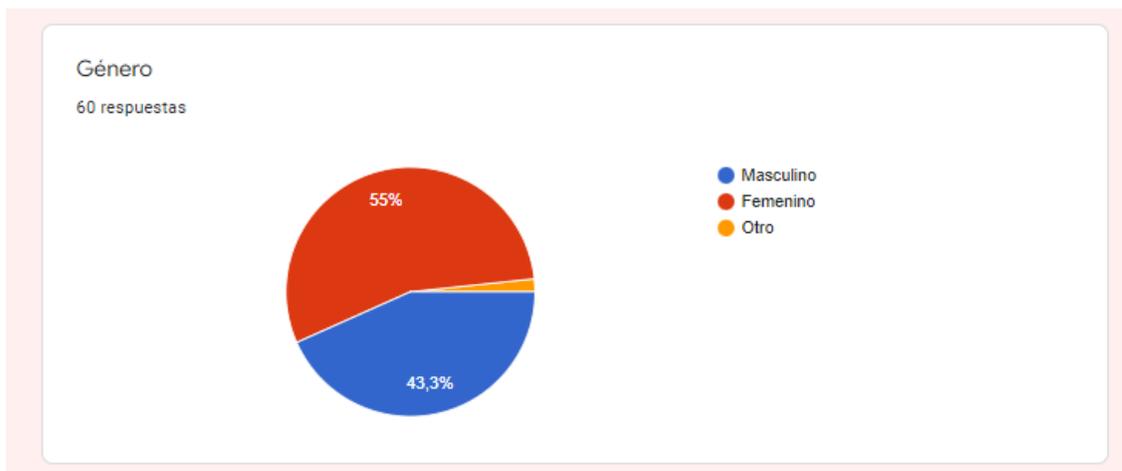
Mediante la ficha de observación se pudo visualizar que la accesibilidad a personas con capacidades diferentes es escasa, debido a que no cuenta con rampas para que una silla de ruedas pueda circular correctamente. También que en alimentos y bebidas el último establecimiento ofrece comida, aguas, gatorades, jugos, y helados únicamente los fines de semana.

A través de la segunda ficha de información se determinó el número de visitantes durante una semana y fin de semana, también se llegó a la conclusión que como no existe planta turística que ofrezca alojamiento en el sitio de recreación los visitantes pasan a ser excursionistas, porque no hay pernoctación.

## ENCUESTA

### 1. Género

Del total de los encuestados, el 55% es Femenino y el 43,3% Masculino y 0,7% Otro.

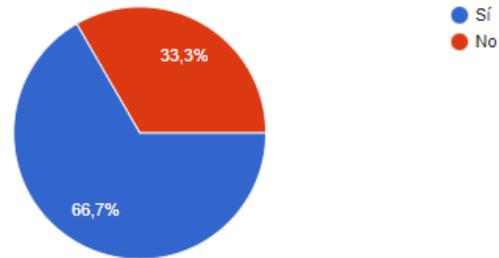


### 2. ¿Conoce el lugar turístico natural La Playita del cantón Lago Agrio?

Del total de los encuestados, el 66,7% respondieron sí y el 33,3% respondieron no.

¿Conoce el lugar turístico natural La Playita del cantón Lago Agrio?

60 respuestas

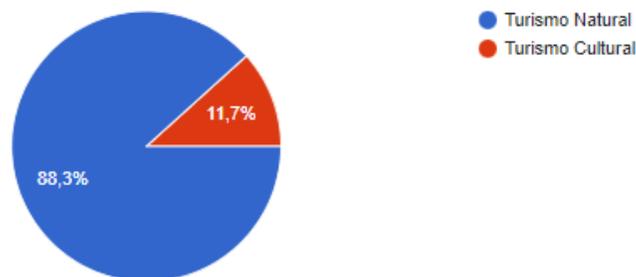


**3. ¿Qué tipo de turismo le gusta más?**

Del total de los encuestados, el 88,3% respondió Turismo Natural y sólo el 11,7% prefiere Turismo Cultural.

¿Qué tipo de turismo le gusta más?

60 respuestas

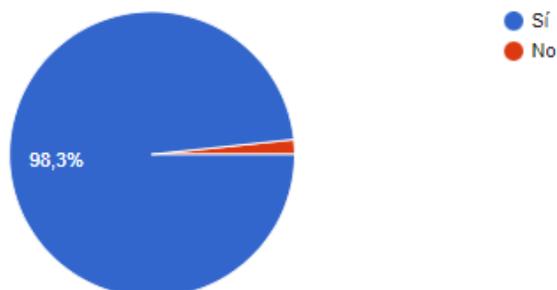


**4. ¿Usas sitios de comunicación como redes sociales?**

Del total de los encuestados, el 98,3% respondieron sí y el 1,7% no usa redes sociales.

¿Usa sitios de comunicación como redes sociales?

60 respuestas

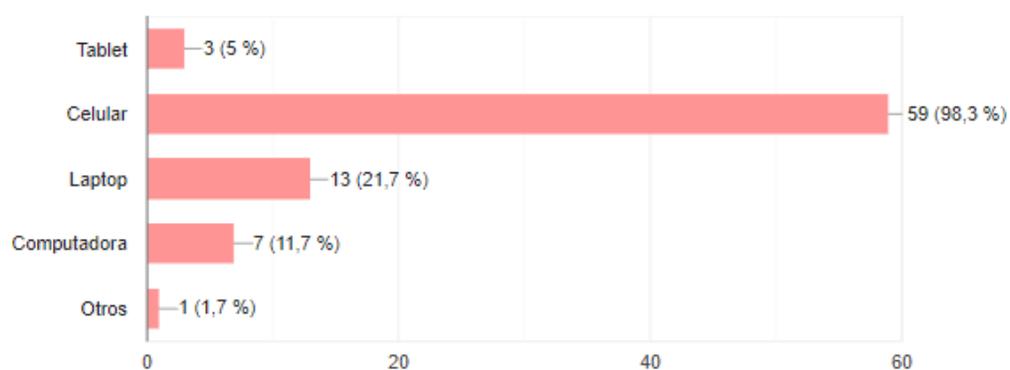


5. ¿Qué dispositivos usa para el ingreso de las redes sociales?

En esta pregunta se podía marcar todos los casilleros o uno, ambas respuestas son válidas por lo tanto la mayoría de los encuestados usan sus celulares para ingresar a las redes sociales como segundo dispositivo más usado tenemos a Tablet.

¿Qué dispositivos usa para el ingreso de las redes sociales?

60 respuestas



6. ¿Qué red social utiliza con más frecuencia?

Del total de los encuestados, el 66,7% usa más Facebook que las otras redes sociales.



7. ¿Qué red social utiliza como medio de información para visitar un lugar turístico?

Del total de los encuestados, el 60% respondieron Facebook como la red social más accesible para obtener información, como segundo más usado tenemos a Instagram con un 15%.

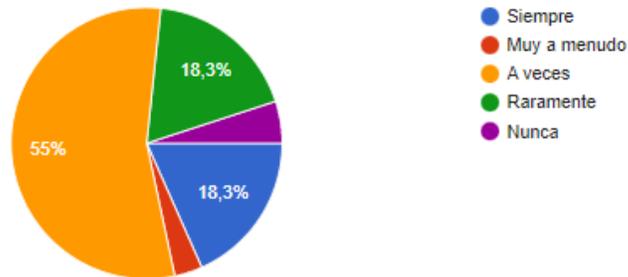


8. ¿Publicas fotos o vídeos de un lugar turístico que estás visitando?

Algunos de los encuestados respondieron que a veces suben fotos con el 55% el segundo más número notorio es el 18,3% con siempre y raramente.

¿Publicas fotos o videos de un lugar turistico que estás visitando?

60 respuestas

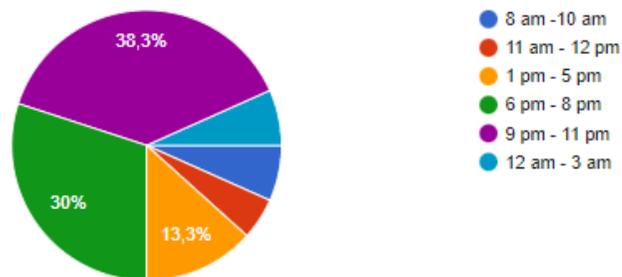


9. ¿A qué hora está más activo en las redes sociales?

El 30% respondió que está activo entre las 6 pm y 8 pm, el 38,3% respondió que usan más las redes sociales entre las 9 pm y 11 pm, por lo tanto la publicidad se llevará a cabo en el intervalo de esta hora.

¿A qué hora está más activo en las redes sociales?

60 respuestas



10. ¿Qué material informativo visualizaría para la promoción de un sitio turístico?

Un 40% de los encuestados han respondido que les gustaría visualizar fotografías como medio de información.



Gracias a la encuesta se pudo notar que el gusto por el turismo natural es mayor con el 88,3 % se asegura que la Playita puede es un buen lugar de que se puede levantar información mediante la observación del mismo.

### Entrevista

Mediante la entrevista no estructurada a los colaboradores Se descubrió que la atención es de Lunes a Domingo, pero los días con mayor afluencia de visitantes son los fines de semana y feriados, también que todos los locales del Balneario La Playita tienen diferentes dueños, por lo que un número aproximado de los trabajadores es 26, el dueño del primer local Sr. Javier Sarango, dispone el servicio de parking.

### Situaciones detectadas (hallazgo)

Se obtuvo el conocimiento que sólo el 66,7% de la población encuestada aleatoriamente sabía del Balneario La Playita mientras que la diferencia del porcentaje desconocía el lugar. Aproximadamente el flujo de visitantes varía, encontramos que 8 de los excursionistas en total deciden visitar durante la mañana el balneario en una semana, mientras que por las tardes el número aumenta y el promedio de toda una semana es de 25 visitantes. Finalmente en las noches el número entre semana disminuye a 18 excursionistas.

Mediante la entrevista no estructurada se pudo conocer que el personal por cada negocio es aproximadamente 8 personas pero entre semana laboran 2 o 3, mientras que el fin de semana entran de turno los demás y que sólo en esas fechas se mueve más el comercio y la afluencia de turistas por tal venden cosas más novedosas que entre semana.

### **Soluciones Planteadas**

- Mediante el presente estudio de caso se da a conocer la información de actividades que los excursionistas pueden realizar en el Balneario La Playita
- La los datos presentados se pueden utilizar como punto de información
- El estudio de los datos generados fueron esenciales para conocer el número de visitantes entre semana y fin de semana.

### **Recomendaciones**

Mantener esta información en constante monitoreo, porque con el paso del tiempo los datos pueden variar.

Utilizar esta información levantada, para adquirir conocimiento de las actividades que ofrece el Balneario La Playita en la Amazonía.

## CONCLUSIONES

En conclusión, este proyecto de investigación ha sido un viaje lleno de aprendizajes tanto académicamente como el manejo de las normas Apa Séptima edición. Gracias a las técnicas de recolección de información se pudo conocer que el Balneario La Playita es un lugar que está disponible todos los días, pero que los fines de semana es más transcurrido, también que no existe un solo dueño sino varios por cada local o choza. Adicionalmente se conoció que las personas nativas de la Amazonía aprovechan los fines de semana a salir a vender sus productos a La Playita, entre ellos uvas del monte y artesanías como collares y pulseras.

Por otro lado, se pudo identificar mediante la encuesta Del total de los encuestados, el 66,7% respondieron sí conocen acerca del lugar recreativo y el 33,3% respondieron no. Además se señaló que las personas encuestadas aleatoriamente tienen mayor gusto por el Turismo Natural. Por último se determinó que los excursionistas visitan más La Playita los fines de semana con un promedio aproximado entre sábado y domingo de 160 excursionistas.

El monitoreo de afluencia turística registrada de forma oficial en los destinos son los observatorios turísticos, pero a la ausencia de éste, se procedió a levantar información mediante encuesta, observación y entrevista no estructurada. Se determinó que el número de visitantes difiere entre semana a fin de semana, y que los visitantes no son turistas porque no existe pernoctación. Se aconseja que los excursionistas visiten el lugar durante feriados para que disfruten de todas las actividades de recreación.

## Bibliografía

Barretto, Margarita. Turismo y cultura. Tenerife-España: Pasos, 2007.

Obtenido de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita1.pdf>

Domínguez Vila, Trinidad y Noelia Araújo Vila. «El fenómeno 2.0 en el sector turístico. El caso de Madrid 2.0.» PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL (2012):

9. Obtenido de: [http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PS0312\\_01.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PS0312_01.pdf)

Lopez, Manuel. «Los Balnearios como Centros de Salud.» Scielo (2003).

Obtenido de: [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962004000300006](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962004000300006)

Martínez, Fidel y José Carlos de Domínguez. «La demanda turística en Galicia. El problema de la concentración.» Revista Galega de Economía (2000): 1.

Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/391/39190205.pdf>

Nunes, Sara Morgado y Ana Rita Baptista García. «El turismo ibérico: un estudio de la afluencia turística.» Revista de Estudios Económicos y Empresariales (2008): 2.

Obtenido de: <https://dehesa.unex.es/handle/10662/2287>

OMT. «Panorama del OMT del turismo internacional.» (2016). Organización Mundial del Turismo. s.f.

Obtenido de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>

Vega Rafael. «Propuesta de plan de promoción turística para el “Balneario el Cachaco” en Yunguilla, cantón Quito.» Quito: UCE (2019): 82.

Obtenido de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/17876>

Vera, Fernando, y otros. Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos.

Valencia: Tirant lo Blanch, 2011.

Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5536312>

Vogeler Ruiz, Carlos y Enrique Hernández Armand. El mercado turístico estructura, operaciones y procesos de producción. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 2000.

Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=189979>

Olaya Reyes, J. A., Sobenis Cortéz, J. A., & Rebolledo Cadena, M. E. (2020). Metodología del modelo de valoración cualitativa de atributos de las haciendas Agroturísticas. Magazine De Las Ciencias: Revista De Investigación E Innovación, 5(CISE).

Obtenido de: <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1137>

## ANEXOS

### Figura 1

*Taxi para llegar a La Playita*



Nota: Elaborado por Cinthya Villamarin

### Figura 2

*Puente sobre el río Aguarico*



Nota: Elaborado por Cinthya Villamarin

**Figura 3**

*Flora de la Playita*



Nota: Elaborado por Cinthya Villamarin

**Figura 4**

*Instalaciones de Alimentos y Bebidas*



Nota: Elaborado por Cinthya Villamarin

**Figura 5**

*Río Aguarico del Balneario La Playita*



Nota: Elaborado por Cinthya Villamarin

**Figura 6**

*Instalaciones de Alimentos y Bebidas*



Nota: Elaborado por Cinthya Villamarin

## Figura 7

*Entrevista con el personal de La Playita*



Nota: Elaborado por Cinthya Villamarin

## Figura 8

*Entrevista con el personal de La Playita*



Nota: Elaborado por Cinthya Villamarin

## CATEGORÍA DE ANÁLISIS

