



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:

AFLUENCIA DE VISITANTES Y LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS
DE LA PARROQUIA FEBRES CORDERO DEL CANTÓN
BABAHOYO

AUTOR:

JORGE GUSTAVO PEÑAFIEL LEITON

TUTOR:

MSC. CASTILLO ZUÑIGA VICTOR JAVIER

BABAHOYO 2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy gracias a Dios por permitirme tener tan buena experiencia académica, gracias a mi Universidad por permitirme convertirme en un profesional y en lo que tanto me apasiona, gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, en especial al docente que me guía en este proceso de titulación, y que deja como producto terminado esta persona graduada, y como recuerdo y prueba viviente en la historia; el proyecto de la fase del examen complexivo, que perdurara dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

Y finalmente agradezco a cada una de esas personas, que me apoyaron de alguna y otra manera durante mi vida como estudiante.

Jorge Gustavo Peñafiel Leiton



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERIA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

A mi Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi madre Flor Leiton, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaste. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

Mi esposa por haberse cruzado en mi camino, por apoyarme y darme animo en momentos de desesperación

Y por último y no menos especial al docente que me formo dándome sus conocimientos, para ponerlos en práctica en mi vida profesional.

Jorge Gustavo Peñafiel Leiton



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERIA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **PEÑAFIEL LEITON JORGE GUSTAVO**, portadora de la cédula de ciudadanía **120685227-7**, en calidad de autor (a) del Informe Final de la Dimensión Práctica del Examen Complexivo De Grado, previo a la Obtención del Título de Licenciado (o) en **HOTELERIA Y TURISMO**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el problema:

AFLUENCIA DE VISITANTES Y LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA FEBRES CORDERO DEL CANTÓN BABAHOYO

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

Jorge Peñafiel

PEÑAFIEL LEITON JORGE GUSTAVO
CI. 120685227-7



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



**CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO PROBATORIO
DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENCIÓN.**

Babahoyo, 24 de abril de 2019

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, designado por el Consejo Directivo con oficio – C-HT-T 00292-2019, con fecha 5 de abril de 2019, mediante resolución CD-FAC.C.C.J.S.E – SE-003-RES-001-2019, certifico que el Sr. **PEÑAFIEL LEITON JORGE GUSTAVO**, ha desarrollado el documento probatorio dimensión práctica del examen complejo

**AFLUENCIA DE VISITANTES Y LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA
PARROQUIA FEBRES CORDERO DEL CANTÓN BABAHOYO**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.


MSC. CASTILLO ZUÑIGA VICTOR JAVIER
DOCENTE DE LA FCJSE.



Babahoyo, 25 de abril de 2019

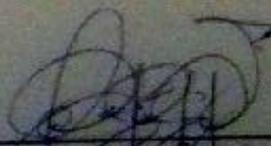
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo del Sr. Peñafiel Leiton Jorge Gustavo, cuyo tema es: **Afluencia de visitantes y los atractivos turísticos de la parroquia Febres Cordero del cantón Babahoyo**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de 7%, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

URKUND		Lista de fuentes Report		PROBLEMA DE ANTIPLAGIO URKUND
Documento:	Documento de antiplagio.doc 0100094	Icono	Categoría	Lista de fuentes de acciones
Presentado:	2019-04-25 14:37:45:00	Icono		17 GONZALEZ Y DEJAS.docx
Presentado por:	jorgepeñafiel@utbb.edu.ec	Icono		https://definicion.de/creacion-de-turismo/
Recibido:	2019-04-25 14:37:45:00	Icono		Tesis, Imagen de Destino Romblon.docx
Mensaje:	Se encuentra para el origen https://definicion.de/creacion-de-turismo/	Icono		TESS RAQUEL SAN TERESACA FRAGA.docx
	Te alerta: El párrafo de comparación está presente en 6 fuentes	Icono		Enciclopedia Carolina (1).pdf
		Icono		TESS CIRCUITO TURISTICO CANTON JIRA DE LAS SIERRAS.docx

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.


MSC. CASTILLO ZUNIGA VICTOR JAVIER
DOCENTE DE LA FCJSE



FECHA: 13/5/2019

HORA: 12:25

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACION
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
HOTELERIA Y TURISMO
UNIDAD DE TITULACIÓN

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

DOCENTE TUTOR:	CASTILLO ZUÑIGA VICTOR JAVIER
ESTUDIANTE:	PEÑAFIEL LEITON JORGE GUSTAVO
PERIODO ACADÉMICO:	ENERO 2019 - MAYO 2019
MODALIDAD DE TITULACIÓN:	EXAMEN COMPLEXIVO
FASE DE MODALIDAD:	FASE PRÁCTICA
PROYECTO DE TITULACIÓN:	AFLUENCIA DE VISITANTES Y LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA FEBRES CORDERO DEL CANTÓN BABAHOYO

INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

AFLUENCIA DE VISITANTES Y LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA FEBRES CORDERO DEL CANTÓN BABAHOYO

FASE	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
FASE PRÁCTICA	2019-04-02	2019-05-13	TERMINADO	100%	HABILITADO

INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

INTRODUCCION					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
INTRODUCCION	2019-04-02	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

CONCLUSIONES					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CONCLUSIONES	2019-04-02	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

BIBLIOGRAFIA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
BIBLIOGRAFIA	2019-04-02	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

ANEXOS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
ANEXOS	2019-04-04	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

DESARROLLO					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
DESARROLLO	2019-04-02	2019-04-24	TERMINADO	100%	HABILITADO

TRABAJO FINAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
TRABAJO FINAL	2019-04-02	2019-04-25	TERMINADO	100%	HABILITADO
CORRECCIÓN	2019-05-12	2019-05-13	TERMINADO	100%	HABILITADO

CASTILLO ZUÑIGA VICTOR JAVIER

DOCENTE TUTOR

PEÑAFIEL LEITON JORGE GUSTAVO

ESTUDIANTE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO
EXAMEN COMPLEXIVO



**RESULTADO DE GRADUACIÓN DE LA DIMENSIÓN ESCRITA
 DE LA MODALIDAD DE EXAMEN COMPLEXIVO.**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE
 INVESTIGACIÓN, TITULADO: AFLUENCIA DE VISITANTES Y LOS
 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARRQUIA FEBRES CORDERO DEL
 CANTÓN BABAHOYO

PRESENTADO POR EL SEÑOR: PEÑAFIEL LEFON JORGE GUSTAVO
 OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

B.08 (ocho punto cero cero)

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

MSC. CANDELL SALDARRIAGA
 ANA MARÍA
 DELEGADA DE LA DECANA

P.D. RIVERA GARCÍA
 CHRISTIAN GEOVANNY
 DOCENTE ESPECIALISTA

MSC. CIFUENTES RODRÍGUEZ
 ANDRÉS FERNANDO
 DELEGADO DEL CIDE

ARQ. JELA BERRUZ
 MOSQUERA
 SECRETARIA DE LA
 FAC. CC. J. L. I. S. S. E.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERIA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



RESUMEN

La ciudad de Babahoyo, tierra de grandes historias que prometen una ciudad versátil la misma que está creciendo en agro-turísticamente convirtiendo a las actividades agrícolas y ganaderas como su principal fuente de ingreso. Esta ciudad llena de cultura en todas sus parroquias especialmente en la de Febres Cordero.

Febres Cordero es una parroquia rural del cantón Babahoyo de la provincia de Los Ríos en el Ecuador. Creada en el recinto de Las Juntas el 14 de mayo de 1936. Sus habitantes se dedican a la agricultura, ganadería y al turismo. Es uno de los sectores más importantes para la agricultura que se dedica primordialmente a la producción de productos como son el: cacao, arroz, maíz, plátanos etc. Su cabecera parroquial es la localidad de Mata de Cacao.

El turismo es una de las actividades de mayor auge en los últimos años incluso en ciertos países se ha considerado como una de las principales fuentes de ingresos económicos, es por ello que algunas ciudades del país trabajan primordialmente para fomentar el turismo porque es una actividad que aflora para el futuro grandes oportunidades de crecimiento y desarrollo urbano-rural. Por estas características, Babahoyo no puede ser la excepción, se tiene que fomentar el turismo y el agroturismo en sus parroquias.

Palabras claves: turismo, agroturismo, fuentes de ingreso, desarrollo, actividades agroturística.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERIA Y TURISMO
MODALIDAD PRESENCIAL



SUMMARY

The city of Babahoyo, land of great stories that promise a versatile city the same one that is growing in agro-turistically turning agricultural and livestock activities as its main source of income. This city is full culture in all its parishes, especially in that of Febres Cordero.

Febres Cordero is a rural parish of the Babahoyo canton of the fovince of Los Ríos in Ecuador. Created in the precinct of Las Juntas on may 14, 1936. Its inhabitants are dedicated to agricultura, livestock and tourism. It is one of the most important sectores for agricultura that is primarilly engaged in the production of products such as: cocoa, rice, corn, plantain etc. Its parish head is the town of Mata de Cacao.

Tourismo is one of the most booming activities in recent years, even in certain countries has been considered as one of the main source of considered as as one of the main sources of income, that is why some cities in the country work primarily to promote tourism because it is an activity that Great opportunities for growth an urban-rural development emerge for the future. For these characteristics, Babahoyo can not be the exception, tourism and agrotourism in its parishes have to be encouraged.

Key words: tourism, agrotourism, income sources, development, agro-tourism activities.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA	iii
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	v
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO (URKUND).....	vi
INFORME DEL SISTEMA SAI.....	vii
RESULTADO DE GRADUACIÓN DE LA DIMNSIÓN ESCRITA DE LA MODALIDAD DE EXAMEN COMPLEXIVO	viii
RESUMEN	ix
SUMMARY.....	x
Introducción.....	1
Desarrollo.....	2
Justificación	2
Objetivo (s).....	3
Objetivo general	3
Objeticos específicos.....	3
Sustentos teóricos	3
Técnicas aplicadas para la recolección de información.	13
Resultados obtenidos.....	14
Conclusiones	19
Bibliografía	20
Anexos	

ÍNDICE DE FIGURAS

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 1 COMPLEJO ARQUEOLOGICO “LA Tola”

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 2 Cascada Pailón de San Jacinto

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 3 Playa Olaya

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 4 Complejo Turístico “La Isla de Luis y Cleo”

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 5 Rodeo montubio Febres Cordero

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 6 Rio San Jacinto”

Introducción

Febres Cordero es una parroquia rural del cantón Babahoyo de la provincia de Los Ríos en el Ecuador. Creada en el recinto de Las Juntas el 14 de mayo de 1936. Sus habitantes se dedican a la agricultura, ganadería y al turismo. Es uno de los sectores más importantes para la agricultura que se dedica primordialmente a la producción de productos como son el: cacao, arroz, maíz, plátanos etc. Su cabecera parroquial es la localidad de Mata de Cacao.

Este presente trabajo investigativo es de gran importancia, por el cual se va a medir la afluencia de visitantes que tienen los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia Febres Cordero del cantón Babahoyo, pero debido al deterioro de las vías, escases de alojamientos y al abandono de los recursos naturales y culturales los turistas locales, regionales y nacionales se desinteresan por volver a este bello rincón montubio del Ecuador.

Por otro lado se busca hacer un diagnóstico en el levantamiento de información turística y medir el volumen de turistas que llegan a visitar los atractivos turísticos, y así dar a conocer las ideas para mejorar la atención y la infraestructura hotelera, y fomentar más el turismo en el sector.

En la parroquia Febres Cordero según el informe narrativo de las entrevistas aplicadas para el levantamiento de información, se dio como resultado, que en los últimos tres años los turistas visitan con mayor concurrencia la parroquia por estacionalidad o sea solo por tiempo de fines de semanas, fiestas populares y en temporada de carnavales.

Afluencia de visitantes y los atractivos turísticos de la parroquia Febres Cordero del cantón Babahoyo

Desarrollo

Justificación

La importancia de este trabajo radica en el que se va a medir la afluencia de visitas que tienen los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia Febres Cordero del cantón Babahoyo, lugar lleno de riquezas naturales y culturales, tradiciones y costumbres, en el cual pueden admirar propios y extraños los atractivos y recursos turísticos, pero debido al deterioro de las vías y la escases de alojamientos, los turistas locales, regionales y nacionales se desinteresan por volver a este bello rincón lleno de tradiciones y costumbres del Ecuador.

La problemática de este trabajo investigativo da a conocer que la parroquia Febres Cordero del cantón Babahoyo, sus habitantes en su mayoría se dedican a la agricultura, ganadería, pesca y al comercio formal e informal. Pocos se dedican a la actividad turística debido a la mala adecuación de las vías, la escasa planta turística que posee la parroquia, en las que se encuentra bares, restaurantes, hospedajes, club de diversiones; la falta de capacitación turística que tienen los servidores turísticos hace que los turistas no se sientan satisfechos plenamente, además ninguna operadora turística incluye a los atractivos turísticos de la parroquia Febres Cordero.

Por otro lado se busca hacer un estudio de levantamiento de información turística y medir el volumen de turistas que llegan a visitar los atractivos turísticos, el cual se platea ideas para el mejoramiento en la atención, y la infraestructura hotelera y fomentar más el turismo en el sector.

Con la presente investigación los beneficiarios directos son los de la planta hotelera y los propietarios de los atractivos turísticos que posee la parroquia, e indirectos toda la

población, porque se va analizar la afluencia de los visitantes, y proporcionar soluciones para el desarrollo local, con la propuesta se busca fomentar el agroturismo y el turismo rural y poder beneficiar indirectamente a los negocios que van de la mano con el turismo como lo es la transportación y el comercio formal e informal.

Objetivo (s)

Objetivo general

Diagnosticar el volumen de visitas en los atractivos turísticos para el planteamiento de alternativas de solución para la problemática planteada.

Objetivos específicos

- Identificar los elementos teóricos necesarios para la sustentación de las variables.
- Diagnosticar la situación actual de la afluencia de visitantes en los atractivos turísticos de la parroquia Febres Cordero.
- Proponer acciones de mejora para el incremento de visita en los atractivos turísticos.

Sustentos teóricos

Promoción turística

Para los autores Cruz, G., & Albuquerque, T. (2010) indican que la promoción de un destino turístico posee diversos propósitos, entre ellos: informar, persuadir, inducir, recordar, comunicar y sensibilizar a los clientes actuales y potenciales; así como atraer y conquistar la fidelidad de los consumidores. Para alcanzar los propósitos, la promoción turística deberá ser llevada a cabo con eficiencia, buena imagen y principalmente con eficacia para obtener los resultados esperados en la planificación del marketing de destinos.

Según este autor nos indica Ollague, N. (2015) que la promoción turística es la actividad destinada hacia la información y al cliente en donde se incluye lo que es la publicidad, promoción de ventas y otros medios, también lo que respecta a las relaciones publicas cuando están integradas en el marketing. La promoción es una actividad formada por acciones e instrumentos que desempeñan la función de beneficiar los estímulos para el levantamiento y adelanto del turismo por todo el mundo, así mismo como el crecimiento y mejora de trabajo de la industria que se benefician con los fines de la explotación económica. Las actividades de propagandas serán realizadas por medio de campañas publicitarias, para dar a conocer un producto o servicio turístico a la clientela y lograr las ventas proyectadas a un futuro no muy lejano.

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas, es de gran importancia destacar que la llegada de visitantes a una ciudad, región o país genera ingreso económico para dicho lugar.

La promoción turística puede comprender una gran variedad de objetivo, entre lo más habituales están los siguientes: Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar; Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista; Captar eventos de cierta relevancia para la zona; Incentivar la implicación de todos los profesionales en turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Marketing turístico

Según los autores Baños, L. & Alonso, M. (2016) aportan que existen numerosas definiciones del concepto de marketing, y recogerlas todas en esta unidad sería prácticamente imposible, por eso toma en cuenta el momento presente y la sociedad y el entorno en el que vivimos. El marketing es el modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción , por una de las partes, de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita. Con esta definición, el

marketing turístico podría definirse como: Una filosofía, actividad y disciplina científica que tiene como objetivo satisfacer las necesidades y deseos de los visitantes turísticos (turistas o excursionistas), de las empresas turísticas (hoteles, agencias de viajes, municipios turísticos etc.) y de la sociedad en general, con la finalidad de que sea satisfactoria para todas ellas, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes de los bienes o servicios que la otra parte necesita.

El marketing turístico puede ofrecer medidas para hacer que las ventas de los servicios o productos turísticos sean más tangible y para ello se puede utilizar medios como (filmes, catálogos, fotos, exposiciones, bosquejos, etc.) para intentar representar la materialización de sus promesas. Para Barroso, G., & Mota, K. (2010) cuando los clientes potenciales o el grupo objetivo de consumidores no pueden probar, testear, sentir, oler o ver anticipadamente el producto, lo que induce la compra es la promesa de satisfacción.

El marketing es un proceso de gestión responsable de identificar y anticiparse a las necesidades de los consumidores de forma satisfactoria, y pretende conocer y entender al cliente, que el producto o servicio que le ofrezcan se ajuste con sus necesidades. Por lo consiguiente el marketing no es el arte de vender lo que se produce, sino es el arte de saber vender, e identificar las necesidades.

El marketing parte de una necesidad un deseo de acuerdo con las características personales del consumidor, por lo consiguiente el marketing turístico implica entender a un turista y que productos o servicios pueden catalogarse como turísticos.

Oferta y Demanda

Para el autor Beaufond, R. (2006) la oferta turística parte de la idea de que el turismo es una de las formas de consumo de un conjunto de bienes y servicios denominados turísticos

y que adquieren un valor económico en función de su precio. Entonces, en términos económicos: turista es igual a consumidor de bienes y servicios. Así se tienen:

- Bienes Materiales: Compras de bienes / servicios dentro del itinerario de su viaje y otros gastos.

- Bienes Inmateriales: Concernientes a la cultura, arte, adquisición de nuevos conocimientos, prácticas seráficas en determinados santuarios o al disfrute de las bellezas naturales.

La oferta turística está formada por un conjunto de elementos que forman el producto turístico de un destino; como los atractivos, los servicios (que justifican su existencia casi exclusivamente en virtud del turismo), los servicios públicos, y la infraestructura básica. Todos estos elementos aislados poseen escaso valor turístico, pero si están agrupados en el mismo se pueden componer a lo que se le denomina producto turístico. (Barroso, G., & Mota, K. 2010)

Según Madrazo, L. M. R. (2009), define la demanda turística a los consumidores actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar el conjunto de facilidades, atractivos, actividades, bienes y/o servicios turísticos en función del precio y a su renta, en lugares distintos al sitio de trabajo y residencia habitual durante un cierto período de tiempo que pernocta.

La oferta turística es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado, la oferta tiene como característica el aumento del precio, mientras más el precio suba mejor será el producto o servicio ofrecido.

La demanda turística comprende a los individuos y sus necesidades que consumen y adquieren experiencia de lugares visitados. Los turistas compran bienes y utilizan servicios, tales como medios de hospedaje, transporte, alimentación, información y parques de diversiones. Pero su motivación principal suele recaer en el destino turístico y se manifiesta como una experiencia subjetiva del turista.

Afluencia de visitas

Según los autores Rosado, C., Carbajal, C., & Oliver, J. (2017) dicen que, cuando a instancias del turismo o del comercio se habla se refiere también a zona de afluencia turística, y refiere aquel municipio, ciudad o pueblo, que por una o varias circunstancias se elige el centro que capta la atención de todos los turistas que ingresan al país al cual pertenece ese municipio, ciudad o pueblo en cuestión, es decir, que si tienen un buen servicio, todos querrán pasar por allí nuevamente, aunque sea un día. Durante todo el año o bien durante una parte de él, tal como suele suceder con aquellas plazas, como las playas que atraen mayor afluencia especialmente en el verano, o en su defecto las montañas en el invierno mientras dura la temporada de si, estas zonas consideradas de afluencia turística se presentarán especialmente preparadas para recibir a un muy numeroso público.

Según Parra, M. E. (2012) La afluencia de visitantes es la llegada de personas en gran cantidad a un lugar determinado con la única intención de disfrutar, relajarse, distraerse y pasar un momento agradable en el lugar que visitan. También se podría decir que afluencia de visitantes es el desplazamiento de personas de un lugar distinto a su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y mayor a las 24 horas, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Se dividen a su vez en turistas y excursionistas.

Los tres criterios fundamentales que parecen suficientes para distinguir a los visitantes de otros viajeros son los siguientes:

- Debe haber un desplazamiento o viaje de la persona a un lugar distinto al de su entorno habitual, que excluirá los desplazamientos cotidianos o regulares entre el domicilio y el lugar donde trabaja o estudia.

- La estancia en el lugar visitado no debería ser superior a 12 meses consecutivos. Sobrepasado este límite el visitante adquiriría la condición de residente en dicho lugar (desde el punto de vista estadístico).

- El motivo principal de la visita debería ser distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, lo que excluye los movimientos migratorios de carácter laboral.

La afluencia de turistas es la demanda de personas en gran o menor cantidad a un lugar preciso, escogido por los visitantes con anticipación, donde se proporciona servicios turísticos de calidad personalizada; misma que posee las facilidades necesarias para disfrutar de los atractivos naturales y culturales sin degradar el medio y la realidad donde se desarrollan la actividad.

En otras instancias en el turismo o del comercio se habla de zona de afluencia turística, se refiere a aquel lugar turístico, ciudad o pueblo, que por una o varias circunstancias se erige como el centro que llama la atención de todos los turistas que ingresan al país, ciudad o pueblo en cuestión, es decir, todos querrán pasar por allí, aunque sea un día.

Producto turístico

Para De la Colina, J. (2008). Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

En mercadeo se entiende por producto a:

- Bienes o productos físicos: son todos los elementos tangibles.
- Servicios: son intangibles, son inseparables (se producen y consumen al mismo tiempo), son variables y son imperdurables.
- Personas: se aplica a los profesionales de distintas áreas, por ej: actores.
- Lugares: como ciudades, países; parques o determinadas áreas geográficas.
- Instituciones: por ejemplo Universidades, fundaciones, empresas (no sus bienes o servicios), etc.
- Ideas: abarca a proyectos de negocios, proyectos sociales, hasta proyectos internos dentro de una organización, también se comunican y vende.

Según Morillo, M. C. (2011) de esta forma, el producto turístico está conformado por las organizaciones que ofrecen bienes y servicios a los turistas, y estas incluyen los servicios de entretenimiento y de recreación u ocio, así como a todo activo natural, cultural y social donde se desarrolla gran parte de las actividades de servicio (localidad receptora), que constituye, en muchos casos, el mayor atractivo para el turismo y la principal razón de los desplazamiento. Es así como un producto turístico resulta de la combinación, de los activos de cada localidad y los ser vicios prestados. Es decir, los productos turísticos concebidos como sistemas, están conformados por un conjunto de características naturales, culturales y factores creados en infraestructura de alojamiento, transporte y otros.

El producto turístico es la combinación de prestaciones de elementos tangibles e intangibles que ofrecen beneficios al cliente como respuestas determinadas, expectativas y motivaciones. El producto es, por tanto, el conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante es el que se satisfacen sus necesidades. El diseño del producto turístico, sin duda, es la actividad más importante que debe poseer es el marketing turístico. Si el producto satisface al consumidor, lo único que se necesita es que el resto de acciones de marketing sean correctas y coherentes para garantizar el éxito en el mercado.

También para la OMT (Organización Mundial del Turismo), el diseño de un producto turístico está basado en conceptos como patrimonio, recursos y destino. El patrimonio turístico es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del viajero (por ejemplo, una playa, una montaña, etc.). El recurso turístico son los bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (infraestructuras de acceso a la playa, señalización de un parque natural en una montaña).

Destinos turísticos

Un destino turístico permanentemente establecido, cuyo objetivo principal es permitir el acceso público al entretenimiento, interés o educación; en vez de ser especialmente un

punto de venta o un lugar para eventos deportivos, teatrales o locaciones cinematográficas, debe ser abierto al público que podrá llegar sin aviso previo en períodos publicados anualmente. Este tipo de destino turístico debe ser capaz de atraer turistas o visitantes, así como residentes locales. Además, la atracción debe ser un negocio único, bajo una única gestión y debe recibir los ingresos directamente de los visitantes (Mondo, T., & Fiates, G. 2016).

Según para estos autores Ávila, R., & Barrado, D. A. (2005) el destino turístico es un espacio determinado donde deben abordarse como destino turístico desde tres grandes marcos de trabajo conectados entre sí: el que le concierne a los aspectos sociales del desarrollo, el que recoge los elementos de la sostenibilidad ambiental y territorial, y el que aborda los aspectos económicos. Pero además, junto a estos tres grandes conjuntos imprescindibles para la puesta en valor de un destino, la metodología de trabajo no estaría completa de forma efectiva sin contar con los cada vez más extendidos y considerados planes y sistemas de calidad y de comunicación.

El Destino Turístico está ligado a varios enfoques. Desde aquellos con una tradicional hasta aquellos cuya aproximación contempla la experiencia subjetiva del turista.

Es un espacio geográfico determinado con características y rasgos particulares. Que cuenta con:

- Atractivos y servicios que motivan y facilitan la estancia del turista.
- Medios que posibilitan su accesibilidad en adecuadas restricciones en precio-valor.
- Respaldo de la población local, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos (bienes y servicios) de la experiencia de visita del turista.
- Una marca que se comercializa tendrá en cuenta su carácter integral.

Según la Organización Mundial del Turismo OMT considera al destino turístico como el “lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico” (1998). La perspectiva enfocada en la zona geográfica que delimita la oferta, también define

el destino turístico como “ciudad, región o país hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”.

Recurso turístico

Por una parte Navarro, D. (2015) se señala que los recursos son, elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa. Recursos naturales, hidráulicos, forestales, económicos, humanos. Se trata de un término de uso en varios ámbitos, como se desprende de la enumeración de la definición: no es exclusivo del fenómeno turístico. Además, aplicado a bienes naturales y culturales, connota la idea de bienes en su estado original, como los naturales, hidráulicos y forestales de la definición. Recuérdese que en esta indagación se parte de la idea del recurso como un elemento que resuelve necesidades, luego se considera que resuelve necesidades en base a determinados atributos y se arriba a la conceptualización del recurso como un bien con características relevantes. El foco vuelve del efecto a la causa. No se debe definir al recurso turístico por su capacidad de disolver necesidades (aspecto ajeno, dependiente y de difícil análisis), sino por sus rasgos sobresalientes y principalmente los que la provocan (aspecto propio, independiente y analizable).

Un recurso turístico es cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento por el motivo esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

El concepto de recurso turístico compromete la utilización del potencial real del patrimonio y de los atractivos turísticos con el propósito que a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción. El análisis de los recursos turísticos nos permite evaluar la potencialidad para el desarrollo de la actividad turística de un determinado espacio.

Atractivos turísticos

Según el autor Navarro, D. (2015) narra que el diccionario castellano no prevé el sustantivo “atractivo” en el sentido de atractivo turístico, aunque indudablemente su uso está extendido en el mundo del turismo. En este caso, sí se trata de un término específico del ámbito turístico. Existen recursos turísticos que no equivalen a atractivos turísticos. Se encuentran “disponibles para resolver una necesidad” pero sin hacer que acudan a sí personas. Son relevantes, pero no provocan un viaje: para que eso ocurra, es necesario que el recurso sea conocido y sea visitable. Por el contrario, no se conciben atractivos turísticos que no constituyan recursos turísticos; esto es, bienes que motiven un desplazamiento sin pretender satisfacer necesidad alguna: se emprende un traslado con la expectativa de extinguir una necesidad, más allá de que eso ocurra finalmente.

El aporte que nos da los autores Mondo, T., & Fiates, G. (2016) dicen que las atracciones turísticas desempeñan un papel vital en la conservación y protección natural del medio ambiente, así como en la construcción del patrimonio histórico o cultural. Otras tienen una función educativa explícita o son importantes para ayudar a mantener prácticas e identidades culturales específicas. Como resultado la gestión de las atracciones es influenciada por una variedad de cuestiones complejas.

Las atracciones turísticas tienen un papel fundamental en el desarrollo y éxito de los destinos turísticos. Básicamente buscan atraer visitantes hacia un área, pero también pueden operar en niveles mucho más amplios como agentes de cambio, habilitadores sociales y generadores de ingreso. Las atracciones es la base para el turismo, generar la visita, dar origen a circuitos de excursiones y crear una industria propia.

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para influir sobre el proceso de decisión del turista y que provoque su visita a

través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado sitio turístico.

Técnicas aplicadas para la recolección de información.

El tipo de investigación utilizado en este trabajo investigativo fue exploratoria-descriptiva en el cual se dará a conocer el diagnóstico de afluencia de visitantes en la parroquia Febres Cordero y las causas de las problemáticas detectadas a lo largo de esta investigación.

La metodología que se utilizó fue la de análisis y síntesis porque se desglosó en partes las variables para luego formar conceptos, a partir de diferentes autores y así formar una idea clara y concreta para definir las.

El método de observación permitió reunir datos, hechos y situaciones pertinentes, y nos permite tener un panorama más amplio sobre el caso a investigar.

Para conocer el porcentaje de afluencia de visitantes en la parroquia se realizaron entrevistas a los propietarios de los atractivos turísticos. Además se analizaron los reportes anuales de visitantes de los sitios turísticos y de la información que nos brinda el GAD parroquial.

La técnica utilizada en esta investigación fue la entrevista que me permitió preguntarles directamente a los propietarios y al GAD parroquial de Febres Cordero sobre la demanda que tienen los atractivos turísticos.

El instrumento utilizado fue el formulario de preguntas o cuestionario el cual recoge información para su posterior análisis

Resultados obtenidos

Según los datos obtenidos en la entrevista realizada a los propietarios de los sitios turísticos se llegó a comprobar lo siguiente:

Entrevista propietario del complejo arqueológico La Tola

Se entrevistó al señor Israel Recilio Días, el cual se le aplicó 9 preguntas, de las cuales se tomaron a consideración tres preguntas de las más importantes para sustentar la investigación. Pregunta N° 3 ¿cuenta usted con una herramienta para medir la demanda que llegan a su establecimiento turístico? Mencionó que no cuenta con ninguna ficha de registro.

Pregunta N° 7 ¿Qué medios de información usa para dar a conocer el sitio turístico? Manifiesta que utilizó el medio televisivo y las recomendaciones de los turistas.

Pregunta N° 8 ¿Cuál es el flujo y en que temporada los visitantes llegan a su recurso turístico? Indica que él recibía visitantes universitarios de la provincia de Bolívar, lo contactaban por medio de llamadas unos días antes que tengan todo preparado, y solo llegaban cada 30 días de uno a dos buses en la temporada de verano.

Entrevista propietario del recurso turístico Playa Olaya

Se entrevistó al señor Guzmán Osvaldo Olaya, el cual se le aplicó 9 preguntas, de las cuales se tomaron a consideración tres preguntas de las más importantes para sustentar la investigación. Pregunta N° 3 ¿cuenta usted con una herramienta para medir la demanda que llegan a su establecimiento turístico? Mencionó que no cuenta con ninguna ficha de registro.

Pregunta N° 7 ¿Qué medios de información usa para dar a conocer el sitio turístico? Manifiesta que utiliza las redes sociales, perifoneo y la radio.

Pregunta N° 8 ¿Cuál es el flujo y en que temporada los visitantes llegan a su recurso turístico? Indica que recibe visitantes con mayor afluencia en los meses de verano (julio a septiembre).

Entrevista propietario del complejo turístico La Quinta de Abigail

Se entrevistó a la señora Carmen Monar, el cual se le aplicó 9 preguntas, de las cuales se tomaron a consideración tres preguntas de las más importantes para sustentar la investigación. Pregunta N° 3 ¿Cuenta usted con una herramienta para medir la demanda que llegan a su establecimiento turístico? Mencionó que no cuenta con ninguna ficha de registro, que se guía por medio del dinero que entra por motivos de las ventas de las entradas.

Pregunta N° 7 ¿Qué medios de información usa para dar a conocer el sitio turístico? Manifiesta que utiliza las redes sociales.

Pregunta N° 8 ¿Cuál es el flujo y en que temporada los visitantes llegan a su recurso turístico? Indica que recibe visitantes con mayor afluencia en los meses de invierno (Enero a Abril).

Entrevista al GAD Parroquial de Febres Cordero

Se entrevistó a la señorita Mayerlly Iza Zúñiga, el cual se le aplicó 9 preguntas, de las cuales se tomaron a consideración tres preguntas de las más importantes para sustentar la investigación. Pregunta N° 3 ¿Cuenta usted con una herramienta para medir la demanda que llegan a su establecimiento turístico? Mencionó que el GAD parroquial no cuenta con ninguna ficha de registro.

Pregunta N° 7 ¿Qué medios de información usa para dar a conocer el sitio turístico? Manifiesta que utiliza las redes sociales e invitaciones a las instituciones públicas y educativas.

Pregunta N° 8 ¿Cuál es el flujo y en que temporada los visitantes llegan a su recurso turístico? Indica que recibe visitantes con mayor afluencia en los días de fiestas cívicas y patronales (Agosta y Diciembre).

Se pudo comprobar por medio de una pregunta específica; la N° 4 ¿Usted tiene alguna especialidad o conocimiento en turismo? Mencionaron que no tienen especialización en el turismo todo lo que han logrado y lo han desarrollado de manera empírica, y por las ganas de superarse, y solventarse económicamente, por la razón de que la agricultura y la ganadería ya no tienen mayor salida. La representación del resultado obtenido por medio de la entrevista esta detallada en la **figura de resultados**

Tabla de resultados obtenidos

Atractivo turístico	Nombre del propietario	Tienen ficha de registro	Fecha o época de mayor afluencia de visitas	Perfil de los visitantes	Capacidad del sitio
Playa Olaya	Guzmán Osvaldo Olaya	No (se dirige por medio de la observación)	Toda la temporada de verano	Amantes de la naturaleza, del deporte acuático, y los amantes de las rumbas	500 personas
Complejo arqueológico la Tola	Israel Recilio Días	No (se dirigía por medio de los buses que llegaban al lugar)	En temporadas de verano. Pero en la época que contaba con un	Estudiantes de las universidades, investigadores de patrimonios culturales.	60 personas

			buen estado de salud de él y su esposa		
Complejo turístico La Quinta de Abigail	Carmen Monar	No (se dirige por medio del dinero que entra de las entradas)	En la temporada se vacaciones (Enero – Abril)	Amantes de la rumba y el deporte acuático	700 a 900 personas
Complejo turístico la Isla de Luis y Cleo	Luis Chica		Cada dos semanas un ingreso de 30 a 60 visitantes	Estudiantes, los Boy Scouts, Religiosos y los amantes de la naturaleza	30 en las habitaciones 400 personas en campin

Según el proyecto de vínculo con la colectividad que desarrollo la carrera de hotelería y turismo de la universidad técnica de Babahoyo, de acuerdo a preguntas que se les realizaron a los beneficiarios sobre la demanda turística que llega a la parroquia de Febres Cordero, se identificó que los días de visita por turistas son los fines de semana y más los feriados, mientras que los días ordinario es ausente la concurrencias de visitante por la falta de promoción del sector turístico de la parroquia.

En cuanto a la frecuencia de visitantes es estacional, es decir solo por temporada y esporádicas los visitantes acuden sitios de la parroquia solo por curiosidad o por conocer del lugar pero no es porque sea reconocido o tenga servicios de calidad que llame la atención.

Por otra parte la forma de visita es de manera independiente, por amistades, conocidos, etc. No hay ninguna empresa que se encargue de ofertar paquetes turísticos hacia la parroquia.

Además la mayor parte de visitantes son nacionales y regionales no hay internacionales por efecto de la demanda de bastos que hacen falta a la parroquia para que sea un sector llamativo más por los extranjeros.

Los lugares frecuentemente visitados y llamativos son: el atractivo turístico natural Playa Olaya el recurso turístico natural Cascada Pailón San Jacinto y el atractivo turístico natural Isla Luis y Cleo

Basado en las entrevistas realizadas se puede plantear que se desarrollen capacitaciones de turismo en general y como llevar el conteo del volumen de visitantes a los propietarios de los atractivos turísticos y tener en cuenta los perfiles de los visitantes, y que se considere el rango de edad como: niños, adolescentes, jóvenes y adultos mayores.

Otra de las soluciones sería trabajar en un plan de marketing en el cual se dé a conocer todos los atractivos turísticos que posee la parroquia Febres Cordero por medio de revistas, redes sociales, agencias de viajes, etcétera. Para que de esta manera llegue a personas de todas las edades.

Mediante la entrevista realizada se determinó que todos los propietarios y el GAD parroquial no cuentan con una herramienta para medir la afluencia de visitantes, por lo que es necesario realizar un acompañamiento mano a mano la Universidad y el Ministerio de Turismo, para así llevar una estadística anual de la afluencia de visitantes en la parroquia Febres Cordero.

Conclusiones

La parroquia Febres Cordero del cantón Babahoyo encierra una serie de elementos que lo convierte en un sitio importante no solamente cultural, histórica y por su agricultura sino también se vuelve en un lugar extraordinario debido a que está lleno de vida, tradiciones e incluso con un alto potencial turístico por detonar. Es de suma importancia remarcar que para lograr un turismo exitoso es necesaria la participación y organización de habitantes, turistas, empresarios y gobierno.

A pesar de que la mayoría de las comunidades cuentan con una diversidad de recursos naturales, cultura ancestral, gastronomía, los habitantes no están capacitados para sacarle provecho al turismo, por consiguiente no saben de qué forma elaborar proyectos ni calcular el porcentaje de afluencia anual que tienen sus atractivos, y que ayuden a su comunidad, y así mismo se vean beneficiados.

Para finalizar está investigación de acuerdo con los resultados obtenidos, se mostró que en la parroquia Febres Cordero no ha sido realmente desarrollado el turismo como tal, ya que los propietarios lo han desarrollado de manera empírica, por lo consiguiente las comunidades no han tenido la oportunidad de tener la participación en las decisiones y en los beneficios.

Bibliografía

Cruz, G., & de Albuquerque, T. (2010). *Promoción turística on-line Análisis del site y las políticas públicas de Recife-Brasil. Estudios y perspectivas en turismo*, 19(5), 688-702. – Brasil.

Ollague, N. (2015). *Plan de Promoción Turística para la comunidad Punta Diamante de la parroquia Chongón del cantón Guayaquil*. Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Carrera de Turismo y Hotelería.

Baños, L., & Alonso, M. (2016). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. NIPO: 820-10-287-8. España

Beaufond, R. (2006). *Marketing Turístico: Un enfoque digital estratégico integrado*. Ciudad Guayana, Venezuela.

Madrazo, L. (2009). *Conceptualización de la demanda turística. Ciencias Holguín*, 15(1), 1-8. Santiago de Cuba.

Barroso, G. A., & Mota, K. C. N. (2010). *Marketing turístico internacional. La marca Brasil. Estudios y perspectivas en turismo*, 19(2), 241-267. Buenos Aires, Argentina.

Morillo, M., & Coromoto, C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, 10(1), 135-158.

De la Colina, J. (2008). *El concepto del producto turístico*.

Ávila, R., & Barrado, D. (2005). *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*. Cuadernos de turismo, Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal Cuadernos de Turismo, 15, 27-43

Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Cuadernos de turismo, (35), 335-357.

Mondo, T., & Fiates, G. (2016). *Atributos de la calidad de servicios en atractivos turísticos: un estudio netnográfico en el uso del protocolo TOURQUAL*. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(2), 124-142.

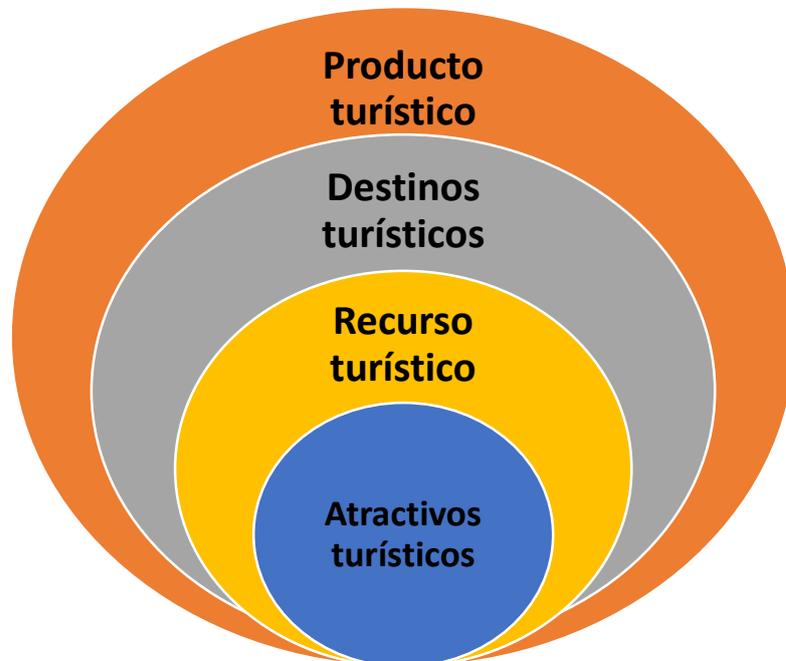
Rosado, C., Carbajal, C., & Oliver, J. (2017). *El turismo sostenible y la afluencia turística en los distritos de Ica y Huanchaco-2014*.

Anexos

Categoría de análisis



Variable dependiente



Variable independiente

Entrevista realizada a los propietarios de los recursos y/o atractivos turísticos

Nombre del propietario o encargado del lugar turístico

Nombre del recurso turístico: _____

Lugar del sitio turístico: _____

1. ¿Su atractivo turístico es un recurso natural o cultural?

Recurso natural _____

Recurso cultural _____

2. ¿Por qué tomo la decisión de prestar servicios turísticos?

3. ¿Cuenta usted con una herramienta para medir la demanda que llegan a su establecimiento turístico?

4. ¿Usted tiene alguna especialidad o conocimiento en turismo?

5. ¿Cuenta con facilidades de accesibilidad para llegar al recurso y/o atractivo turístico? Y en qué estado se encuentra

Si _____ **no** _____

Buena _____ **regular** _____ **mala** _____

6. ¿Qué actividades se pueden desarrollar en atractivo turístico?

7. ¿Qué capacidad de carga tiene su atractivo turístico?

8. ¿Qué medios de información usa para dar a conocer el sitio turístico?

9. ¿Cuál es el flujo y en que temporada los visitantes llegan a su recurso turístico?

Variable independiente

Afluencia de visitantes

Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica/ instrumento
<p>La afluencia de turistas es la demanda de personas en gran o menor cantidad a un lugar preciso, escogido por los visitantes con anticipación, donde se proporciona servicios turísticos de calidad personalizada; misma que posee las facilidades necesarias para disfrutar de los atractivos naturales y culturales sin degradar el medio y la realidad donde se desarrollan la actividad.</p>	Demanda	Oferta y demanda	¿Por qué tomo la decisión de prestar servicios turísticos?	<p>Entrevista</p> <p>Cuestionario</p>
	Visitantes	Turistas	¿Cuenta usted con una herramienta para medir la demanda que llegan a su establecimiento turístico?	
	Servicios turísticos	Calidad de servicios	¿Qué actividades se pueden desarrollar en atractivo turístico?	
	Facilidades	Accesibilidad	¿Cuenta con facilidades de accesibilidad para llegar al recurso y/o atractivo turístico? Y en qué estado se encuentra Si _____ no _____	
	Actividad	Desarrollo	Buena ____ regular _____ mala_____	
			¿Usted tiene alguna especialidad o conocimiento en turismo?	

Variable dependiente

Atractivos turísticos

Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica/ instrumento
<p>El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incurrir sobre el proceso de decisión del turista y que provoque su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado sitio turístico.</p>	Elementos materiales e inmateriales	Recursos naturales y culturales	<p>¿Su atractivo turístico es un recurso natural o cultural?</p> <p>Recurso natural</p>	
	Producto turístico	Bienes y/o servicios	<p>Recurso cultural</p> <p>¿Qué medios de información usa para dar a conocer el sitio turístico?</p>	
	Capacidad	Cantidad	<p>¿Qué capacidad de carga tiene su atractivo turístico?</p>	Entrevista
	Flujo de desplazamiento	Temporal	<p>¿Cuál es el flujo de desplazamiento y en que temporada llegan los visitantes a su recurso y/o atractivo turístico?</p>	Cuestionario



FOTOGRAFIA 1 ENTREVISTA A LA ENCARGADA DEL GAD PARROQUIAL DE FEBRES CORDERO



FOTOGRAFIA 2 PARQUE CENTRAL DEL RECINTO MATA DE CACAO



FOTOGRAFIA 3 ENTREVISTA A LA PROPIETARIA DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA QUINTA DE ABIGAIL”



FOTOGRAFIA 4 COMPLEJO TURÍSTICO “LA QUINTA DE ABIGAIL”



FOTOGRAFIA 5 ENTREVISTA AL PROPIETARIO DEL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO “LA TOLA”



FOTOGRAFIA 6 VESTIGIO ARQUEOLÓGICO DE LA CULTURA MILAGRO QUEVEDO (LA TOLA)



FOTOGRAFIA 7 VESTIGIO ARQUEOLÓGICO DE LA CULTURA MILAGRO QUEVEDO (LA TOLA)



FOTOGRAFIA 8 ENTREVISTA AL ENCARGADO DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA ISLA DE LUÍS Y CLEO”



**FOTOGRAFIA 9 ENTREVISTA AL PROPIETARIO DEL ATRACTIVO TURÍSTICO
“PLAYA OLAYA”**

**FICHAS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DEL MINISTERIO DE
TURISMO REALIZADO POR EL TRABAJO DE VÍNCULO CON LA SOCIEDAD
DE LA CARRERA HOTELERIA Y TURISMO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA
DE BABAHOYO**

 Ficha para el Levantamiento y Jerarquización de Atractivo Turísticos 	
Datos Generales Nombre del Atractivo Turístico: Sitio Arqueológico La Tola	
Categoría: Manifestaciones culturales Turístico Cultural	Tipo: Arqueología Jerarquía: Recurso
Subtipo: Recurso	
Ubicación del Atractivo Turístico Provincia: Los Ríos Cantón: Babahoyo Parroquia: Febres Cordero-vía Mata de Cacao	
Atractivo Cultural	Si <input checked="" type="checkbox"/> No
Intangible (M)	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>
Origen:	Ancestral Histórico <input checked="" type="checkbox"/> Contemporáneo
Simbolismo:	Fecha Celebración:
Periodicidad:	Anual Ocasional <input checked="" type="checkbox"/> Otro Especifique
Portadores:	Individuos Colectivos <input checked="" type="checkbox"/> Institucional
Mantiene Costumbres y Tradiciones:	Si <input checked="" type="checkbox"/> No
Características Específicas Distintivas:	
Existe Información al Respecto del Evento:	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>
Nivel de Organización:	Bueno Regular <input checked="" type="checkbox"/> Malo
Anexos: 	
Descripción del Atractivo. En Pimocha y Febres Cordero, dos parroquias de Babahoyo, se han hallado tolas (tumbas) Este sitio es un cementerio Inca. Tiene características de la cultura Milagro – Quevedo ya que piezas encontradas en este sitio tienen semejanza con dicha cultura. Aquí encontramos bóvedas antiguas de aproximadamente 10 m. de profundidad, donde en vasijas de barro gigantes depositaban sus cuerpos. Se puede observar restos fósiles como: Cráneos, fémur, vasijas pequeñas, tiestos de barro, pinzas, collares, piedra pómez de aborígenes.	

Fichas técnicas para la jerarquización de atractivos turísticos.



Ficha para el Levantamiento y Jerarquización de Atractivo Turísticos



Datos Generales				
Nombre del Atractivo Turístico: Cascada Pailón San Jacinto				
Categoría: Natural	Tipo: Cascada	Subtipo: Recurso Turístico Natural		
Jerarquía: Recurso				
Ubicación del Atractivo Turístico				
Provincia: Los Ríos	Cantón: Babahoyo	Parroquia: Febres Cordero- recinto Valparaíso		
Atractivo Cultural	Si	No x		
Intangible (M)	Si	No x		
Origen:	Ancestral	Histórico	Contemporáneo x	
Simbolismo:	Fecha Celebración:			
Periodicidad:	Anual	Ocasional x	Otro	Especifique
Portadores:	Individuos x	Colectivos		Institucional
Mantiene Costumbres y Tradiciones:	Si	No x		
Características Específicas Distintivas:				
Existe Información al Respecto del Evento:	Si	No x		
Nivel de Organización:	Buena	Regular x	Mala	

Anexos:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO COMISIÓN VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Descripción del Atractivo.

A tan solo 1:30 de la parroquia de Febres Cordero se encuentra esta Paradisiaca creación natural, ubicada en el recinto Valparaíso, rodeada por inmensas rocas, conserva una cascada de 3 metros de alto y 2 metros de ancho, conformada por un pailón en forma de 8 de 3 metros de profundidad. En él se puede observar distintas especies de flora y fauna.

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 2 Cascada Pailón de San Jacinto



Ficha para el Levantamiento y Jerarquización de Atractivo Turísticos



Datos Generales

Nombre del Atractivo Turístico: Isla de Luis y Cleo

Categoría: Manifestaciones Natural Tipo: Balneario Natural Subtipo: Recurso Natural Jerarquía: Atractivo Turístico natural

Ubicación del Atractivo Turístico

Provincia: Los Ríos Cantón: Babahoyo Parroquia: Febres Cordero- recinto Providencia

Atractivo Cultural Si No x

Intangible (M) Si No x

Origen: Ancestral Histórico Contemporáneo x

Simbolismo: Fecha Celebración:

Periodicidad: Anual Ocasional x Otro Especifique

Portadores: Individuos Colectivos x Institucional

Mantiene Costumbres y Tradiciones: Si No x

Características Específicas Distintivas:

Existe Información al Respecto del Evento: Si x No

Nivel de Organización: Bueno Regular x Malo

Anexos:



Descripción del Atractivo.

Es un complejo turístico en la parroquia Febres Cordero del recinto Providencia, ofrece al público instalaciones, como son: Tarabita, cancha de indoor fútbol, cancha de básquet, cancha de césped de mini fútbol, cancha de vóley, futbolín, billares, paseo a caballo, ríos, cascadas, piscina, hamacas, etc.

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 4 Complejo Turístico “La Isla de Luis y Cleo”

COMISIÓN VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

 Ficha para el Levantamiento y Jerarquización de Atractivo Turísticos		 	
Datos Generales			
Nombre del Atractivo Turístico: Rodeo Montuvío Febres Cordero- recinto la Junta			
Categoría: Manifestaciones Culturales		Tipo: Fiestas parroquiales	Subtipo: Recurso Turístico Cultural
		Jerarquía: Atractivo Turístico	
Ubicación del Atractivo Turístico			
Provincia: Los Ríos	Cantón: Babahoyo	Parroquia: Febres Cordero- recinto la Junta	
Atractivo Cultural	Si	x	No
Intangible (M)	Si		No x
Origen:	Ancestral	Histórico	x Contemporáneo
Simbolismo:	Fecha Celebración:		
Periodicidad:	Anual	x Ocasional	Otro Especifique
Portadores:	Individuos	x Colectivos	Institucional
Mantiene Costumbres y Tradiciones:	Si		x No
Características Específicas Distintivas:			
Existe Información al Respecto del Evento:	Si		x No
Nivel de Organización:	Bueno	Regular	x Malo
Anexos:			
			
Descripción del Atractivo.			
Esta es una de las actividades más disfrutadas y anhelada por los pobladores, estas se celebran en zonas aledañas al cantón. En estas actividades se elige la Criolla Bonita, acción que permite apreciar la belleza de la mujer criolla, además se exhiben los mejores caballos y jinetes de la región. Estas manifestaciones culturales se realizan esencialmente en la Parroquia Pimocha, la hacienda Clementina, Febres Cordero y la Parroquia el Salto.			

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION 5 Rodeo montubio Febres Cordero



Ficha para el Levantamiento y Jerarquización de
Atractivo Turísticos



Datos Generales			
Nombre del Atractivo Turístico: Rio San Jacinto			
Categoría: Natural	Tipo: Río		
Subtipo: Recurso Turístico Natural	Jerarquía: Recurso		
Ubicación del Atractivo Turístico			
Provincia: Los Ríos	Cantón: Babahoyo	Parroquia: Febres Cordero- recinto La Junta	
Atractivo Cultural	Si	No x	
Intangible (M)	Si	No x	
Origen: Ancestral	Histórico	Contemporáneo x	
Simbolismo:	Fecha Celebración:		
Periodicidad: Anual	Ocasional x	Otro	Especifique
Portadores: Individuos x	Colectivos	Institucional	
Mantiene Costumbres y Tradiciones:	Si	No x	
Características Especificas Distintivas:			
Existe Información al Respecto del Evento:	Si	No x	
Nivel de Organización: Bueno	Regular x	Malo	
Anexos:			

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
COMISIÓN VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD



Descripción del Atractivo.
Es un espacio más de la parroquia para realizar turismo por la presencia de sus verdosos bosques. Está ubicado en el recinto la Junta. Para el disfrute en familia, amigos, de este hermoso lugar de aguas naturales.