



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



## **INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN:  
MENCIÓN LICENCIADA EN HOTELERIA Y TURISMO**

**TEMA:**

**TURISMO SOSTENIBLE Y SU IMPACTO EN EL CANTÓN VENTANAS, AÑO  
2019**

**AUTOR:**

**LEON CUENCA SUSANA MARISOL**

**TUTOR:**

**MSC. RELFA MAGDALENA NAVARRETE**

**QUEVEDO - FEBRERO/2020**



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



**DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de investigación principalmente a Dios porque me ha dado la fuerza y la perseverancia para poder cumplir mis metas y objetivos, a mis Padres Manuel León y Nelly Cuenca por ser un pilar fundamental en mi vida, especialmente mi padre que supo guiarme por el buen camino, aconsejándome y brindándome su apoyo incondicional y a mi esposo Amado Vera por no permitirme desmayar en los problemas, enseñándome a encarar las adversidades que se me presentaban y por demostrarme que puedo cumplir mis propósitos.

Susana Marisol León Cuenca

Autora



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



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por brindarme su apoyo incondicional, a mi padre y a mi esposo por siempre ayudarme con los recursos económicos necesarios para poder culminar mis estudios en la Ciudad de Quevedo, ellos me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi valentía para alcanzar mis objetivos. Agradezco a la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo por darme la oportunidad abriéndome sus puertas y por formarme como profesional en sus aulas. A mi tutora de tesis la Msc. Relfa Navarrete y demás tutores, quienes me supieron orientar a través de su experiencia y conocimientos para la realización de la misma. A los docentes por los conocimientos impartidos durante estos ocho semestres.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERIA Y TURISMO**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



## RESUMEN

El presente trabajo denominado “TURISMO SOSTENIBLE Y SU IMPACTO EN EL CANTON VENTANAS, año 2019” está fundamentado por la poca afluencia turística y la falta de interés que se le pone para generar recursos turísticos, siendo este una de los principales ingresos económicos del país.

Siendo Ventas la capital maicera del Ecuador y el punto de paso obligatorio para dirigirse hacia diferentes partes del Ecuador, además de contar con atractivos que no se han explotados y que aportarían positivamente al crecimiento económico de sus habitantes, actualmente esto no se ha generado por la falta de información y promoción turística, para ello se establecerá un plan de marketing en el que se brinde información detallada de los centro turísticos y sus servicios.

Para el desarrollo de esta proyecto se utilizó una investigación de campo para recolectar la información necesaria y determinar las causas de la problemática, también se aplicara la investigación descriptiva para dar una explicación lo más completa posible del tema y la investigación cuantitativa para hacer un estudio de la realidad a través de las técnicas de recolección de datos como la, entrevista y encuesta las cuales nos servirían para llegar a las conclusiones y recomendaciones finales.

**PALABRAS CLAVES:** turismo sostenible, impacto en el Cantón Ventanas, plan de marketing,



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

HOTELERÍA Y TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

## ABSTRACT

The present work called “SUSTAINABLE TOURISM AND ITS IMPACT ON THE CANTON VENTANAS, year 2019” is based on the low tourist influx and the lack of interest that is put to generate tourist resources, being this one of the main economic income of the country.

Sales being the corn capital of Ecuador and the obligatory crossing point to go to different parts of Ecuador, in addition to having attractions that have not been exploited and that would contribute positively to the economic growth of its inhabitants, currently this has not been generated by the lack of information and tourism promotion, for this a marketing plan will be established in which detailed information of the tourist centers and their services is provided.

For the development of this project, a field investigation was used to collect the necessary information and determine the causes of the problem, descriptive research will also be applied to give the most complete possible explanation of the topic and quantitative research to make a study of reality through data collection techniques such as, interview and survey which would help us reach the conclusions and final recommendations.

**KEY WORDS:** sustainable tourism, impact on the Windows Canton, marketing plan-

## INTRODUCCIÓN

Actualmente en Ecuador el turismo se ha convertido en uno de los principales ingresos económicos, que busca beneficiar y mejorar la calidad de vida de las personas al igual que su participación en el área turística. El turismo genera grandes inversiones y ha obtenido más fuentes de empleo para los habitantes de las comunidades. En los últimos Ecuador se ha convertido en uno de los países más visitados, debido a la gran diversidad de destinos turísticos que ofrece en cada región.

El turismo de naturaleza en una nueva tendencia, es preferido por turistas extranjeros y nacionales por su clima y bellos paisajes, es uno de los primeros destinos para visitar. El Cantón Ventanas, posee una gran variedad y disponibilidad de recursos naturales y culturales que no han sido tratados debidamente. Este Cantón está catalogado en la actualidad como la capital maicera del Ecuador, por su gran actividad agrícola especialmente en el maíz.

El cantón Ventanas, goza de una infinidad de riquezas naturales y culturales, destinos relajantes para aquellas personas que desean vivir nuevas experiencias; la naturaleza combinada con la gente, crea un destino fantástico para visitar, pues no es solo naturaleza sino también aprender de su cultura. Al mismo tiempo, es la vivencia de nuevas experiencias y la oportunidad de compartir con los agricultores, realizar actividades que ayuden a la sostenibilidad de este lugar.

A pesar de que este cantón cuenta con los recursos necesarios para ser un destino turístico, en la actualidad no tiene un sistema de promoción y difusión que permita aprovechar estos recursos para generar un mayor desarrollo económico y social. Así mismo la carencia de información de los servicios que se brindan en el cantón, hace que las posibilidades de realizar diversas actividades de turismo se reduzcan y genere que el flujo de visitantes a este sector sea bajo.

Por ende se ha creído conveniente la formulación de la propuesta denominada: **TURISMO SOSTENIBLE Y SU IMPACTO EN EL CANTON VENTANAS, AÑO**

2019. La cual ha llevado a cabo una investigación profunda, que se ha distribuido de la siguiente manera:

**CAPÍTULO I.-** Se encuentra distribuido en: la idea principal del proyecto, el marco contextual en el que se investiga los diferentes contextos: internacional, nacional, local e institucional, la situación problemática del proyecto, el problema general y los sub-problemas de la investigación, cual serán las delimitaciones de la investigación, la justificación y los respectivos objetivos, que serán clave para el análisis del proyecto y así poder buscar la solución al presente estudio con la finalidad de beneficiar a las personas del Cantón Ventanas.

**CAPITULO II.-** En este capítulo se detallan el marco teórico, marcos conceptual y referencial en los que se establecen los distintos conceptos que fundamenta la investigación sobre: Turismo, Turista, Gasto, Turístico, Turismo interno, Imagen de marca, Política turística, Turismo de aventura, Turismo local, Turismo rural, Turismo comunitario, Turismo sostenible, Turismo responsable, GAD, Satisfacción turística, Marketing, Ruta turística, Promoción turística, Atractivo Turístico, Patrimonio Turístico y Valoración del Patrimonio Turístico.

De la misma manera se detallan los antecedentes investigativos que aportan a la importancia del estudio planteado, las categorías de análisis, la postura teórica, las hipótesis y las variables de la investigación, con la finalidad de encontrar una propuesta factible que aporte al desarrollo turístico del Cantón Ventanas.

**CAPÍTULO III.-** Está compuesto de los métodos estadísticos utilizados para la recolección de datos de las encuestas, tabulación e interpretación de los datos obtenidos de las encuestas, las conclusiones y recomendaciones.

**CAPÍTULO IV.-** Está compuesto por la propuesta planteada de los resultados obtenidos anteriormente y la manera en la que la va a desarrollar.

## **CAPITULO I.- DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Turismo sostenible y su impacto en el Cantón Ventanas, año 2019

### **1.2. MARCO CONTEXTUAL**

#### **Contexto Internacional**

El turismo al ser una de las principales fuentes de ingresos económicos para cada país, es una actividad que se ha venido desarrollando a nivel mundial donde las personas están dedicando parte de su vida en la que buscan recreacionarse, vivir aventuras, nuevas experiencias, olvidarse de los problemas de su vida cotidiana, en sí, el turismo es una forma de ocio que buscan las personas para relajarse.

Según Alicia García Los inicios del turismo en España se remontan a finales del siglo XIX, cuando el turismo era un privilegio, para una minoría aristocrática, que veraneaba en centros termales o en la orilla del mar del norte de España por recomendaciones médicas, basadas en la higiene, el turismo llega a España con cierto retraso con respecto a sus países vecinos, los antecedentes del turismo en España, tal y como lo conocemos, como cultura de ocio, están estrechamente ligados al siglo XX. (Garcia A. , 2017)

Además Joan Clos dice que el turismo es la necesidad de mejorar el equilibrio entre la actividad turística y su entorno. Las prioridades de actuación en sostenibilidad deben contemplar la comprensión de los impactos que genera el sector sobre el entorno, además de los generados por el entorno sobre el sector. Es necesario revisar el ritmo y modelo de crecimiento de la actividad turística, pero de la misma manera el sector debe encontrar los mecanismos efectivos para incorporar sus requerimientos de competitividad, sostenibilidad en todos aquellos ámbitos competenciales que lo requieran. (Clos, 2008)

De tal manera que a nivel mundial existen varios países que basan su economía en el turismo, es así que a nivel internacional existe una gran variedad de destinos turísticos que ofrecen una diversidad de actividades, precios que se acoplan al criterio personal y a la economía de cada individuo.

### **Contexto Nacional**

Dentro del contexto nacional, el turismo ha tenido un gran desarrollo gracias a los aportes de las distintas instituciones gubernamentales y no gubernamentales que han apoyado en el desarrollo de las parroquias, comunidades, ciudades, cantones, provincias que ha beneficiado directamente a las personas de los distintos sectores de nuestro país.

Ecuador es un país pequeño pero lleno de una gran biodiversidad, sus cuatro regiones brindan a los turistas una experiencia única, en cada rincón de nuestro país se encuentra una diversidad cultural inigualable, se puede relacionar con gente maravillosa y amable, una de las razones por las que los turistas visitan el país es por el clima que cada región tiene y por sus hermosos paisajes.

En el anterior gobierno se produjo una campaña llamada "All you need is Ecuador" para impulsar el turismo de varios sectores del país, esta campaña se realizó a través de un video que duró 23 minutos aproximadamente, este video se hizo viral a nivel internacional en el que se pudo promocionar los destinos naturales de cada región que tiene el Ecuador.

Según el (Ministerio de Turismo, 2019), manifiesta que “En el 2018 el turismo en Ecuador creció un 11% con respecto a 2017 y en la balanza turística creció y reflejó un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos por 1.332,3 millones de dólares. Además, el turismo aportó a la economía ecuatoriana con 2,392 millones de dólares, lo que lo mantienen como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón”.

### **Contexto Local**

La Provincia de Los Ríos se encuentra situada en la zona central del Ecuador, está dividida geográficamente en 13 Cantones, son reconocidos por su actividad agrícola es la residencia de la gente montubia, tiene fuentes de agua que hacen de este lugar muy rico en vegetación, es por esto que cuenta con atractivos naturales.

Dentro de los 13 cantones que conforman la Provincia de Los Ríos se encuentra Ventanas tierra de gente trabajadora dedicada a la agricultura, cuenta con una extensión territorial de 533 km<sup>2</sup> y una población de más de 74.100 habitantes. El cantón se divide en 4 parroquias que son: La Parroquia 10 de Noviembre, Parroquia Zapotal, Parroquia Chacarita, Parroquia Los Ángeles.

El cantón Ventanas es conocido a nivel nacional como la Capital Maicera del Ecuador, por su gran producción agrícola especialmente en Maíz, la ciudad tiene sitios donde poder pasar en familia como es: La playita de Ventanas, el malecón, la iglesia central, cascadas naturales, balnearios que usan recursos naturales y la gastronomía que ofrecen los comerciantes.

Los habitantes del cantón Ventanas se han identificado como Montubios y a través del tiempo ellos han desarrollado su propia manera de vivir, aún mantienen su forma de vestir, conservan sus trabajos del campo, atesoran sus costumbres y tradiciones, su forma de expresarse es diferente, la manera de elaborar sus viviendas de caña o madera se mantienen, ellos crían y domestican a sus animales, cultivan sus propios alimentos.

El historiador Willington Paredes, afirma que, Los montubios son básicamente tres cosas: una etnicidad, una cultura y una fuerza social que sustenta la agro economía de mercado interno y de exportación, es parte de una tradición que reivindica el esfuerzo laboral, reivindica un nivel de formación, cultura gastronómica, un conjunto de tradiciones, mitos, leyendas, el amorfino, que forma parte de la oralidad montubia. (Paredes, 2014)

## **Contexto Institucional**

El Gobierno Municipal de Ventanas se encuentra en la administración del Alcalde Rafael Sánchez Ochoa, anteriormente los antiguos alcaldes y ahora el actual durante sus

primeros 6 meses en la alcaldía en conjunto con el departamento de Turismo, se ha dedicado a fortalecer y mejorar el turismo de la ciudad, que sus antecesores construyeron , con su labor ha incrementado el índice de turista local la cual ha beneficiado principalmente a comerciantes, generando de la misma manera más ingresos económicos para el Cantón y sus habitantes.

Los principales proyectos que se han realizado para mejorar el turismo son:

- Arreglo de los parques de la ciudad, implementando palmas y árboles.
- Organización de ferias gastronómicas, con productos agrícolas.
- Adecuación de la playita de Ventanas, colocando cabañas de bambú y paja.
- Limpieza de los ríos y esteros de la ciudad.

Con estos principales proyectos se ha difundido el turismo en los sectores aledaños a la ciudad, de tal manera se crea mayor diversión para los habitantes, creando así un espacio para disfrutar en familia sin la necesidad de salir de la ciudad.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

En la actualidad el turismo es considerado como uno de los principales ingresos económicos de cada país, a nivel mundial cada día se registra nuevos destinos para visitar, en la que las personas buscan satisfacer sus necesidades y pueden escoger a qué sitio ir.

Sin el control de un turismo sostenible no se podrían ofertar los sitios turísticos alrededor del mundo, puesto a que las personas tienden a la necesidad de visualizar el destino al que desean ir mucho antes de viajar, buscan comparar diferentes lugares para poder encontrar lo que están buscando y si no existiera un control se perderían los patrimonios naturales, culturales y a su vez se generaría un problema social.

Al momento que no se respeta el turismo sostenible con el paso del tiempo las áreas turísticas se deterioran y dejan de ser visitados, al rededor del mundo se generaría un déficit turístico que perjudicaría a los sectores dedicados al sector turístico, se reducirían los ingresos económicos tanto a las pobladores como al país y a su vez aumentaría la tasa de desempleo a nivel mundial.

### **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.4.1. Problema General o Básico**

¿Qué impacto generaría el turismo sostenible en el Cantón Ventanas, año 2019?

#### **1.4.2. Sub-problemas o Derivados**

- ¿Qué impacto económico generaría el turismo sostenible en los habitantes del Cantón Ventanas?
- ¿Qué lugares turísticos generarían ingresos económicos a los miembros de las comunidades del Cantón?
- ¿De qué manera favorecería un plan de marketing turístico a los habitantes del Cantón Ventanas?

## 1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto investigativo, se encuentra delimitado de la siguiente manera:

**Delimitador espacial:** El presente trabajo de investigación se efectuará en el Cantón Ventanas, Provincia de Los Ríos,

**Área:** Turismo

**Campo:** Turismo sostenible y su impacto en el Cantón Ventanas.

**Línea de investigación de la universidad:** Educación y desarrollo social.

**Línea de investigación de la facultad:** Talento humano educación y docencia.

**Línea de investigación de la carrera:** Planificación y gestión turística sustentable

**Sub-Línea de investigación:** Capacitación a los grupos sociales de la zona involucrados en el desarrollo de proyectos sostenibles

**Delimitador temporal:** Esta investigación se efectuará en el año 2019.

**Delimitador demográfico:** Los beneficiarios directos de la presente investigación serán los habitantes del cantón.

## 1.6. JUSTIFICACIÓN

El Cantón Ventanas es la capital maicera del Ecuador, es conocida así por su gran producción agrícola principalmente en maíz, a pesar de ser reconocida así el Cantón cuenta con un déficit en el desarrollo turístico sostenible, en el transcurso de los años se ha generado mejoras en el área turística, con el fin de que los visitantes puedan conocer la historia y costumbres del Cantón.

A medida que se incrementa el turismo en la Provincia De Los Ríos, existen grandes expectativas para crear proyectos turísticos que beneficien al desarrollo de los cantones y de sus pobladores en zonas aledañas, teniendo recursos naturales dentro de la localidad la carencia de charla u orientación hacia los habitantes no han podido crecer turísticamente.

Por esta razón el proyecto de “Turismo sostenible y su impacto en el Cantón Ventanas” busca crear motivación en pequeños productores, comerciantes, empresarios y ciudadanía en general a que participen en la actividad turística del Cantón, de tal manera de que sea conocida como un lugar donde poder encontrar recreación, aprender de su cultura y gastronomía especialmente basadas en el maíz.

Este proyecto trata de generar un impacto positivo para el Cantón Ventanas y su gente, que se sientan identificados con su cultura que se mantengan sus costumbres y sobre todo que genere una concientización en la sociedad de que se puede mejorar los recursos turísticos, beneficiando a todos los habitantes sin crear un deterioro del mismo.

Esto generara mayor afluencia turística en el Cantón y a su vez ara que los turistas tengan una mejor identificación del Cantón, creando así la satisfacción del visitante y también de los habitantes de la ciudad, el turismo sostenible generara no solo afluencia de turistas sino también fuentes de empleo y desarrollo de la Ciudad a largo plazo.

## **1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Objetivo general**

¿Analizar el impacto que generaría el turismo sostenible en el Cantón Ventanas, año 2019?

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico del impacto que generaría el turismo sostenible en los habitantes del Cantón Ventanas
- Identificar los lugares turísticos sostenibles que generen ingresos económicos a los habitantes del Cantón Ventanas
- Establecer un plan de marketing turístico que favorezca a los habitantes del Cantón Ventanas.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

#### **2.1. MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1. Marco conceptual**

###### **Turismo**

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (Sancho, 2011)

Con esta definición comprendemos que, el Turismo es la actividad que se realiza fuera de un lugar que se frecuenta habitualmente, para ser considerado Turismo el tiempo de traslado hacia diferentes lugares debe ser menor a un año, pasado este límite de tiempo ya se considera residente.

El turismo empezó en la antigua Grecia cuando las personas se desplazaban de una ciudad a otra para ver los juegos olímpicos, sin saber que lo que hacían era turismo. En esa época las únicas personas que podían realizar viajes eran las personas adineradas, pero al pasar de los años cualquier persona puede realizarlo, también se fue tomando al desplazamiento que se realizaba con el nombre de turismo.

###### **Turista**

“Los turistas son viajeros, pero debe quedar claro de no todos los viajeros son turistas, los turistas sienten que ellos son clientes, y por lo tanto, desean ser tratados como tales y esperan que las circunstancias se ajusten a sus necesidades” (Gisolf., 2010)

Los turistas son las diferentes personas que viajan de un lugar a otro pueden ser países, ciudades entre otros, que buscan tener nuevas experiencias, van en busca de aventura y desean tener un buen trato y que sus servicios se acoplen o sean similares a lo que están buscando en los sitios que desean frecuentar.

Generalmente los turistas viajan para conocer diferentes culturas, costumbres, gastronomía que más les llamen la atención, buscan en sus viajes llevarse la satisfacción que los motivo a viajar.

### **Gasto Turístico:**

“Incluye los gastos en bienes y servicios consumidos por los visitantes o por cuenta de un visitante por y durante sus viajes y estancia en el lugar de destino”. (Aguayo, 2019)

Los gastos turísticos engloban todos los consumos y servicios que solicita el turista dentro de sus viajes, que no estén incluidos dentro de un paquete turístico, esto pueden ser; alimentos, snack, transportes, entradas a sitios de turismo, vestimentas y alojamientos que vendrían hacer gastos adicionales que les toca cubrir dependiendo a sus necesidades. Inicialmente el turista debe verificar que le ofrecen dentro de un paquete turístico para así tener en cuenta cuales van a ser sus gastos adicionales.

### **Turismo interno**

“El de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país”. (Aguayo, 2019)

El turismo interno hace referencia al movimiento de las personas dentro de una misma ciudad, que no tienen la necesidad de viajar lejos para poder hacer turismo sino que lo realizan dentro de su mismo entorno. Este tipo de turismo se puede realizar en algún lugar cercano a nuestra residencia como pueden ser: centros recreacionales, parques, iglesias, que no impliquen viajes largos.

### **Imagen de marca**

“La imagen de marca se compone de un conjunto de elementos tangibles e intangibles que representan los valores que la rúbrica quiere transmitir a los consumidores. Estos elementos pueden ser el nombre, el logo, el color corporativo, el

diseño o los contenidos que genera la empresa para transmitir los valores que les caracterizan, la imagen de marca son los sentimientos y emociones que provoca la empresa en los consumidores y se construye con estrategias de activación basadas en acciones de marketing, experiencias de consumo y publicidad". (Lopez, 2016)

La imagen es la portada esencial de cualquier establecimiento dedicado al turismo, es su carta de presentación, pues depende de ello que el turista se sienta atraído hacia diferentes establecimientos, esto puede ser positivo como negativo, si la imagen que se hace pública es llamativa tendrá gran acogida, pero si la empresa muestra una imagen falsa no solo perderá clientes sino que perderá credibilidad.

### **Política turística**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define Política Turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública. (Arcolada, 2009)

Las políticas son líneas estratégicas conceptuales, a partir de las cuales se desprenden las estrategias, programas y proyectos del Plan, y cualquier otra actividad que surja en el tiempo. Las políticas para el turismo en Ecuador, se deben soportar en acciones concretas interinstitucionales, y representan las líneas de acción de la gestión a partir de las cuales se influye y trabaja en el resto del Plan. (Plandetur, 2013)

### **Turismo de aventura**

Son los viajes para realizar actividades físicas recreativas para superar un reto impuesto por la naturaleza, en este tipo de turismo se cumple con la excitación, la educación y el entretenimiento, que puede llamársele extremas, estas a su vez se dividen en tres: de agua (rafting, buceo, rápel); de tierra (escalada, caminata,) y de aire (paracaidismo,). (Illescas, 2015)

### **Turismo local**

El desarrollo Local puede ser visto “como un proceso localizado de cambio socio - económico continuado, que liderado por los gobiernos locales, integra y coordina la utilización de la riqueza de su potencial de desarrollo con las diferentes corrientes de recursos, para lograr el progreso de la localidad y posibilitar el bienestar del ser humano, en equilibrio con el entorno natural”. (Torres & Rojas, 2019)

### **Turismo rural**

“El turismo se incorpora al medio rural como una nueva alternativa de ingresos, como una fuente de generación de empleos locales, una vez que la agricultura y la ganadería, en muchos casos, no son actividades que rindan lo suficiente para garantizar el mantenimiento de una familia. De esta forma, el turismo rural, sumado a la agricultura y a la ganadería, contribuye para que el hombre se mantenga en el campo”. (Beber & Barretto, 2007)

Se considera que el turismo rural es una actividad que se desarrolla en áreas productivas y no productivas. En las áreas productivas tiene la función de complementar los ingresos a través de la oferta de actividades de recreación (Beber & Barretto, 2007)

El turismo rural al igual que los demás tipos de turismo busca beneficiar a las personas que habitan en el lugar, su principal ingreso económico se basa en sus propios recursos naturales, e involucran a quienes los visitan con el afán de hacer turismo en sus actividades cotidianas como pueden ser la ordenanza de vacas, la siembra de cultivos entre otros, haciendo así su visita una experiencia inolvidable.

### **Turismo cultural**

“El Turismo Cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección”. (Molinero & Oliver, 2013)

En Ecuador una de las principales fuentes de empleo y de ingresos económicos es el turismo cultural, debido a que existe mucha arquitectura antigua que aún se conserva

intacta, la historia de los antepasados, este tipo de turismo se realiza en su mayoría en la ciudad de Quito y de Cuenca donde existe una gran riqueza arquitectónica, donde se puede observar figuras talladas a mano en distintos museos e iglesias que asombran a los turistas.

### **Turismo comunitario**

“El turismo comunitario es un modelo de gestión turística basado en la propiedad y la autogestión de los recursos naturales y culturales de los pueblos originarios (indígenas, mestizos, afrodescendientes,), bajo un enfoque de compromiso social, respeto al medio ambiente y distribución equitativa de beneficios”. (Codespa, 2012)

En el Ecuador generalmente esta clase de turismo se da más en la región Amazónica, en la cual los turistas pueden interactuar con las diferentes comunidades que permiten su acceso, los habitantes de este lugar se encargan de mostrarles su cultura, su danza, su forma de vida y en cada comunidad varia la manera de cómo viven, para estas comunidades la naturaleza es sagrada nadie puede destruirla ni contaminarla.

### **Turismo sostenible**

“El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida". (Lázaro, 2005)

### **Sostenibilidad ecológica**

La sostenibilidad ecológica significa el mantenimiento del capital natural, es decir, vivir dentro de la capacidad productiva del planeta. La sostenibilidad ecológica es una necesidad desde el punto de vista humano y busca mejorar el bienestar humano, protegiendo las fuentes de materias primas utilizadas y asegurando los sumideros de residuos. (Unesco, 2007)

Es decir, que el desarrollo del turismo no cause cambios irreversibles en los ecosistemas de los diferentes destinos. (Lázaro, 2005)

### **Sostenibilidad social.**

Cuando se habla de sostenibilidad social se está poniendo el enfoque sostenible en la forma de vida de un grupo social en concreto. Este tipo de sostenibilidad es especialmente importante en el caso de pueblos y sectores sociales que cuentan con una situación de desprotección o de desventaja con respecto a los demás. Su principal objetivo es garantizar que las actividades humanas se puedan desarrollar de tal modo que no destruyan las comunidades humanas a las que afecta, lo que garantiza la perdurabilidad de las mismas y de sus estilos de vida a largo plazo. (Arriols, 2018)

### **Sostenibilidad cultural**

Una comunidad ha de ser capaz de retener o adoptar sus propias características culturales distintivas ante la cultura del turista. (Lázaro, 2005)

### **Sostenibilidad económica**

Que asegure el nivel de ganancia económica que requiere el sector, para que sea viable. (Lázaro, 2005)

El turismo sostenible se basa en el desarrollo de las diferentes áreas turísticas que tengan un impacto positivo en la sociedad, que los recursos utilizados sea bien manejados para que no provoquen cambios negativos para las futuras generaciones, creando así un beneficio a corto y a largo plazo.

### **Turismo responsable**

“El turismo responsable pone énfasis en lo que los individuos y los grupos hacen para ocuparse de aquellos asuntos de sostenibilidad que surgen en los lugares concretos,

atendiendo prioridades locales, informando transparentemente de lo que han hecho para atender esas prioridades”. (Garcia C. , 2015)

El turismo responsable se refiere a los aportes que las empresas de turismo hacen para ayudar a la conservación del medio ambiente, que dependiendo a los ingresos generados que obtengan por sus servicios, una parte sea destinada para beneficio de la naturaleza. Por ejemplo un complejo turístico aporta a la sostenibilidad de los recursos naturales. Apoyando con una campaña de siembra de árboles, de esta manera contribuye a un turismo responsable.

### **Satisfacción turística**

“El análisis de la satisfacción del cliente pretende evaluar la discrepancia encontrada entre el servicio esperado y el recibido o experimentado por el cliente, siempre como un juicio posterior al disfrute de los servicios, según refleja el paradigma de la disconformidad, la satisfacción es un proceso dinámico, activo y dependiente del entorno”. (Gil, Sosa., & Quintana, 2002)

La satisfacción del turista es la parte primordial en el momento que se presta un servicio, pues es el turista el que califica la atención, el trato. El servicio brindado y depende de ello que se difunda un buen o mal comentario hacia las demás personas, esto puede lograr que el negocio siga creciendo o que fracase.

### **Marketing**

El marketing es una estrategia utilizada para estudiar los diferentes mercados y analiza las necesidades de las personas, con la finalidad de poder atraer a los clientes ofreciéndoles un servicio que tienen otros mercados pero mejorado que esté acorde a lo deseado con un precio accesible y de esta manera lograr satisfacer sus necesidades.

Las características del marketing son:

Precio: Es el valor monetario que se le da a un producto o servicio que se está ofreciendo hacia los turistas.

Plaza: Es el sitio donde se comercializa el producto o servicio y la manera de distribución para llegar a su consumidor final.

Producto: Es un bien material o servicio, que se ofreciendo con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores.

### **Ruta turística**

Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia. Suele denominarse como ruta turística, de este modo, a aquella vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo, valiosos. (Villasante, 2016)

Así se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. Es habitual que la ruta turística incluya señales y carteles especiales, que van más allá de las tradicionales señales de tráfico. La cartelería específica permite resaltar los atractivos que se encuentran en la zona, facilitando la actividad turística. (Villasante, 2016)

Es el método mediante el cual se describe los atractivos turísticos dispersos en una localidad que no han sido promocionados, para ello se debe recopilar información necesaria e identificar los sitios turísticos que puedan ser naturales o culturales, visualizar el estado en el que se encuentran actualmente, analizar si estos pueden ser productos potenciales para el turismo, detallar las rutas turistas para llegar al lugar específico.

### **Promoción turística**

La promoción del turismo se refiere a los esfuerzos organizados, combinados de los organismos nacionales de turismo y/o de los negocios del sector turístico de una zona internacional, nacional o local para lograr el crecimiento del mismo mediante la

maximización de la satisfacción de los turistas. De este modo, las organizaciones de turismo y las empresas esperan recibir los beneficios. (Koenig, 2018)

Promoción significa el logro de los objetivos de la empresa mediante la identificación de las necesidades y de los deseos de los consumidores, y satisfaciéndolas mejor que los competidores. La promoción del turismo es la aplicación de conceptos de marketing en la industria de viajes y del turismo. La promoción del mismo podría ser compleja debido a que el producto es una amalgama de diversas industrias, tales como el alojamiento y el transporte. Los mercados también varían ampliamente, y la determinación de las preferencias de los consumidores podría ser difícil. (Koenig, 2018)

Es la difusión de un lugar turístico por diferentes canales de comunicación estos pueden ser: radio, televisión, internet, pancartas, afiches entre otros, es importante que en la promoción se den datos detallados del sitio que queremos dar a conocer como es, su ubicación, el precio, debe ser llamativo para que el turista se sienta atraído.

### **Atractivo Turístico**

Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (Calderon, 2009)

Se denomina atractivo turístico a ciertos lugares que tienen una gran importancia histórica o que cuenta con una belleza natural que genera un gran interés y motivación de los turistas para viajar y conocer estos atractivos, sin importar en qué lugar se encuentren.

### **Política De Sostenibilidad**

Una política está formada por los criterios o pautas que dirigen las actividades de una entidad en un campo o tema determinado, Contar con una política de sostenibilidad es esencial para dirigir y operar adecuadamente la empresa. La política no debe ser tan específica al grado de proponer actividades particulares, pero sí debe ser suficientemente

clara en cuanto a cuáles son los principios, tendencias, leyes y reglamentos en los que basaremos las decisiones sobre lo que podemos o no podemos hacer. (Rainforest Alliance, 2008)

Al momento de desarrollar una política de sostenibilidad debemos considerar como mínimo los siguientes aspectos:

- **Adoptar una visión integral**

Por medio de la cual la planificación y desarrollo del turismo se den como parte del desarrollo sostenible de la comunidad. Deben considerarse los posibles impactos o conflictos que el turismo pueda generar. Además, siempre que sea posible debe evitarse que la economía de la comunidad dependa únicamente de una actividad como el turismo. (Rainforest Alliance, 2008)

- **Involucrar a todos los interesados**

Para lograr que la actividad sea verdaderamente comunitaria, todos los integrantes deben participar en la planificación, desarrollo y manejo de la iniciativa o empresa. Generalmente se requiere tanto de alianzas formales como de acuerdos informales (Rainforest Alliance, 2008)

- **Planificar a largo plazo**

Para lograr acciones verdaderamente sostenibles, debe mantenerse una visión de largo plazo que sirva para evaluar las acciones y actividades propuestas a corto plazo. Es muy importante considerar los aspectos financieros necesarios para lograr nuestros planes a largo plazo. (Rainforest Alliance, 2008)

- **Prevenir y solucionar tanto impactos locales como globales**

Aunque los impactos locales son más fáciles de prever y es más fácil movilizar a la gente para que los prevenga y mitigue, debemos mantener también en mente los posibles impactos globales del turismo (Rainforest Alliance, 2008)

- **Promover el consumo sostenible**

Debemos asegurar que nuestra operación motiva y facilita el consumo sostenible. Aquí debemos introducir consideraciones sobre el volumen y tipo de turismo que desarrollamos, las opciones que ofrecemos a los turistas y la forma en que organizamos sus actividades y en que influenciamos su comportamiento. (Rainforest Alliance, 2008)

- **Darle valor tanto a la sostenibilidad como a la calidad**

Como veremos a lo largo del desarrollo de esta guía, una oferta turística de calidad es aquella que toma en consideración todos los aspectos de la sostenibilidad. (Rainforest Alliance, 2008)

### **Patrimonio Turístico**

El patrimonio, en su sentido más amplio, es considerado hoy día como un conjunto de bienes materiales e inmateriales, heredados de nuestros antepasados, que han de ser transmitidos a nuestros descendientes acrecentados. El patrimonio no está solo constituido por aquellos objetos del pasado que cuentan con un reconocimiento oficial, sino por todo aquello que nos remite a nuestra identidad. (Hermosillo, García, Murillo, Barajas, & Martínez, 2016)

El concepto integral de patrimonio tiene como dimensión la globalidad del territorio y sus habitantes; como objetivo último, la calidad de vida consecuencia de un desarrollo económico y social sostenible: su metodología es la gestión integral de los recursos patrimoniales a partir de estrategias territoriales. (Hermosillo, García, Murillo, Barajas, & Martínez, 2016)

A conclusión de lo que manifiestan estos autores se puede deducir que el patrimonio turístico está conformado por los bienes materiales e inmateriales que se han mantenido desde los antepasados hasta la actualidad y de la misma manera se busca mantener hasta las nuevas generaciones, es también la identidad cultural de cada persona que ha permanecido dentro de una sociedad.

### **Valoración del patrimonio turístico**

La evaluación del patrimonio turístico de un sitio consiste en valorizar las particularidades culturales y locales, al mismo tiempo ofrece posibilidades de desarrollo y empleo a los habitantes locales a través del aprovechamiento de su entorno con vocación turística. (Almeida, 2017)

Los valores patrimoniales, como parte de un sistema complejo mayor de valores sociales, son conceptos éticos aceptados, socialmente cambiantes y relacionados con componentes básicos de la identidad colectiva. Sirven de respaldo para el sentido de pertenencia, al tiempo que dan cohesión al cuerpo social. Estos valores se reflejan en atributos culturales, como el idioma y los modismos locales, la comida y el vestuario, entre otros. (Cárdenas, 2018)

La valoración del patrimonio turístico trata del respaldo de los valores culturales, sociales y naturales, en el cual se hace una valoración del desarrollo y cambios que se ha generado durante el paso del tiempo, en el cual se evalúa la aceptación social que generan dichos cambios.

## **2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación**

### **2.1.2.1. Antecedentes investigativos**

Ante distintos antecedentes sobre temas de turismo Sostenible como beneficio para el desarrollo turístico y económico de los habitantes, se realizó varios estudios de distintos autores, a través de los cuales se dará el fundamento esencial para la investigación dirigida al Cantón.

El turismo sostenible ha tomado un fuerte impulso en distintas provincias, cantones, ciudades, tanto a nivel nacional como internacional, es por eso que a continuación, se detallan varias investigaciones realizadas en base del turismo sostenible semejantes al proyecto de investigación que se realiza en el Cantón Ventanas, provincia de Los Ríos.

Según (García, 2014) en su tesis de investigación titulada "Análisis de la aplicación de la guía de buenas prácticas para turismo sostenible de la Rainforest Alliance, en la hostería 'LUIS ANTONIO', parroquia Ventura, provincia del Cañar". El autor manifiesta que, en la actualidad el turismo genera varios cambios que son positivos y negativos, los cambios positivos que se van generando a través de los años son: mayores fuentes de empleo, ingresos económicos, más flujo de turistas, intercambio cultural entre otros.

Sin embargo los cambios negativos pueden ser mayores si no se maneja el turismo responsablemente, en cada lugar del mundo hay muchos recursos naturales que se están explotando turísticamente, que sin el debido control de límite de personas que pueden ingresar a disfrutar lo que la naturaleza nos brinda estos podrían sufrir cambios negativos, puesto a que los mismos turistas destruyen su entorno.

El turismo sostenible busca reforzar las relaciones y las experiencias entre distintos individuos, no solo con la recreación sino también tener un buen trato entre el visitante y el visitado, llevarse una buena expectativa del lugar visitado y de su gente.

(Ortega & Vicente, 2013) Presento su tesis titulada " Plan De Desarrollo Turístico Comunitario En La Parroquia De Toacaso", señala que el turismo comunitario busca que el turista pueda experimentar la forma de vivir de las comunidades, que tenga contacto con las personas de esa localidad, aprender de sus actividades diarias, la manera de como ellos preparan sus alimentos, aprender de su cultura y como elaboran sus artesanías.

En el turismo comunitario todos ganan algo como por ejemplo: el turista gana experiencia, recreación, amistades, mira de otra perspectiva la manera de vivir y las comunidades recolectan todos los recursos económicos que generan para beneficiar y mantener sus comunidades, también comparten sus experiencias y costumbres con demás personas, se dan a conocer a nivel nacional e internacional, generando así fuentes de empleo para su comunidad.

Según (Illescas, 2015), el turismo alternativo Realizar diferentes actividades de ocio, pero sin dañar el medio ambiente, y crear una serie de actividades en las que exista una relación entre el turista y los pobladores, se trata más bien de un turismo donde participe la comunidad.

En el turismo alternativo el turista busca llegar al entretenimiento, explorar cosas nuevas, conocer culturas, aprender, sentir la naturaleza, mediante actividades que lo trasladen a un mundo de fantasías, adrenalina pura. Por ello este modelo se basa en tres tipos: turismo: de aventura, turismo rural, y ecoturismo. (Illescas, 2015)

En la actualidad como lo menciona Lourdes Illescas lo que mayor tendencia se ha generado es el turismo de alternativo en el que las personas buscan tener experiencias, lograr tener una satisfacción emocional mediante actividades extremas y el contacto con nuevas personas en diferentes lugares.

En los últimos años, y debido al crecimiento del sector turístico, ha empezado a hablarse de un turismo sostenible, que además de abarcar las perspectivas del ocio y el tiempo libre para los visitantes, contempla una serie de postulados socioeconómicos, medioambientales y culturales referentes al destino turístico. (Perez & Curriel, 2010)

La sostenibilidad se ha convertido así en un punto de inflexión ineludible en cualquier modelo turístico que quiera contribuir al desarrollo local. Pocos sectores como el turismo se están enfrentando en la actualidad a la resolución de una difícil ecuación: crecimiento sostenible en el medio y largo plazo, y optimización de los recursos para que esta actividad económica tenga efectos directos e inmediatos en sus economías. (Perez & Curriel, 2010)

Los nuevos turistas del siglo XXI no sólo demandan recursos, productos, actividades y experiencias con contenido turístico, sino que están interesados cada vez más en el conocimiento y la implicación con la sociedad y la cultura con la que conviven. La importancia de desarrollar un turismo basado en la comunidad residente, pues puede proveer de beneficios a los residentes, promover el destino turístico y proveer de turistas con experiencias de alta calidad e ideas y propuestas de protección del entorno. (Martínez, 2013)

El desarrollo sostenible del turismo ha ido en paralelo a la evolución de la sostenibilidad en general, especialmente a partir de la constatación de los impactos negativos que el turismo de masas puede ocasionar. En este sentido el desarrollo del turismo sostenible también ha terminado integrando cuestiones medio-ambientales, económicas y sociales. También se está teniendo en cuenta los ámbitos locales y rurales, y cada vez más se emiten normas que favorecen la sostenibilidad en el ámbito turístico. (Martínez, 2013)

(Ledesma, 2016) en su tesis denominada "Buenas Prácticas Ambientales Y Su Contribución Al Desarrollo De La Actividad Turística Sostenible En La Comunidad De Sinchi Warmi De La Parroquia Puerto Misahuallí, Cantón Tena, Provincia De Napo" manifiesta que, en la comunidad de Sinchi Warmi hay actividades que deterioran el medio ambiente como la deforestación y los procesos productivos por acción humana.

Las buenas prácticas ambientales en la comunidad de Sinchi Warmi tiene un nivel parcialmente bajo; por lo que el desarrollo de la actividad turística sostenible no se ejecuta de manera correcta. Semestralmente reciben charlas sobre el tema y de acuerdo al análisis realizado en la investigación se logró identificar los factores determinantes que ayudarán al desarrollo de la actividad turístico sostenible en la comunidad de Sinchi Warmi. (Ledesma, 2016)

Según (Rainforest Alliance, 2008) En la actualidad, existe consenso en que el desarrollo sostenible se basa en tres pilares o ámbitos fundamentales: social, económico y ambiental. Aunque la división en estos tres ámbitos ayuda a entender mejor el concepto y lo que implica el desarrollo sostenible, debemos recordar que los tres pilares se encuentran fuertemente interrelacionados y las fallas o aciertos en cada uno de los pilares seguramente afectarán a los otros.

El turismo cada vez se posiciona más como una actividad que tiene influencia directa en la sostenibilidad del planeta. A pesar de las crisis y fluctuaciones del mercado, se proyecta que el turismo continuará creciendo y fortaleciéndose como una de las actividades más importantes, tanto a nivel mundial como a nivel de los destinos. El turismo debe ser manejado adecuadamente con el fin de prevenir los problemas y de maximizar los beneficios que puedan surgir por su crecimiento. (Rainforest Alliance, 2008)

(Huasasquiche, 2018) En su tesis de posgrado titulada “Gestión ambiental y desarrollo sostenible en la municipalidad distrital de Pueblo Nuevo en el año 2018” manifiesta que es necesario trabajar con un plan de desarrollo sostenible para poder fortalecer y mejorar la gestión ambiental desde las familias y desde las instituciones públicas, frente a esta problemática se debe realizar talleres de gestión ambiental con toda la población para generar el involucramiento de todos.

En la actualidad, existen diversas entidades que brindan un gran aporte a la economía y al desarrollo a nuestro País, gracias a sus múltiples recursos productivos y los grandes avances tecnológicos. Sin embargo, su actividad está generando destrucción del entorno natural y las consecuencias que han traído para la sociedad la inadecuada gestión, por eso resulta necesario proponer e implementar un Sistema de Gestión Ambiental. (Huasasquiche, 2018)

Según (Jara, 2012) en su tesis titulada “Implementación De Buenas Prácticas De Turismo Sostenible En El Lodge Ipanlo, Comunidad Pavacachi, Cantón Arajuno, Provincia De Pastaza - Programa Rainforest Alliance”, propone la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en el lodge Ipanlo, comunidad Pavacachi, cantón Arajuno, provincia de Pastaza; utilizando la metodología creada para identificar y priorizar nudos críticos y factores claves de éxito presentes en la actividad turística propia de la zona.

En su proyecto busca metodologías que ayuden a priorizar e identificar los problemas urgentes, y a solucionarlos con acciones determinantes y fáciles de implementar; mediante la aplicación de manuales de buenas prácticas para el turismo sostenible, buenas prácticas en acción para las áreas de alimentos y bebidas, guía de buenas prácticas de turismo sostenible para comunidades de Latinoamérica, manuales de gestión de riesgos para actividades turísticas y demás manuales y guías propuestas por Rainforest Alliance. (Jara, 2012)

(Delgado, 2013) En sus tesis denominada “Turismo y sostenibilidad. Una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal” manifiesta que la actividad turística debe ser una práctica sostenible que contribuya al desarrollo económico, la equidad social, la revalorización cultural y la preservación del entorno. Con este objetivo la tesis afronta una de las principales dificultades en la aplicación real de la sostenibilidad en el sector.

(López, 2015) En su tesis “Estrategias de Turismo Sostenible para el Cantón Baños de Agua Santa.” Manifiesta que el interés por desarrollar un turismo sostenible ha crecido en los últimos años debido los impactos negativos que está causando el desarrollo del turismo en los destinos que lo practican, y viendo la necesidad de conservar los recursos naturales y culturales para que tengan un uso continuado y que las generaciones futuras puedan disfrutar de un ambiente sano y seguro.

(Valderrama, 2018) En su tesis de posgrado denominada “Turismo sostenible en la provincia de Bolognesi, Ancash; 2017-2018”, El desarrollo sostenible del turismo estudia para atender las necesidades prioritarias de visitantes en las regiones que reciben a los turistas, y al mismo instante preserva y promueve en la coyuntura para el presente y el futuro.

El Desarrollo sostenible del turismo se percibe como un destino y a la percepción del desarrollo de los instrumentos de gestión de todas las potencialidades de los recursos que pueden brindar la satisfacción a las exigencias económicas sociales y atractivos, y dando cumplimiento al respeto de la integridad cultural de los pueblos, a los desarrollos ecológicos principales, la biodiversidad y a los sistemas que hace indispensable para sostenibilidad de la vida (Valderrama, 2018)

(Ciancaglini, 2015) En su tema de tesis denominada “Turismo Sustentable como posible opción para ampliar la oferta turística en La Plata: El caso de la Reserva de Biosfera Parque Pereyra Iraola” tiene como objetivo principal Indagar sobre la posibilidad de ampliar la oferta turística de la ciudad de La Plata hacia una modalidad diferente de turismo, utilizando al Parque Pereyra Iraola como destino sustentable.

Según (Ciancaglini, 2015) Existen tres enfoques sobre la sostenibilidad: el ambiental –se refiere a la conservación y adecuada gestión de los recursos, especialmente aquellos necesarios para la subsistencia -, el social y el económico muy ligados entre sí – se refieren a el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales los cuales generan beneficios y deberán ser repartidos equitativamente en la comunidad local

Es por esto que en 1990, en la conferencia de Vancouver Canadá, se determinan las responsabilidades de los actores involucrados en la actividad turística, la cual debe generar condiciones necesarias para proteger sitios naturales y culturales amenazados.

En la tesis de (Cornejo, 2009) titulada “Planificación Turística Sustentable En La Región De Coquimbo. Evaluación Y Aportes Metodológicos” manifiesta que “es posible señalar dos elementos esenciales para alcanzar mayores niveles de sostenibilidad en turismo.

Primero, que las autoridades y administraciones públicas nacionales, regionales y locales asuman plenamente su responsabilidad en la definición de políticas concertadas para el sector, en el establecimiento del marco legal, regulatorio e institucional correspondiente, y en la supervisión del cumplimiento de normas y regulaciones existentes. (Cornejo, 2009)

Segundo, que el sector turístico, privado, por su parte, desarrolle sus productos y gestione las empresas siguiendo los principios y orientaciones en forma más rigurosa que hasta el presente, asumiendo una mayor responsabilidad activa hacia los recursos naturales, las comunidades locales y sus acervos y valores culturales. (Cornejo, 2009)

Según las (Naciones Unidas , 2013) manifiesta que A medida que el sector turístico madura, también adquieren importancia la planificación nacional, las normas ambientales y las iniciativas de protección de la cultura. Sin embargo, a corto plazo, algunos de los principales requisitos para lograr un desarrollo sostenible del turismo son:

- Dar a conocer la forma en que los daños ambientales pueden reducir el atractivo de los destinos turísticos;
- Promover el conocimiento de los principios y métodos de la gestión ambiental, en particular las estrategias de conservación de los recursos hídricos y energéticos.
- Dotar a las empresas turísticas de acceso a información sobre los mercados y a recursos financieros;
- Mejorar la coordinación entre las dependencias estatales encargadas del turismo y el medio ambiente y los inversores privados del sector turístico;
- Mejorar la infraestructura de los sitios turísticos alejados adonde es poco probable que llegue la inversión privada

Las (Naciones Unidas , 2013) llegan a la conclusión de que El turismo puede coadyuvar al crecimiento económico y a la reducción de la pobreza, en particular en los países en desarrollo de bajos ingresos. La capacidad del sector para generar empleo e ingresos, debido a sus eslabonamientos hacia atrás y hacia delante, hace de él un importante factor de diversificación económica y crecimiento. Sin embargo, no hay que pasar por alto las repercusiones negativas que puede acarrear para el medio ambiente y las culturas.

(Catalano, 2017) En su tema “Turismo Sostenible: Una Perspectiva Realista Y Reflexiva Desde Las Ciencias Sociales” manifiesta que una vez que las nociones de sustentabilidad tomaron fuerza y que progresivamente van siendo legitimadas surgen las articulaciones con el desarrollo del turismo. La conexión entre el turismo y la sostenibilidad, y se asienta la premisa de que el turismo resultaría vital para alcanzar los objetivos mundiales de desarrollo.

(Newson & Sierra, 2008) En su tema “Impacto del turismo sostenible” manifiesta que, la certificación de normas de sostenibilidad en las operaciones turísticas se ha convertido en un aspecto importante para que los hoteles, barcos, tour operadores y otros negocios turísticos demuestren que sus prácticas ayudan al ambiente y aseguran el bienestar de su personal y de las comunidades locales.

El turismo sostenible, definido como un viaje responsable que conserva el ambiente y mejora el bienestar de los habitantes locales, está creciendo a un ritmo tres veces más rápido que la industria turística como un todo. Debido a que los destinos de turismo sostenible normalmente se encuentran en áreas de alta biodiversidad y significado cultural, los impactos de los hoteles en esos sitios tales como aguas residuales y producción de desechos sólidos o la incursión de turistas en un hábitat silvestre– pueden ser especialmente destructivos. (Newson & Sierra, 2008)

(Salvador, 2014) en su tesis denominada “Turismo Sostenible en el Ecuador” manifiesta que, en el Ecuador el Plan Nacional para el Buen Vivir, concebido como una vía para el desarrollo sustentable que propone una “soberanía económica” enfocada en dejar la dependencia de inestables mercados internacionales, como los del petróleo, para impulsar los modelos económicos locales con más participación a nivel nacional.

El turismo sostenible no se puede confundir con turismo masivo y esto supone un verdadero desafío para el Ecuador ya que su mega diversidad es el atractivo principal del creciente flujo de turistas internacionales que buscan nuevos destinos. (Salvador, 2014)

Según (Guerrero, 2015) en su tesis “La Gestión Del Turismo Sostenible: El Caso Español” sostiene que Actualmente, numerosas instituciones, como organismos internacionales, asociaciones profesionales, instituciones académicas y organizaciones no gubernamentales, ofrecen nuevas direcciones y valores para fomentar la creación de un adecuado modelo de turismo sostenible; que beneficie a los sectores interesados, permita resolver conflictos o problemas derivados de una mala gestión y facilite la conservación de los recursos naturales y culturales que forman parte de la herencia e identidad de los distintos territorios y aportan autenticidad al destino turístico.

(Quiles, 2014) En su tesis “Valoración del desarrollo turístico sostenible en áreas rurales. Estudio aplicado al Valle de Ricote” manifiesta que el abandono de las áreas rurales lleva consigo el abandono, y a veces la pérdida de tradiciones, costumbres, y edificaciones que forman parte del patrimonio cultural de los pueblos, “las zonas rurales de la Comunidad se enfrentan a una serie de problemas que pueden poner seriamente en peligro su futuro.

(Granados, 2014) Manifiesta en su tesis “Del turismo sostenible a la sostenibilidad de un área protegida urbana” que el turismo sostenible ha ocasionado confusión entre lo que es turismo sostenible y lo que es ecoturismo. Estos dos términos son ciertamente distintos: el ecoturismo no es necesariamente sostenible ni el turismo sostenible se desarrolla necesariamente en un entorno natural. Tal confusión ha sido alentada por las múltiples definiciones de ecoturismo que cada país ha usado en los últimos años.

(Pazmiño, 2014) En su tesis tiene como objetivo principal Establecer de qué manera el Ecoturismo Comunitario es una fuente de valor para todas las partes involucradas, a través del modelo de Co-Creación de Valor en proyectos sustentables de Responsabilidad Social Empresarial y una alternativa viable de desarrollo económico para las comunidades locales y del Ecuador.

En el Ecuador, los productos turísticos ofertados, en general se basan en tres líneas de productos claves: Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes y Aventura, que configuran el mayor volumen de la oferta. Los principales

destinos por Ecoturismo y Turismo Comunitario se encuentran en las distintas regiones del Ecuador, las cuales constituyen la oferta turística nacional. (Pazmiño, 2014)

(Morales, 2018) En su tesis de “Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata” manifiesta que En los últimos años han aparecido nuevas formas de turismo más sostenibles, donde existen elementos relacionados con el descanso, el disfrute y la protección del medio ambiente o el conocimiento de la cultura local, a través de políticas que favorecen la sostenibilidad del destino.

En este sentido, el turismo comunitario se configura como una tipología turística que se desarrolla en contacto con las comunidades locales. Este turismo ayuda a mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, a la vez, que fomenta la conservación de sus tradiciones, formas de vida y costumbres. Aunque, esta tipología de turismo también genera importantes impactos negativos. (Morales, 2018)

(Martinez, 2013) En su tesis denominada “Las Certificaciones Del Turismo Sostenible Smart Voyager, ¿Garantía Para Un Turismo Sostenible En El Ecuador?” manifiesta que si se habla de un turismo sostenible, de un turismo responsable, es indispensable el área cultural y el turismo debe formar una “plataforma para la interculturalidad” y que debe haber una apertura para un diálogo de saberes, promover el respeto y la hospitalidad.

Con estos antecedentes puntuados en beneficio del proyecto de investigación, en el cual ayudaran a resolver la problemática del impacto que generaría el turismo sostenible en el Cantón Ventanas puedo concluir que todos los autores antes mencionados hacen referencia a que el turismo sostenible busca beneficiar a las generaciones actuales y futuras mediante cambios materiales e inmateriales que generan una aceptación social y un aporte económico.

Mediante el turismo sostenible se puede respaldar a la identidad cultural de cada pueblo, sus costumbres, su idioma, se mantiene los recursos tanto culturales como naturales, se analiza los impactos que estos pueden generarse dentro de un entorno social, cultural y ambiental. Estos tres entornos están conectados y se busca mantener un equilibrio entre ellos en el que no genere cambios negativos en dentro de una comunidad.

Con estas diferentes teorías de varias tesis consultadas se puede identificar que todas llegan a un mismo objetivo que es generar una concientización, de la preservación de los recursos y dar a conocer que el turismo sostenible no solo se trata de la naturaleza, sino también de los patrimonios culturales materiales e inmateriales que caracteriza a cada localidad.

### **Categorías de análisis**

#### **Categoría de análisis 1: Turismo sostenible.**

**Definición:** Es la actividad realizada responsablemente por uno o varios individuos, que se desplazan de un lugar a otro en cualquier momento, estos pueden ser por negocios, óseo, actividades religiosas entre otras que se dan fuera de su entorno habitual, el turismo sostenible busca desarrollar o mejorar los patrimonios turísticos sin que tengan consecuencias a futuro, es decir que no existe un deterioro o pérdida del mismo, para que las nuevas generaciones también puedan disfrutar de los recursos naturales y culturales que existen alrededor del mundo.

#### **Operacionalización de las subcategorías**

- Turismo Natural
- Turismo cultural
- Turismo rural

#### **Categoría de análisis 2: Impacto en el Cantón Ventas**

**Definición:** Es la evaluación del impacto social y económico que se va a generar en el Cantón Ventanas, si va a beneficiar positiva o negativamente a los habitantes de esta ciudad y la manera de cómo va a ser aceptada por las personas de esta ciudad.

#### **Operacionalización de las subcategorías**

- Impacto social
- Impacto cultural
- Impacto económico

### **2.1.3. Postura teórica**

En este proyecto se acopló a los objetivos, tres y cinco del PNBV 2017-2021 (Plan Nacional de Desarrollo , 2017). En la que garantiza los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones, también Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva.

También se toma como referencia al objetivo uno y cinco del (Plandetur, 2012), el cual es Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho, e incluso consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.

## **2.2. HIPÓTESIS**

### **2.2.1. Hipótesis General o Básica**

Analizando el impacto que genera el turismo sostenible mejoramos la calidad de vida de los habitantes del Cantón Ventanas.

### **2.2.2. Sub-hipótesis o Derivadas**

- Realizando un diagnóstico determinamos el impacto que genera el turismo sostenible en la comunidad ventanéense
- Identificando los lugares turísticos que generan ingresos económicos a los miembros de las comunidades mejoramos su estatus social.

- Estableciendo un plan de marketing turístico favorecemos a los habitantes del Cantón Ventanas.

### **2.2.3. Variables**

En el proyecto de investigación trataremos con dos tipos de variables que son:

**Variable Independiente:**

Turismo sostenible

**Variable Dependiente:**

Impacto en el cantón Ventanas.

### **CAPITULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

##### **3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas**

La población es el grupo de individuos que habitan en una determinada zona donde se realiza la determinada investigación. En la presente investigación se tomó en consideración una población de estudio determinada en la totalidad de los habitantes, tanto de la zona centro como de sus principales parroquias y también de la encargada del departamento de turismo ubicado en el Cantón Ventanas, Provincia Los Ríos

Se tomó en consideración una población de 45.651 Ventanas (Cabecera cantonal, centro de la ciudad), 1 Encargada del Departamento de Turismo, 16.442 personas de la parroquia Zapotal, 2.307 personas de la parroquia Chacharita y 2.151 personas de la parroquia Los Ángeles, la misma que facilitará el estudio y la investigación.

<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>%</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>%</b>
Ventanas (Cabecera cantonal, centro de la ciudad)	45.651	53%	216	53%
Encargada del Departamento de Turismo	1	2%	1	2%
Zapotal	16.442	15%	60	15%
Chacarita	2.307	15%	60	15%
Los Ángeles	2.151	15%	60	15%

<b>Total</b>	71.093	100	398	100
--------------	--------	-----	-----	-----

*Figura N° 1 Pruebas estadísticas aplicadas*

*Elaborado por: Susana Leon*

*Fuente: Cantón Ventanas*

### 3.1.2. Análisis e interpretación de datos

#### Encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Ventanas.

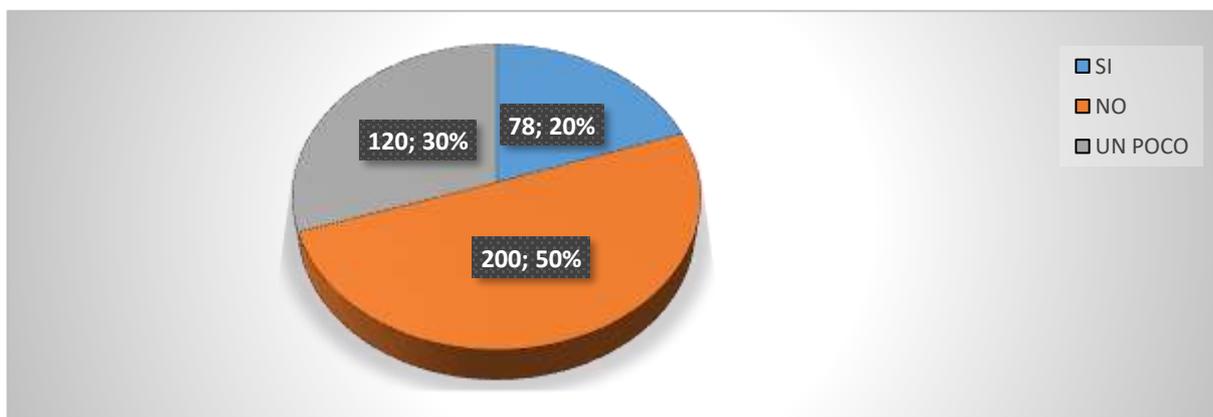
Tabla #1 ¿CONOCE USTED QUE ES EL TURISMO SOSTENIBLE?

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	78	20 %
NO	200	50 %
UN POCO	120	30%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

*FUENTE: CANTON VENTANAS*

*ELABORACIÓN: SUSANA LEON*

Gráfico #1 ¿CONOCE USTED QUE ES EL TURISMO SOSTENIBLE?



*FUENTE: CANTON VENTANAS*

*ELABORACIÓN: SUSANA LEON*

**Análisis.-** El 20 % de los habitantes del Cantón Ventanas saben acerca del turismo sostenible, el 30 % de los habitantes tiene poca información y el 50% no conocen nada sobre el tema de sostenibilidad.

**Interpretación.-** La mayor parte de los habitantes del cantón ventanas no conocen que es el turismo sostenible ni a que hace referencia.

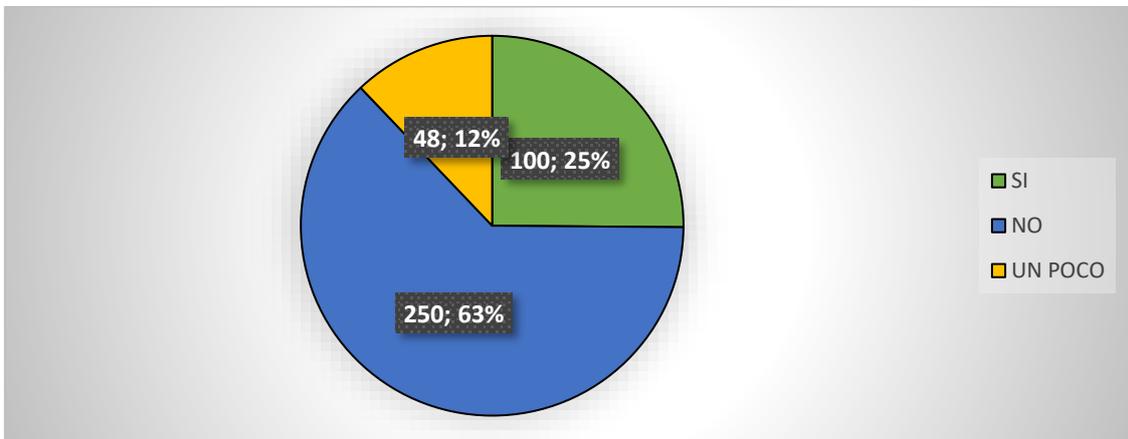
Tabla #2 ¿CONOCE USTED LOS ATRACTIVOS TIRISTICOS QUE TIENE EL CANTON VENTANAS?

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	100	25 %
NO	250	63 %
UN POCO	48	12%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico #2 ¿CONOCE USTED LOS ATRACTIVOS TIRISTICOS QUE TIENE EL CANTON VENTANAS?



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** El 63% de la población del Cantón Ventanas no conoce todos los atractivos turísticos con los que cuenta el cantón, mientras que el 12% conoce pocos

sitios turísticos y tan solo el 25% conoce todos los sitios turísticos que están dentro del Cantón.

**Interpretación.-** Para muchas personas el Cantón Ventanas no tiene lugares turísticos, ellos desconocen del turismo que se genera dentro de la localidad.

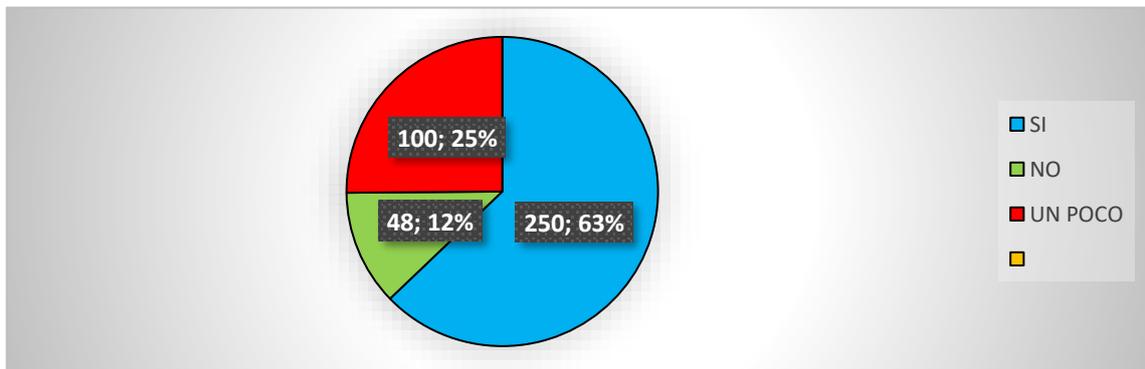
**Tabla #3 ¿CONSIDERA USTED QUE EL TURISMO SOSTENIBLE FAVORECERIA A LOS HABITANTES DEL CANTON VENTANAS?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	250	63 %
NO	48	12 %
UN POCO	100	25%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico #3 ¿CONSIDERA USTED QUE EL TURISMO SOSTENIBLE FAVORECERIA A LOS HABITANTES DEL CANTON VENTANAS?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** El 63% de la población del Cantón Ventanas cree que el turismo sostenible beneficiara a los habitantes, mientras que el 25% piensa que habrá beneficios pero muy poco y tan solo el 12% cree que no habrá beneficios.

**Interpretación.-** Los habitantes del Cantón Ventanas consideran que el turismo sostenible si podría favorecer a los personas que viven en las zonas urbanas y rurales de la ciudad.

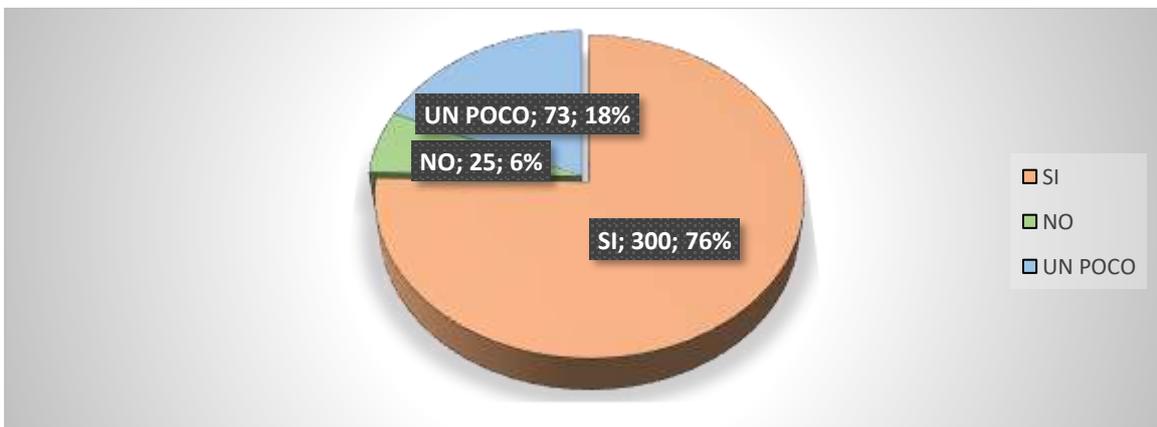
Tabla #4 **¿PIENSA USTED QUE SE PODRÍA GENERAR MÁS TURISMO EN EL CANTÓN, CON UN BUEN PLAN DE MARKETING?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	300	76 %
NO	25	6 %
UN POCO	73	18%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico #4 **¿PIENSA USTED QUE SE PODRÍA GENERAR MÁS TURISMO EN EL CANTÓN, CON UN BUEN PLAN DE MARKETING?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

**Análisis.-** Según la encuesta realizada el 76% considera que se debe promocionar los atractivos mediante un buen plan de marketing, para generar más turismo, el 12% cree que se generara muy poco turismo con un plan de marketing y el 6% considera que no tendría un aporte para el turismo.

**Interpretación.-** Un gran porcentaje de los habitantes del Catón Ventanas consideran que implementando un plan de marketing bien estructurado con los atractivos turísticos habría una gran influencia en el turismo local que beneficiaría a todos sus población.

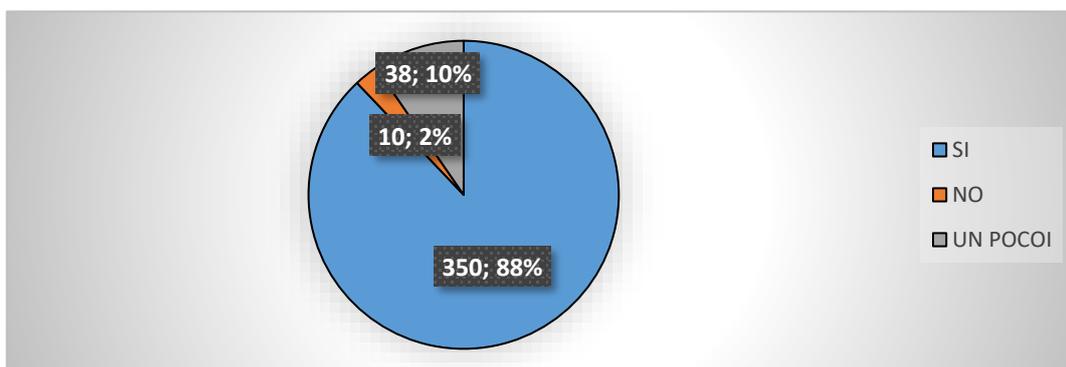
Tabla #5 **¿CREE USTED QUE ES IMPORTANTE GENERAR TURISMO, CON LOS RECURSOS NATURALES QUE TIENE EL CANTON VENTANAS?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	350	88 %
NO	10	2 %
UN POCO	38	10%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico #5 **¿CREE USTED QUE ES IMPORTANTE GENERAR TURISMO, CON LOS RECURSOS NATURALES QUE TIENE CANTON VENTANAS?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** El 88% de la población ventanéense cree que si es importante impulsar el turismo en la ciudad con sus propios recursos, mientras que el 10% piensa que es un poco importante y el 2 % opina que no es importante la generación de turismo con los recursos naturales que tiene el Cantón Ventanas.

**Interpretación.-** El Cantón Ventanas cuenta con recursos naturales que no han sido impulsados turísticamente, en la que mediante la encuesta realizada la mayor parte de los habitantes cree que es importante la generación de turismo utilizando sus propios recursos.

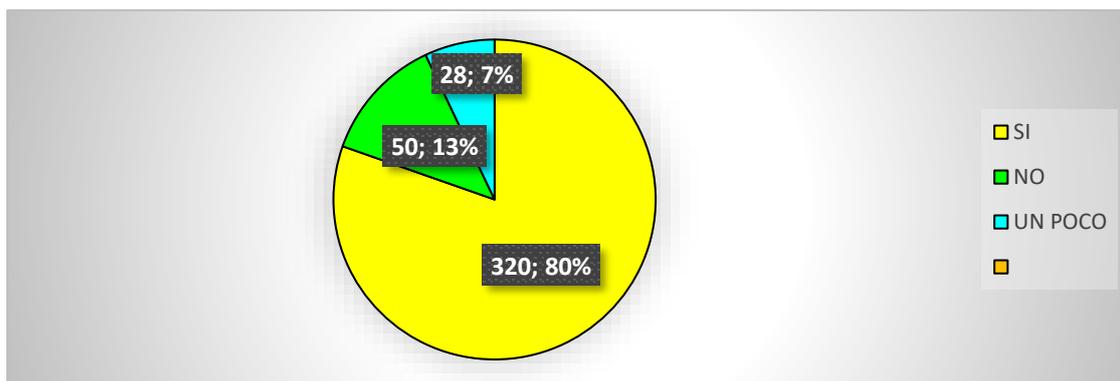
Tabla #6 **¿CONSIDERA USTED QUE EL CANTÓN VENTANAS CUENTA CON UNA DESVENTAJA EN EL ÁREA DEL TURISMO?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	320	88 %
NO	50	2 %
UN POCO	28	10%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico #6 ¿CONSIDERA USTED QUE EL CANTÓN VENTANAS CUENTA CON UNA DESVENTAJA EN EL ÁREA DEL TURISMO?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según las encuestas realizadas el 80% de los habitantes del Cantón Ventanas manifiesta que si existe una gran desventaja en el ámbito turístico a comparación de otras ciudades, el 7% opino que es muy poca la desventaja que existe y el 13% no creen que exista una desventaja turística.

**Interpretación.-** el turismo es un factor importante dentro de cada ciudad, en la que los habitantes de esta localidad a través de la respectiva encuesta manifiesta que el Cantón Ventanas tiene una gran desventaja en el área turística.

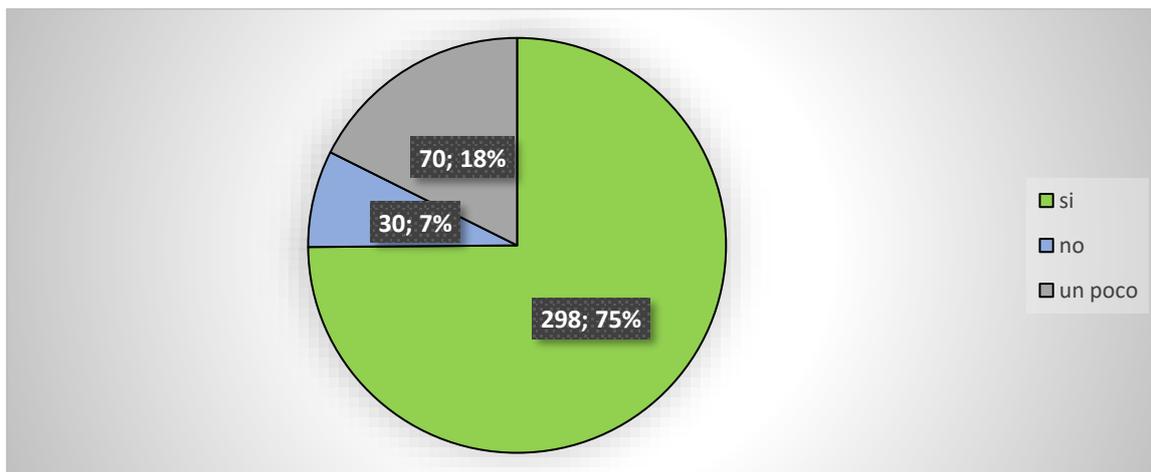
**Tabla# 7 ¿CREE USTED QUE SI SE INCREMENTA EL TURISMO EN EL CANTON VENTANAS HABRIA MAS PLAZAS DE TRABAJO PARA SUS HABITANTE?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	298	75 %
NO	30	7 %
UN POCO	70	18%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico N° 7 ¿CREE USTED QUE SI SE INCREMENTA EL TURISMO EN EL CANTON VENTANAS HABRIA MAS PLAZAS DE TRABAJO PARA SUS HABITANTE?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según la encuesta realizada el 75 % de las personas creen que el turismo si generaría fuentes de empleo, el 18% que se generara muy pocas plazas de empleo y e7% que no se generaría ninguna fuente de empleo en el Cantón Ventanas.

**Interpretación.-** Los atractivos turísticos para muchas personas son el lugar en donde se puede disfrutar y a su vez genera motivación en los habitantes a crear micro empresas de comida y de esta manera se incrementa las fuentes de empleo en sus habitantes.

**Tabla # 8 ¿AL MOMENTO DE VIAJAR O VISITAR ALGUN LUGAR TURISTICO ES IMPORTANTE PARA USTED EL PRECIO DEL LUGAR?**

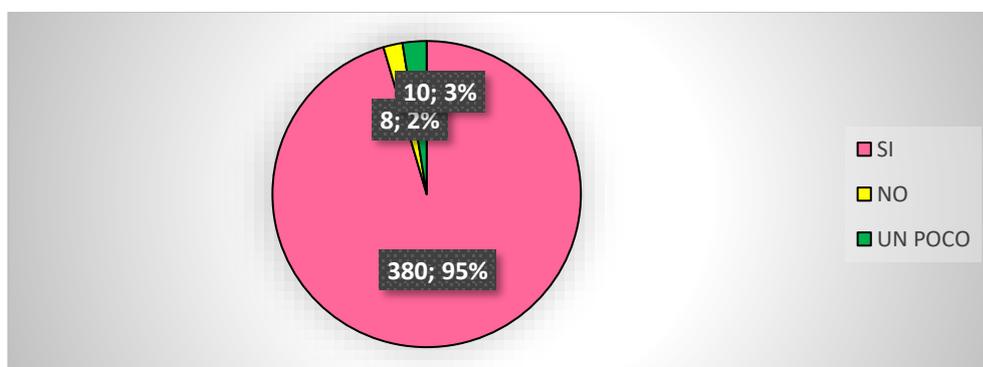
Opción	Muestra	Porcentaje
SI	380	63 %
NO	8	12 %
UN POCO	10	25%

<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %
----------------------	-----	-------

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico N° 8 ¿AL MOMENTO DE VIAJAR O VISITAR ALGUN ATRACTIVO TURISTICO ES IMPORTANTE PARA USTED EL PRECIO DEL LUGAR?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en el Cantón Ventanas para el 95% de las personas es importante el precio de los servicios de un atractivo turístico, el 3% se fijan muy poco en los precios y el para el 2% no es importa el valor que tengan dichos servicios.

**Interpretación.-** En el Cantón hay pocos lugares turístico de los cuales para las personas es muy importante tener en cuenta el valor de los servicios que ofrecen para poder visitarlos.

**Tabla # 9 ¿QUÉ TIPO DE TURISMO ES EL QUE USTED REALIZARIA?**

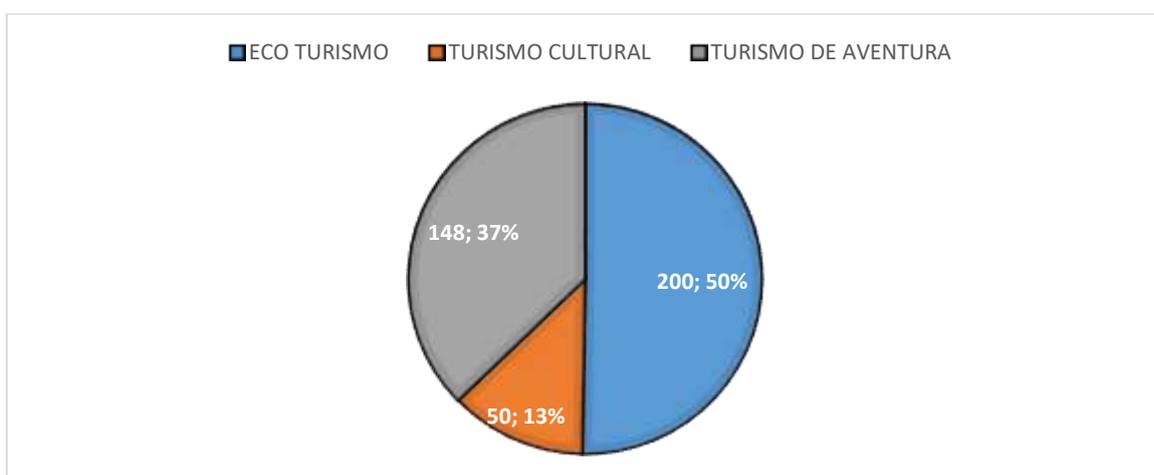
Opción	Muestra	Porcentaje
ECO TURISMO	200	50 %

TURISMO CULTURAL	50	13 %
TURISMO DE AVENTURA	148	37%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico N° 9 ¿QUÉ TIPO DE TURISMO ES EL QUE USTED REALIZARIA?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en Cantón Ventas el 50 % de las Personas prefieren realizar eco turismo, el 37% hacer turismo de aventura y el 13% hacer turismo cultural.

**Interpretación.-** al momento de realizar actividades turísticas en la actualidad la mayoría de las personas buscan realizar actividades que se relacionen con la naturaleza, en la que puedan tener nuevas experiencias.

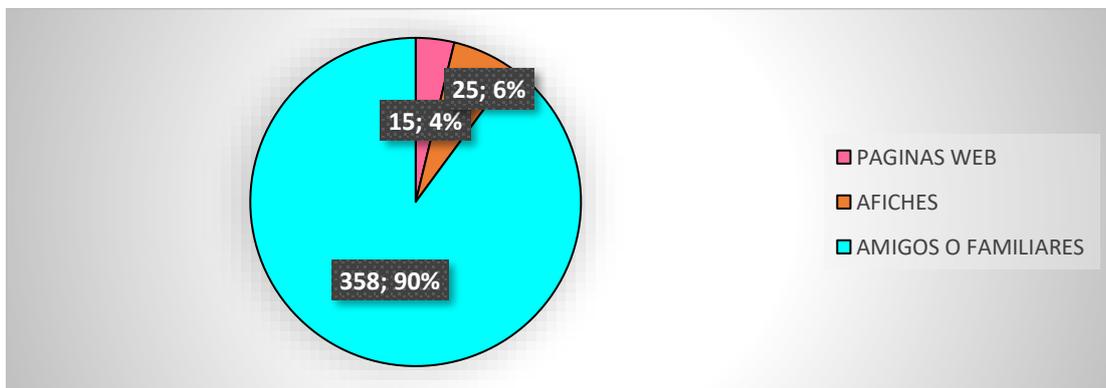
**Tabla # 10 ¿DE QUE MANERA USTED CONOCE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS LUGAR TURISTICO EN EL CANTON VENTAS?**

Opción	Muestra	Porcentaje
PAGINAS WEB	15	4 %
AFICHES	25	6 %
POR MEDIO DE AMIGOS O FAMILIARES	358	90%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico N° 10 ¿DE QUE MANERA USTED CONOCE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS LUGAR TURISTICO EN EL CANTON VENTAS?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en el Cantón Ventanas el 90% de las personas se informan de los servicios turísticos ofrecidos por medio de amigos y familiares, el 6% por medio de afiches y el 4% por redes sociales.

**Interpretación.-** Conocer cuáles son los servicios que ofrecen los distintos centros turísticos es primordial al momento de elegir a donde ir y la falta de promoción hace que las referencias positivas o negativas de quienes han visitado el lugar sea quien de información que podría ser negativa para el turista y a su vez perjudicaría al centro turístico.

**Entrevista: Con la encargada del departamento de turismo del Cantón**

**Ventanas. ¿Piensa usted que el Cantón Ventanas cuenta con afluencia turística?**

El turismo en Ventanas actualmente es muy débil y contamos con un déficit turístico, años anteriores se ha buscado desarrollar poco a poco actividades turísticas para beneficio de las personas, en la actualidad se está trabajando para crear atractivos que llamen la atención de los mismos habitantes como de personas de otros lugares y así empiecen visitando a nuestra ciudad para que recomienden a sus amigos y familiares que aquí se puede disfrutar y realizar actividades turísticas, lo que se busca es generar más recursos en donde nuestros ciudadanos puedan tener plazas de empleos y generar ingresos económicos para la ciudad

**Lcda. Virginia Suarez**

Desarrollando entrevista a la Lcda. Virginia Suarez encargada del departamento de turismo del Cantón Ventanas.

*Figura N° 2 Entrevista*



*FUENTE: DEPARTAMENTO DE TURISMO*

*ELABORACIÓN: SUSANA LEON*

## **3.2. CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECIFICAS**

### **3.2.1. Conclusión general**

- El turismo del Cantón Ventanas con un plan de marketing se puede ayudar a crecer los diferentes sectores que cuentan con un potencial turístico para el desarrollo local, mejorando de esta manera la economía y generando afluencia de turistas en cada uno de los diferentes atractivos, el mismo que con un manejo adecuado se pueda difundir y ser conocido.

### **3.2.2. Conclusiones específicas**

- A través de las encuestas realizadas a las personas de los diferentes sectores del Cantón Ventanas, se ha podido recopilar el porcentaje que tiene la importancia que tiene el turismo sostenible en la localidad. Lo cual se ha observado que en estos sectores no se genera actividades turísticas en su totalidad.
- El conocimiento sobre los sitios turísticos con los que cuenta el Cantón es débil a pesar de que muchas personas viajan cotidianamente de las parroquias a la ciudad y viceversa dentro de Ventanas, no poseen el conocimiento suficiente de los atractivos turísticos que se encuentran en la ciudad, esto ha generado que todo sector necesite evolucionar y generar mayor desarrollo turístico para beneficiar a sus habitantes.
- El impacto que el turismo sostenible causa dentro de una localidad tiene un porcentaje alto, pues este generaría mayor afluencia turística, más fuentes de empleo, el equilibrio entre los aspectos sociales, naturales y económicos, la cual mediante un buen plan de marketing se podrá promocionar y conocer los diferentes sitios turísticos que beneficiarían a todos los habitantes del Cantón Ventanas.

## **3.3. RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECIFICAS**

### **3.3.1. Recomendación general**

- Fortalecer el turismo sostenible con el que cuenta el Cantón Ventanas, dando a conocer a los habitantes los atractivos más relevantes que se

encuentra en la localidad, con la finalidad de generar afluencia turística y a su vez sea beneficioso para sus habitantes.

### **3.3.2. Recomendaciones específicas**

- Conocer la importancia que tiene el turismo sostenible, teniendo en cuenta cuáles son sus ventajas y de qué manera se puede aprovechar los recursos con los que cuenta el Cantón a beneficio de sus habitantes.
- Mejorar la distribución de información de los sitios y servicios turísticos que tiene el Cantón Ventanas.
- Mientras el turismo empiece a desarrollarse con la ayuda del plan de marketing es recomendable seguir explorando nuevos atractivos turísticos que generen expectativas y experiencias para quienes deseen conocer el Cantón Ventanas

## **CAPITULO IV.- PROPUESTA DE APLICACIÓN**

### **4.1. Propuesta de aplicación de resultados**

#### **4.1.1. Alternativa obtenida**

Establecer un plan de marketing turístico que favorezca a los habitantes del Cantón Ventanas.

#### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

En los diferentes sectores vinculados al turismo del Cantón Ventanas se ha evidenciado que existen un déficit de información turística hacia los habitantes de la localidad, por eso, es necesario reforzar cada una de las falencias existentes, para esto, el investigador propone efectuar un plan de marketing turístico, esto permitirá difundir los diferentes servicios, precios, actividades que se pueden realizar en cada establecimiento y a su vez generara el desarrollo turístico, económico, social, cultural y gastronómico en el Cantón dando paso a la afluencia turística.

El plan de marketing se realizara identificando los sitios turísticos con los que cuenta el Cantón, su ubicación, costos y servicios para brindar una mejor información y a su vez fomentar y fortalecer al turismo local.

Mediante el establecimiento del plan de marketing se puede alcanzar una mayor oportunidad en el ámbito económico social, mejorando los servicios de cada sector turístico y abriendo camino al turismo del Cantón Ventanas y de tal manera al generar afluencia turística se crearan plazas de empleo para sus habitantes.

#### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

##### **4.1.3.1. Antecedentes**

El Cantón Ventanas es uno de los 14 cantones de la Provincia de Los Ríos, se encuentra distribuida en parroquias y recintos que cuentan con atractivos naturales,

durante los años se ha mantenido la cultura montubia, sus costumbres, es considerada como la capital maicera del Ecuador por su gran actividad agrícola en el maíz.

A pesar de que cuenta con atractivos turísticos naturales son pocas las personas que han decidido aprovechar estos recursos y crear sitios turísticos para brindar un buen servicio a quienes los visitan, y a su vez generan recursos económicos para poder mantener su establecimiento.

Sin embargo a pesar que son pocos los centros turísticos que tiene el Cantón, no cuentan con una publicidad que atraiga más turistas, la falta de un plan de marketing hace que estos centros turísticos se mantengan con poca afluencia turística y no puedan crecer más en el área turística.

#### **4.1.3.2. Justificación**

El presente trabajo de indagación está dirigido a los dueños de los centros turísticos del Cantón Ventanas, ayudando a mejorar su actividad turística, el plan de marketing busca promocionar, difundir, dar a conocer los centros turísticos y los

diferentes servicios que ofrecen, generando así mayor afluencia turística que beneficie económicamente al Cantón.

Este plan de marketing no solo está dirigido a los propietarios de los centros turísticos sino también a la ciudadanía en general que a su vez forma parte importante a la hora de dar a conocer estos lugares ya que gracias a la información que se aportara habrá mayor conocimiento sobre lo que ofrecen estos lugares y así cuando el turista llegue a este sitio reciba toda la información que necesite.

El impacto que se lograra obtener con este plan es que el turista local cuente con información de fácil acceso y esté al alcance de su mano para que pueda saber qué es lo que va a encontrar dentro del Cantón, el tiempo que invertirá, los gastos que se generan en cada centro turístico y que servicios recibirá, de esta manera pueda tener alternativas al momento de viajar.

## **4.2.Objetivos**

### **4.2.1. General**

Ejecutar un plan de marketing turístico que favorezca a los habitantes del Cantón Ventanas.

#### **4.2.2. Específicos**

- Socializar el plan de Marketing a los encargados de los diferentes centros dedicados a la actividad turística del Cantón Ventanas para que se involucren en el mejoramiento de la prestación y difusión de servicios.
- Involucrar a los habitantes del Cantón Ventanas mediante charlas acerca de los beneficios del turismo sostenible.
- Mejorar la distribución y promoción de los servicios que ofrecen los sectores turísticos del Cantón Ventanas.

### **4.3. Estructura general de la propuesta**

#### **4.3.1. Título**

Establecer un plan de marketing turístico que favorezca a los habitantes del Cantón Ventanas.

#### **4.3.2. Componentes**

El plan de marketing estudiara el mercado turístico, cuál es su ubicación, los precios, servicios e incluso la accesibilidad, de esta manera dará a conocer los principales atractivos turísticos con los que cuenta el cantón Ventanas, brindando información clara e interesante, para que le sea útil al turista que muchas veces busca información y no la encuentra.

#### **CENTRO TURISTICO# 1**

El centro turístico Rancho Lizi es conocido por sus esculturas y toboganes grandes, también por traer artistas en temporadas vacacionales y fechas festivas.

Figura# 3



Figura# 4



## **CAPACIDAD DE TURISTAS**

300 turistas

## **UBICACION**

Ventanas Kilómetro 10 vía a Echeandia Recinto San Miguel

## **HORARIOS DE ATENCIÓN**

De Jueves a Domingo de 10 am a 5 pm

## **VALOR DE LA ENTRADA**

Adultos: 3.50

Niños: 2.50

## **Infraestructura**

4 piscinas

2 toboganes

Pasamanos

Estatuas gigantes

Baños

Escenario

Patio de comidas.

## CONSUMOS Y PRECIOS

Papas fritas (1,50)

Hot-dog (1,00)

Hamburguesas (2,00)

Snack (0.75)

Bebidas alcohólicas (3.00)

Jugos, agua, colas (1.00)

## PLAZA

Figura# 5



## CENTRO TURÍSTICO # 2

Complejo turístico Aguas de la Pasión, este centro es una atracción por estar alado de un rio donde se puede realizar deportes de remo y pesca.

FIGURA# 6



Figura# 7



## CAPACIDAD DE TURISTAS

400 TURISTAS

## Ubicación

Recinto Gramalote, a 400 metros de Ventanas

## HORARIOS DE ATENCIÓN

Sábado y domingo de 8 am a 6 pm

De lunes a viernes con previa reservación.

## VALOR DE LA ENTRADA

Adultos: 2.50

Niños: 1

## INFRAESTRUCTURA

3 piscinas

2 toboganes

Baños

Vestidores

Canchas

Botes

Juegos infantiles

Pista de baile  
Patio de comidas.

## CONSUMOS Y PRECIOS

### BAR

Papas fritas (1)  
Hot-dog (1)  
Hamburguesas (1,50)  
Snack (0.75)  
Bebidas alcohólicas (3.00)  
Jugos, agua, colas (0.75)

### RESTAURANT

Seco de gallina criolla (3,50)

### PLAZA

Figura#8



## CENTRO TURÍSTICO# 3

Centro turístico la Pirámides un atractivo natural por sus fuentes de agua y cascadas.

Figura# 9



Figura# 10



### **CAPACIDAD DE TURISTAS**

600 turistas

### **UBICACION**

Parroquia Los Ángeles

### **HORARIOS DE ATENCIÓN**

De Viernes a Domingo de 9 am a 5 pm

### **VALOR DE LA ENTRADA**

Adultos: 3

Niños: 2

### **Infraestructura**

6 piscinas

Toboganes

Cascadas

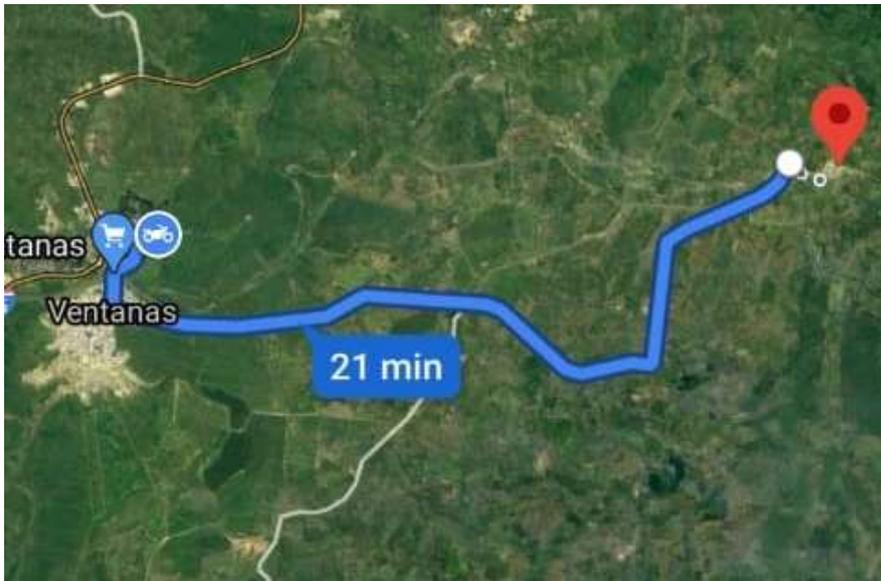
Baños

Escenario

Canchas

## PLAZA

Figura# 11



### 4.4.Resultados esperados de la alternativa

Dar a conocer los centros turísticos que tiene el Cantón Ventanas para que sea un destino turístico, lograr una mayor recepción de visitantes y de esta manera contribuir al desarrollo económico de los habitantes.

Mejorar la relación entre los dueños de los centros turísticos y ciudadanos facilitando la difusión de la información para que los visitantes que llegan a la ciudad sean atendidos de la forma más cordial y veraz.

Mejorar el conocimiento de la ciudadanía de los servicios que brindan los diferentes centros turísticos, precios, actividades a realizar para que tengan alternativas que sitio visitar.

Ayudar a mejorar el marketing de los centros dedicados a prestar servicios turísticos ya que a pesar de promocionarse al público aún queda mucho por mejorar.

#### 4.5.CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Tiempo Actividades	2019 - 2020																			
	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Enunciado del problema y tema	x																			
Formulación del problema	x																			
Planteamiento del problema		X																		
Formulación del objetivo			X	X																
Marco teórico de la investigación					X															
Hipótesis						X	X													
Variables operacionales								X												
Metodología de la investigación									x	X										
Presentación del proyecto											x	X								
Conclusiones, recomendaciones y propuestas													x	x	X					
Revisión final del tutor y lector																			X	
Presentación																			X	
Sustentación final																	X	X	X	x

## BIBLIOGRAFIAS

Aguayo, E. (2019). *Economet*. Obtenido de Economet: <http://www.usc.es/economet/Guia-tema3-turismo.pdf>

Almeida, V. (2017). *El patrimonio turístico*. Obtenido de El patrimonio turístico: <https://core.ac.uk/download/pdf/154797091.pdf>

Arcolada, E. (2009). *Economía y Políticas Turísticas*. Obtenido de Economía y Políticas Turísticas: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2009/11/UNIDAD-8-.POLITICA-TURISTICA.pdf>

Arriols, E. (2018). *Ecología Verde*. Obtenido de Ecología Verde: <https://www.ecologiaverde.com/que-es-la-sostenibilidad-ambiental-y-social-1070.html>

Beber, A. M., & Barretto, M. (2007). Los cambios socioculturales y el turismo rural. *PASOS*, 45-52.

Calderon, S. R. (2009). *blogspot*. Obtenido de blogspot: <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>

Cárdenas, J. (2018). *Universidad Nacional de la Plata*. Obtenido de Universidad Nacional de la Plata: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/C%C3%A1rdenas.%20Valorizaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20y%20patrimonial%20de%20un%20sitio%20en%20proceso%20de%20inscripci%C3%B3n%20a%20la%20Lista%20de%20Patrimonio%20Mundial.pdf>

Catalano, B. (2017). *Cuadernos Del Pensamiento*. Obtenido de Cuadernos Del Pensamiento: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/CuadernoPCL-N51-SegEpoca.pdf>

Ciancaglini, M. E. (2015). *Universidad Nacional de La Plata*. Obtenido de Universidad Nacional de La Plata:

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Ciancaglini.%20Turismo%20sustentable%20como%20posible%20opci%C3%B3n%20para%20ampliar%20la%20oferta%20tur%C3%ADstica%20en%20La%20Plata.pdf

Clos, J. (2008). *Turismo 2020*. Obtenido de Turismo 2020: <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/Horizonte%202020%20-%20Plan%20Turismo%20Espa%C3%B1ol%200812.pdf>

Codespa. (2012). *Codespa*. Obtenido de Codespa: <https://www.codespa.org/blog/2012/09/27/turismo-comunitario-una-herramienta-con-potencial-para-reducir-la-pobreza/>

Cornejo, L. E. (2009). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-PlanificacionTuristicaSustentableEnLaRegionDeCoqui-3877244%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-PlanificacionTuristicaSustentableEnLaRegionDeCoqui-3877244%20(3).pdf)

Delgado, A. T. (2013). *Investigaciones Turísticas*. Obtenido de Investigaciones Turísticas: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29124/1/Investigaciones\\_Turisticas\\_05\\_07.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29124/1/Investigaciones_Turisticas_05_07.pdf)

García, A. (2017). *UVa*. Obtenido de UVa: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24042/TFG-N.634.pdf;jsessionid=73E35FDE2CB59B2DABDC297AC879CE52?sequence=1>

García, C. (2015). *Turismo y Tecnología*. Obtenido de Turismo y Tecnología: <https://www.carlosgarciaweb.com/el-turismo-sostenible-y-el-turismo-responsable-cual-es-la-diferencia/>

García, F. X. (2014). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de Universidad de Cuenca: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20975/1/Tesis.pdf>

Gil, S. M., Sosa, D. F., & Quintana, T. A. (2002). *Cuadernos de Turismo*. Obtenido de Cuadernos de Turismo: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39800906.pdf>

Gisolf., M. (2010). *Turismo en Teoria*. Obtenido de Turismo en Teoria:  
<https://www.tourismtheories.org/?p=890&lang=es>

Granados, D. A. (2014). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia:  
<http://www.bdigital.unal.edu.co/40023/1/905075.2014.pdf>

Guerrero, G. R. (2015). *Universidad De Cádiz*. Obtenido de Universidad De Cádiz:  
[https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/17559/RamirezGuerrero\\_Gema\\_TFG\\_2015.pdf](https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/17559/RamirezGuerrero_Gema_TFG_2015.pdf)

Hermosillo, W. C., García, J. A., Murillo, J. H., Barajas, J. M., & Martínez, I. S. (2016). *Patrimonio Turístico Mundial*. Obtenido de Patrimonio Turístico Mundial:  
<http://tecnocientifica.com.mx/libros/19-PATRIMONIO-TUR%C3%8DSTICO-MUNDIAL.pdf>

Huwasquiche, M. A. (2018). *Escuela de Posgrado*. Obtenido de Escuela de Posgrado:  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/27522/huwasquiche\\_am.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/27522/huwasquiche_am.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Illescas, L. A. (2015). *Recursos Turisticos*. Obtenido de Recursos Turisticos:  
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/114%20RECURSOS%20TURISTICOS.pdf>

Jara, J. D. (2012). *Escuela Superior Politécnica De Chimborazo*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica De Chimborazo:  
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/23T0349.pdf>

Koenig, E. (2018). *Geniolandia*. Obtenido de Geniolandia:  
<https://www.geniolandia.com/13098910/la-definicion-de-promocion-turistica>

Lázaro, M. B. (2005). *Introducción Al Concepto De Turismo Sostenible*. Obtenido de Introducción Al Concepto De Turismo Sostenible:

<https://www.aragon.es/documents/20127/674325/INTRODUCCION-2019.06.12.11.39.00.pdf/ede0fddd-740e-bbf1-60f0-c3a8288d167f>

Ledesma, S. E. (2016). *Universidad Técnica De Ambato*. Obtenido de Universidad Técnica De Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24772/1/TESIS%20SHIRLEY%20ESTEFANIA%20LEDESMA%20VARGAS.pdf>

Lopez, J. M. (2016). *Semrush*. Obtenido de Semrush: <https://es.semrush.com/blog/imagen-de-marca/>

López, M. I. (2015). *Facultad De Dirección De Empresas*. Obtenido de Facultad De Dirección De Empresas: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/853/1/TUAIITYH029-2015.pdf>

Martínez, J. A. (2013). La Sostenibilidad En El Sector Turístico: Del Marco. *DELOS*, 7-10. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/delos/17/sostenibilidad-sector-turistico.pdf>

Martinez, P. R. (2013). *Flacso Andes*. Obtenido de Flacso Andes: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6934/2/TFLACSO-2013PRVM.pdf>

Ministerio de Turismo. (2019). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuadoriano-crecio-un-11-en-2018/>

Molinero, N. M., & Oliver, S. P. (2013). *Turismo Y Territorio*. Obtenido de Turismo Y Territorio: [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI\\_TurismoCultural\\_2013.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf)

Morales, P. M. (2018). *Universidad de Cordoba*. Obtenido de Universidad de Cordoba: <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/16677/2018000001781.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Naciones Unidas . (2013). *Conferencia de las Naciones Unidas*. Obtenido de Conferencia de las Naciones Unidas: [https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2\\_sp.pdf](https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2_sp.pdf)

Newson, D., & Sierra, C. (2008). *Impacto del turismo sostenible*. Obtenido de Impacto del turismo sostenible: [https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/publication/pdf/impacts\\_best\\_management\\_sarapiqui\\_sp\\_feb11.pdf](https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/publication/pdf/impacts_best_management_sarapiqui_sp_feb11.pdf)

Ortega, L. E., & Vicente, G. V. (2013). *Tesis " Plan De Desarrollo Turistico Comunitario En La Parroquia De Toacaso"*. Obtenido de Tesis " Plan De Desarrollo Turistico Comunitario En La Parroquia De Toacaso": <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1476/1/T-UCE-0005-303.pdf>

Paredes, W. (2014). *El Univerwso* . Obtenido de El Universo : <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/06/26/nota/3150931/es-cultura-abierta-constante-fluidez>

Pazmiño, A. E. (2014). *Universidad De Los Hemisferios*. Obtenido de Universidad De Los Hemisferios: <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/35/1/Tesis-%20Estefania%20Pazmi%C3%B1o%20VFINAL.pdf>

Perez, A. L., & Curriel, J. (2010). El turismo sostenible como dinamizador local. *JOUR*, 13, 111.

Plan Nacional de Desarrollo . (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021: [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

Plandetur. (2012). *Plandetur 2020*. Obtenido de Plandetur 2020: <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>

Plandetur. (2013). *Tourism & Leisure*. Obtenido de Tourism & Leisure: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Quiles, M. D. (2014). *Ucam*. Obtenido de Ucam: <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1195/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rainforest Alliance. (2008). *Gbp Latinoamerica*. Obtenido de Gbp Latinoamerica: [https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/publication/pdf/gbp\\_latinoamerica.pdf](https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/publication/pdf/gbp_latinoamerica.pdf)

Salvador, M. L. (2014). *Universidad San Francisco de Quito*. Obtenido de Universidad San Francisco de Quito: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/110786.pdf>

Sancho, A. (2011). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Torres, A. G., & Rojas, S. F. (2019). *Tur y Des*. Obtenido de Tur y Des: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/mtfr.html>

Unesco. (2007). *Sostenibilidad ecológica*. Obtenido de Sostenibilidad ecológica: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MLGA/MLGA-02/Unidad-3/lecturas/9.pdf>

Valderrama, J. E. (2018). *Escuela de Progrado*. Obtenido de Escuela de Progrado: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20547/Valderrama\\_FJE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20547/Valderrama_FJE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Villasante, W. M. (2016). *Asesores En Turismo Peru*. Obtenido de Asesores En Turismo Peru: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>

# ANEXOS



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

## EXTENSIÓN QUEVEDO



### HOTELERÍA Y TURISMO

---

#### **ENCUESTA PARA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE LICENCIADO EN HOTELERÍA Y TURISMO**

Estimado (a), su opinión acerca del Turismo Sostenible y su Impacto en el Cantón Ventanas, 2019, es muy importante. A continuación, se presentan una serie de aspectos relevantes en este sentido, por lo que se pide sinceridad en las respuestas a la opción que mejor represente su opinión.

1. ¿CONOCE USTED QUE ES EL TURISMO SOSTENIBLE?
  - SI
  - NO
  - Un poco
  
2. ¿CONOCE USTED LOS ATRACTIVOS TURISTICOS QUE TIENE EL CANTON VENTANAS?
  - SI
  - NO
  - Un poco
  
3. ¿CONSIDERA USTED QUE EL TURISMO SOSTENIBLE FAVORECERIA A LOS HABITANTES DEL CANTON VENTANAS?
  - SI
  - NO
  - Un poco
  
4. ¿PIENSA USTED QUE SE PODRÍA GENERAR MÁS TURISMO EN EL CANTÓN, CON UN BUEN PLAN DE MARKETING?
  - SI
  - NO
  - UN POCO
  
5. ¿CREE USTED QUE ES IMPORTANTE GENERAR TURISMO, CON LOS RECURSOS NATURALES QUE TIENE EL CANTON VENTANAS?
  - SI
  - NO

- UN POCO
6. ¿CONSIDERA USTED QUE EL CANTÓN VENTANAS CUENTA CON UNA DESVENTAJA EN EL ÁREA DEL TURISMO?
- SI
  - NO
  - UN POCO
7. ¿CREE USTED QUE SI SE INCREMENTA EL TURISMO EN EL CANTON VENTANAS HABRIA MAS PLAZAS DE TRABAJO PARA SUS HABITANTES?
- SI
  - NO
  - UN POCO
8. ¿AL MOMENTO DE VIAJAR O VISITAR ALGUN LUGAR TURISTICO ES IMPORTANTE PARA USTED EL PRECIO DEL LUGAR?
- SI
  - NO
  - UN POCO
9. ¿QUÉ TIPO DE TURISMO ES EL QUE USTED REALIZARIA?
- Eco Turismo
  - Turismo Cultural
  - Turismo de Aventura
10. ¿POR QUÉ MEDIO USTED CONOCE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS LUGAR TURISTICO EN EL CANTON VENTAS?
- Páginas web
  - Afiches
  - Por medio de amigos o familiares

## FOTOS



ENCUESTA REALIZADA EN EL CANTON VENTANAS.

ELABO

RADO POR : SUSANA LEON



ENCUESTA REALIZADA EN LA PARROQUIA LOS ANGELES DEL CANTON VENTANAS.

ELABORADO POR : SUSANA LEON



ENCUESTA REALIZADA EN LA  
PARROQUIA LOS ANGELES DEL  
CANTON VENTANAS.

ELABORADO POR: SUSANA LEON



ENCUESTA REALIZADA EN LA  
PARROQUIA LOS ANGELES DEL  
CANTON VENTANAS.

ELABORADO POR : SUSANA LEON



ENCUESTA REALIZADA EN LA  
PARROQUIA CHACARITA LOS  
ANGELES DEL CANTON  
VENTANAS.

ELABORADO POR : SUSANA  
LEON



ENCUESTA REALIZADA EN LA  
PARROQUIA ZAPOTAL DEL  
CANTON VENTANAS.

ELABORADO POR: SUSANA  
LEON

## TABULACION DE ENCUESTAS

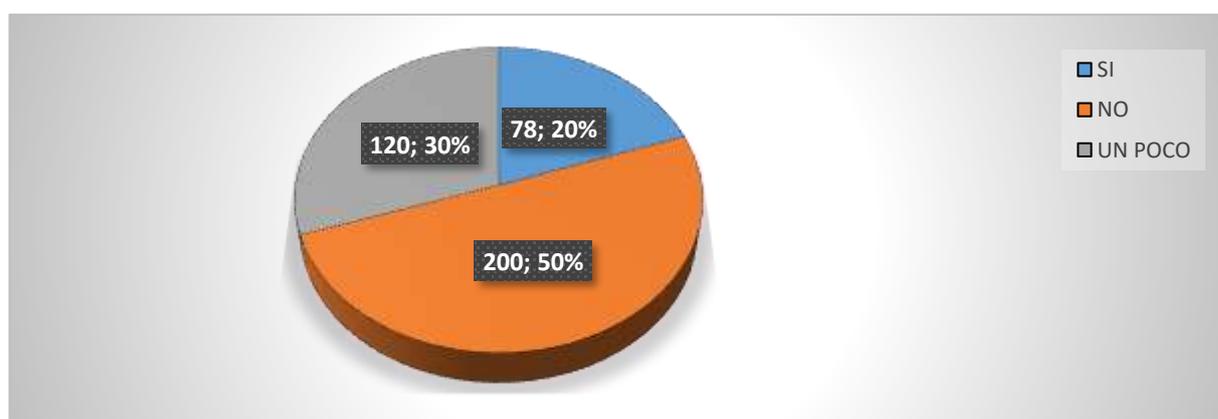
Tabla #1 ¿CONOCE USTED QUE ES EL TURISMO SOSTENIBLE?

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	78	20 %
NO	200	50 %
UN POCO	120	30%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico #1 ¿CONOCE USTED QUE ES EL TURISMO SOSTENIBLE?



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** El 20 % de los habitantes del Cantón Ventanas saben acerca del turismo sostenible, el 30 % de los habitantes tiene poca información y el 50% no conocen nada sobre el tema de sostenibilidad.

**Interpretación.-** La mayor parte de los habitantes del cantón ventanas no conocen que es el turismo sostenible ni a que hace referencia.

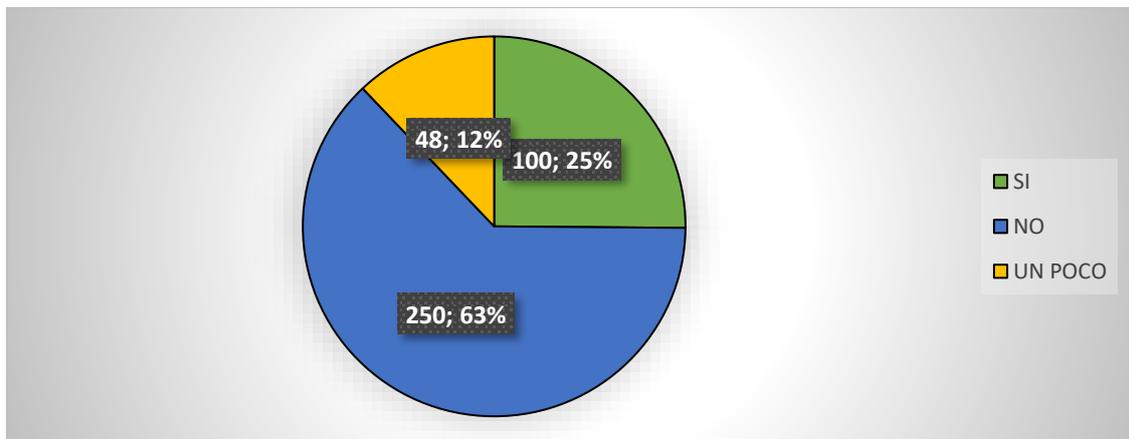
Tabla #2 ¿CONOCE USTED LOS ATRACTIVOS TURISTICOS QUE TIENE EL CANTON VENTANAS?

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	100	25 %
NO	250	63 %
UN POCO	48	12%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	<b>398</b>	<b>100 %</b>

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico #2 ¿CONOCE USTED LOS ATRACTIVOS TURISTICOS QUE TIENE EL CANTON VENTANAS?



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** El 63% de la población del Cantón Ventanas no conoce todos los atractivos turísticos con los que cuenta el cantón, mientras que el 12% conoce pocos sitios turísticos y tan solo el 25% conoce todos los sitios turísticos que están dentro del Cantón.

**Interpretación.-** Para muchas personas el Cantón Ventanas no tiene lugares turísticos, ellos desconocen del turismo que se genera dentro de la localidad.

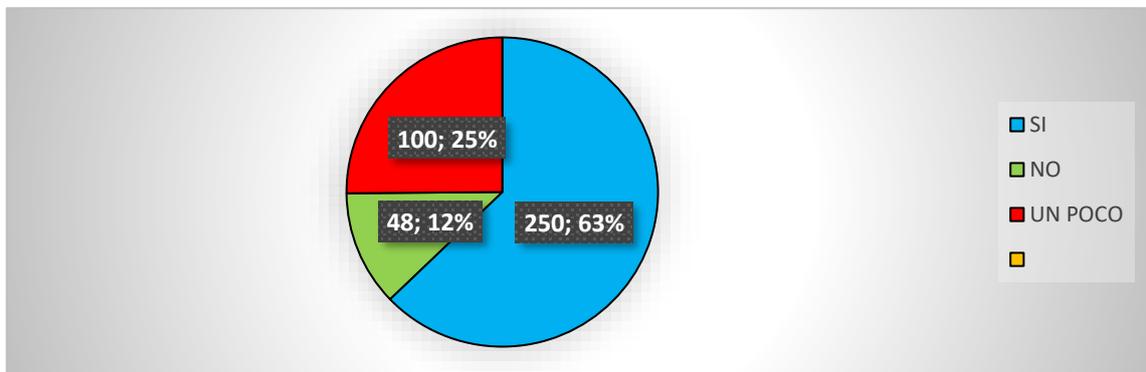
Tabla #3 ¿CONSIDERA USTED QUE EL TURISMO SOSTENIBLE FAVORECERIA A LOS HABITANTES DEL CANTON VENTANAS?

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	250	63 %
NO	48	12 %
UN POCO	100	25%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico #3 ¿CONSIDERA USTED QUE EL TURISMO SOSTENIBLE FAVORECERIA A LOS HABITANTES DEL CANTON VENTANAS?



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** El 63% de la población del Cantón Ventanas cree que el turismo sostenible beneficiara a los habitantes, mientras que el 25% piensa que habrá beneficios pero muy poco y tan solo el 12% cree que no habrá beneficios.

**Interpretación.-** Los habitantes del Cantón Ventanas consideran que el turismo sostenible si podría favorecer a los personas que viven en las zonas urbanas y rurales de la ciudad.

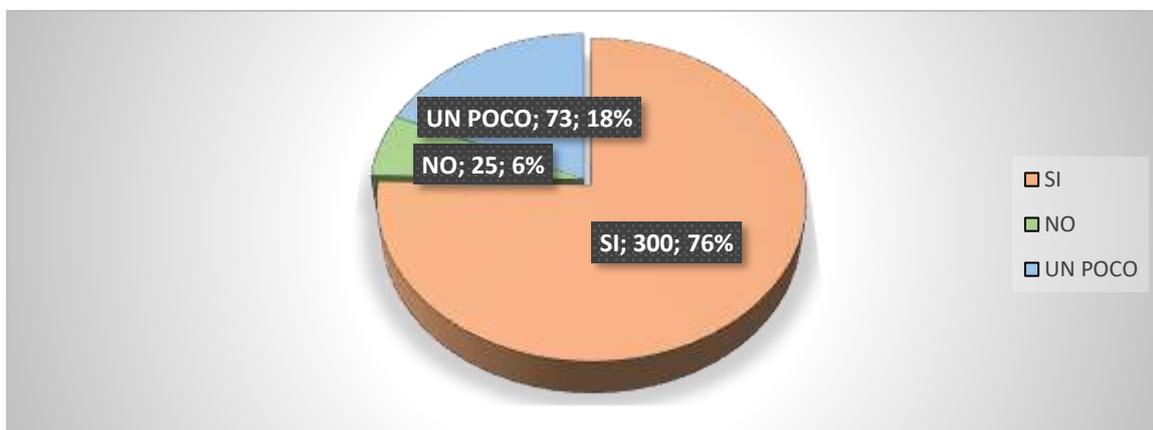
Tabla #4 **¿PIENSA USTED QUE SE PODRÍA GENERAR MÁS TURISMO EN EL CANTÓN, CON UN BUEN PLAN DE MARKETING?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	300	76 %
NO	25	6 %
UN POCO	73	18%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico #4 **¿PIENSA USTED QUE SE PODRÍA GENERAR MÁS TURISMO EN EL CANTÓN, CON UN BUEN PLAN DE MARKETING?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según la encuesta realizada el 76% considera que se debe promocionar los atractivos mediante un buen plan de marketing, para generar más turismo, el 12% cree que se generara muy poco turismo con un plan de marketing y el 6% considera que no tendría un aporte para el turismo.

**Interpretación.-** Un gran porcentaje de los habitantes del Catón Ventanas consideran que implementando un plan de marketing bien estructurado con los

atractivos turísticos habría una gran influencia en el turismo local que beneficiaría a todos sus población.

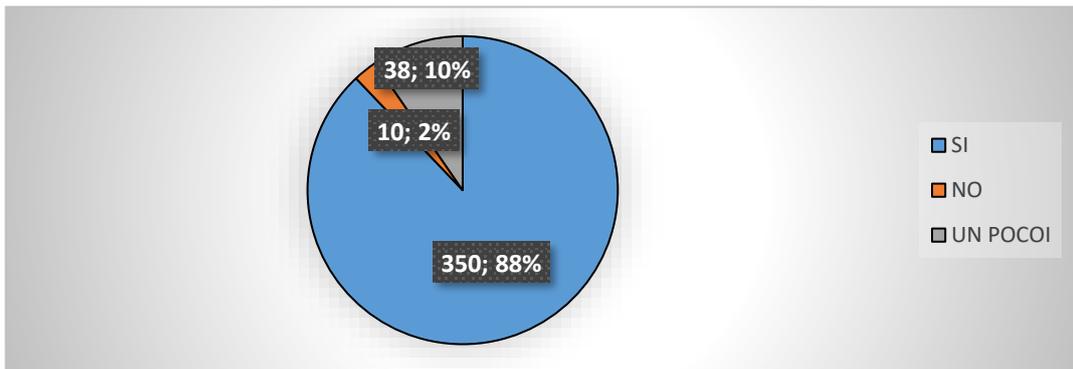
**Tabla #5 ¿CREE USTED QUE ES IMPORTANTE GENERAR TURISMO, CON LOS RECURSOS NATURALES QUE TIENE EL CANTON VENTANAS?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	350	88 %
NO	10	2 %
UN POCO	38	10%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico #5 ¿CREE USTED QUE ES IMPORTANTE GENERAR TURISMO, CON LOS RECURSOS NATURALES QUE TIENE CANTON VENTANAS?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** El 88% de la población ventanéense cree que si es importante impulsar el turismo en la ciudad con sus propios recursos, mientras que el 10% piensa que es un poco importante y el 2 % opina que no es importante la generación de turismo con los recursos naturales que tiene el Cantón Ventanas.

**Interpretación.-** El Cantón Ventanas cuenta con recursos naturales que no han sido impulsados turísticamente, en la que mediante la encuesta realizada la mayor parte de los habitantes cree que es importante la generación de turismo utilizando sus propios recursos.

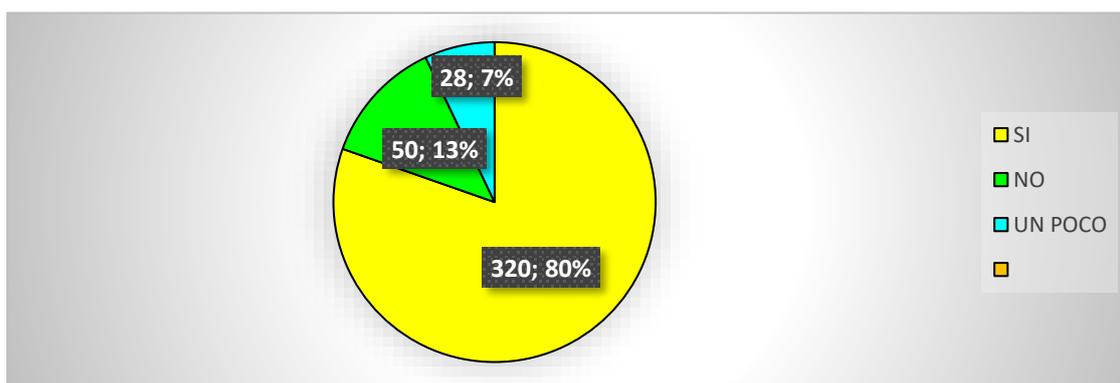
**Tabla #6 ¿CONSIDERA USTED QUE EL CANTÓN VENTANAS CUENTA CON UNA DESVENTAJA EN EL ÁREA DEL TURISMO?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	320	88 %
NO	50	2 %
UN POCO	28	10%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico #6 ¿CONSIDERA USTED QUE EL CANTÓN VENTANAS CUENTA CON UNA DESVENTAJA EN EL ÁREA DEL TURISMO?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según las encuestas realizadas el 80% de los habitantes del Cantón Ventanas manifiesta que si existe una gran desventaja en el ámbito turístico a comparación de otras ciudades, el 7% opino que es muy poca la desventaja que existe y el 13% no creen que exista una desventaja turística.

**Interpretación.-** el turismo en un factor importante dentro de cada ciudad, en la que los habitantes de esta localidad a través de la respectiva encuesta manifiesta que el Cantón Ventanas tiene una gran desventaja en el área turística.

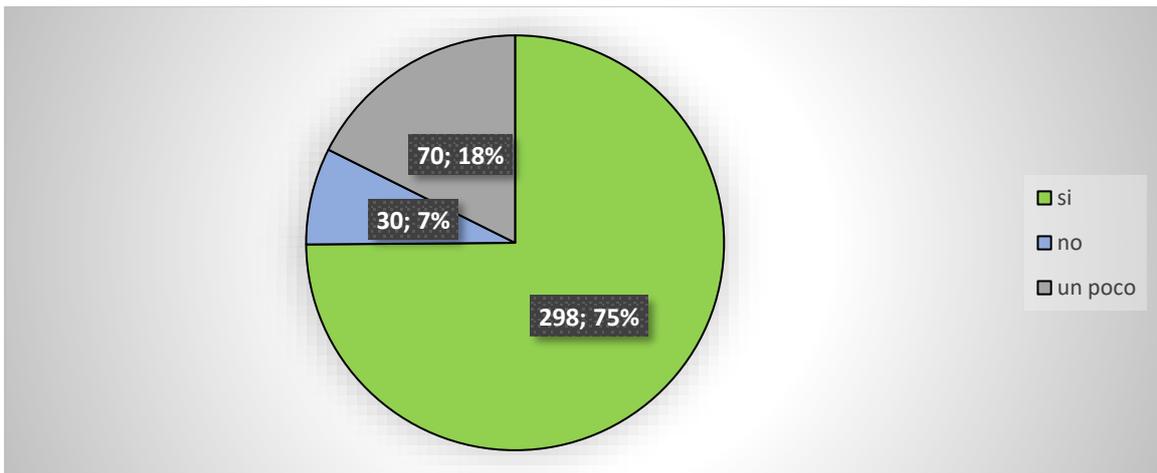
**Tabla# 7 ¿CREE USTED QUE SI SE INCREMENTA EL TURISMO EN EL CANTON VENTANAS HABRIA MAS PLAZAS DE TRABAJO PARA SUS HABITANTE?**

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	298	75 %
NO	30	7 %
UN POCO	70	18%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico N° 7 ¿CREE USTED QUE SI SE INCREMENTA EL TURISMO EN EL CANTON VENTANAS HABRIA MAS PLAZAS DE TRABAJO PARA SUS HABITANTE?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según la encuesta realizada el 75 % de las personas creen que el turismo si generaría fuentes de empleo, el 18% que se generara muy pocas plazas de empleo y e7% que no se generaría ninguna fuente de empleo en el Cantón Ventanas.

**Interpretación.-** Los atractivos turísticos para muchas personas son el lugar en donde se puede disfrutar y a su vez genera motivación en los habitantes a crear micro empresas de comida y de esta manera se incrementa las fuentes de empleo en sus habitantes.

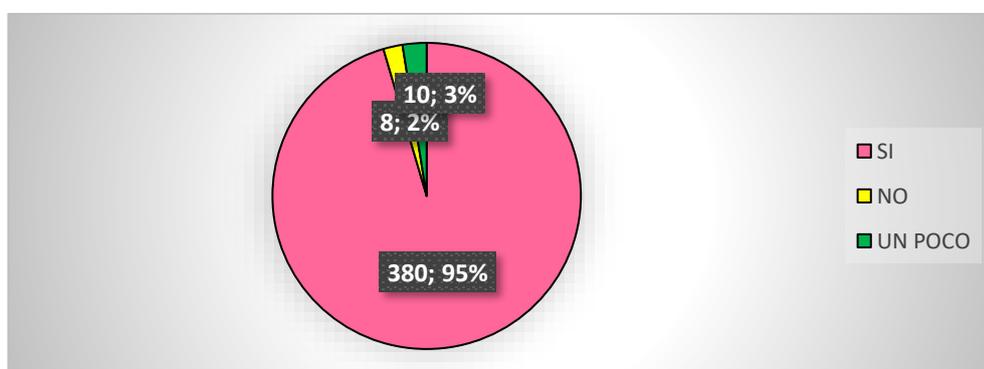
Tabla # 8 ¿AL MOMENTO DE VIAJAR O VISITAR ALGUN LUGAR TURISTICO ES IMPORTANTE PARA USTED EL PRECIO DEL LUGAR?

Opción	Muestra	Porcentaje
SI	380	63 %
NO	8	12 %
UN POCO	10	25%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico N° 8 ¿AL MOMENTO DE VIAJAR O VISITAR ALGUN ATRACTIVO TURISTICO ES IMPORTANTE PARA USTED EL PRECIO DEL LUGAR?



FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en el Cantón Ventanas para el 95% de las personas es importante el precio de los servicios de un atractivo turístico, el 3% se

fijan muy poco en los precios y el para el 2% no es importa el valor que tengan dichos servicios.

**Interpretación.-** En el Cantón hay pocos lugares turístico de los cuales para las personas es muy importante tener en cuenta el valor de los servicios que ofrecen para poder visitarlos.

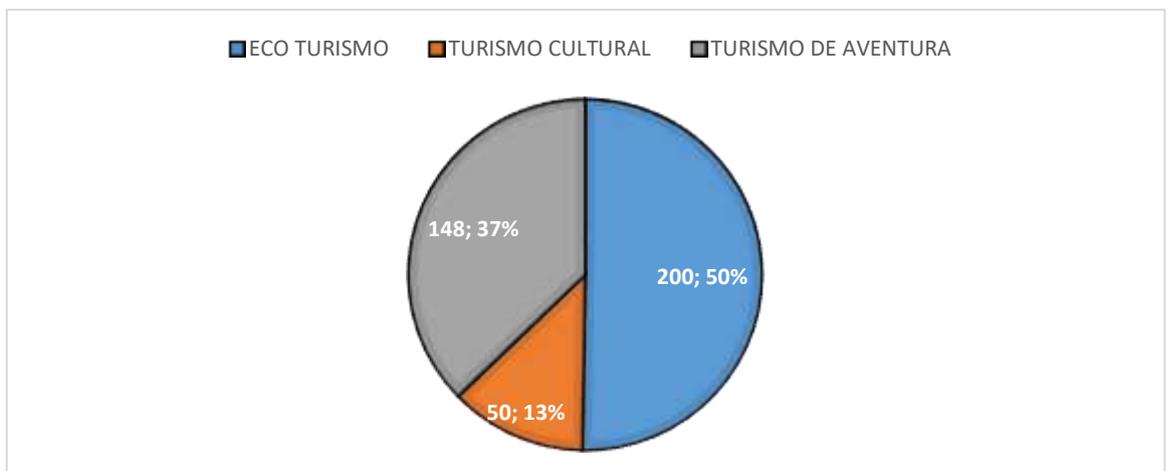
**Tabla # 9 ¿QUÉ TIPO DE TURISMO ES EL QUE USTED REALIZARIA?**

Opción	Muestra	Porcentaje
ECO TURISMO	200	50 %
TURISMO CULTURAL	50	13 %
TURISMO DE AVENTURA	148	37%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	<b>398</b>	<b>100 %</b>

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

**Gráfico N° 9 ¿QUÉ TIPO DE TURISMO ES EL QUE USTED REALIZARIA?**



FUENTE: CANTON VENTANAS

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en Cantón Ventas el 50 % de las Personas prefieren realizar eco turismo, el 37% hacer turismo de aventura y el 13% hacer turismo cultural.

**Interpretación.-** al momento de realizar actividades turísticas en la actualidad la mayoría de las personas buscan realizar actividades que se relacionen con la naturaleza, en la que puedan tener nuevas experiencias.

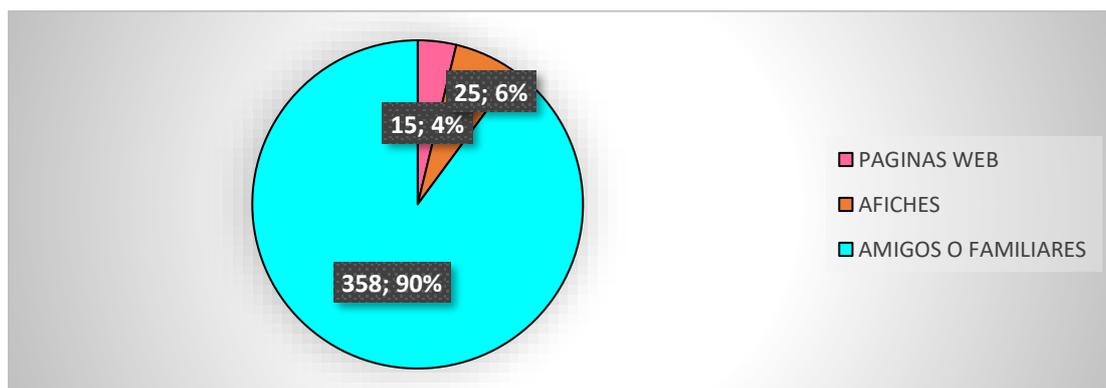
Tabla # 10 **¿DE QUE MANERA USTED CONOCE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS LUGAR TURISTICO EN EL CANTON VENTAS?**

Opción	Muestra	Porcentaje
PAGINAS WEB	15	4 %
AFICHES	25	6 %
POR MEDIO DE AMIGOS O FAMILIARES	358	90%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	398	100 %

FUENTE: CANTON VENTANAS

ELABORACIÓN: SUSANA LEON

Gráfico N° 10 **¿DE QUE MANERA USTED CONOCE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS LUGAR TURISTICO EN EL CANTON VENTAS?**



*FUENTE: CANTON VENTANAS*

*ELABORACIÓN: SUSANA LEON*

**Análisis.-** Según la encuesta realizada en el Cantón Ventanas el 90% de las personas se informan de los servicios turísticos ofrecidos por medio de amigos y familiares, el 6% por medio de afiches y el 4% por redes sociales.

**Interpretación.-** Conocer cuáles son los servicios que ofrecen los distintos centros turísticos es primordial al momento de elegir a donde ir y la falta de promoción hace que las referencias positivas o negativas de quienes han visitado el lugar sea quien de información que podría ser negativa para el turista y a su vez perjudicaría al centro turístico.