



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



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

PROBLEMA:

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE VENTANAS
PROVINCIA DE LOS RÍOS

AUTORA:

ANDREA ANGELICA CASTRO YAGUANA

TUTOR:

MSC. DARIO JAVIER ARELLANO VALENCIA

BABAHOYO - 2020



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



ÍNDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN..... | 5 |
| JUSTIFICACIÓN..... | 6 |
| OBJETIVO GENERAL | 6 |
| SUSTENTOS TEÓRICOS..... | 7 |
| TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN..... | 15 |
| RESULTADOS OBTENIDOS..... | 17 |
| CONCLUSIONES..... | 19 |
| RECOMENDACIONES | 19 |
| BIBLIOGRAFÍA | 20 |
| ANEXOS | 22 |



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



RESUMEN

El presente trabajo investigativo se centra en realizar el diagnóstico situacional turístico de la ciudad de Ventanas, ya que la ciudadanía desconoce lugares, proyectos, y demás factores que ayudan al crecimiento turístico de la localidad. Para el levantamiento de la información este estudio se basó en el método analítico y de observación a través de un análisis general de lo que sucede en la ciudad Ventanas enfocada al entorno turístico por medio de la investigación documentada y diagnóstica basada en la encuesta, misma que ayudó a determinar la situación actual turística. Determinando que se debe informar a la ciudadanía de los nuevos acontecimientos turísticos que se da en la ciudad mediante redes sociales, noticias, radios, volantes y demás.

Palabras claves: Diagnostico situacional, desconocimiento, crecimiento turístico, acontecimientos turísticos



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



SUMMARY

The present investigative work focuses on studying the tourist situational diagnosis of the city of Ventanas, since the citizens do not know places, projects, and other factors that help the tourist growth of the town. To collect the information, this study was based on the analytical and observational method through a general analysis of what happens in the city of Ventanas focused on the tourist environment through documented and diagnostic research based on the survey and observation, same that helped determine the current tourism situation. Determining that citizens must be informed of new tourist events that occur in the city through social networks, new, radio, flyers and others.

Keywords: Situational diagnosis, ignorance, tourist growth, tourist events

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores más competitivos en el mundo, esto hace que diferentes países generen y gestionen sitios turísticos llamativos para así tener mayor afluencia de turistas cada año.

En Ecuador, el turismo se ha incrementado significativamente ya que cuenta con sitios con atractivos naturales y culturales, donde se puede hacer turismo. Estos diversos atractivos pueden ser visitados y llaman la atención del turista; por lo que en el país se genera ingresos económicos por esta actividad.

La Provincia de Los Ríos cuenta con una riqueza natural llena de recursos agroturísticos que permiten al turista nacional y extranjero visitar sus cantones, entre esos el cantón Ventanas.

En la ciudad de Ventanas actualmente es escaso el desarrollo turístico debido a la falta de conocimiento y apropiada gestión de los atractivos turísticos que hay en la ciudad, por lo que este estudio de caso se centra en realizar un diagnóstico situacional turístico que permita conocer el estado actual del sector en la ciudad y que sirva de insumos para generar proyectos que se efectúan dentro de la ciudad y que las autoridades puedan desarrollar el área turística para beneficio de la ciudadanía y los turistas.

Este estudio de caso es importante porque ayudará a identificar cuáles son las falencias en relación al turismo que hay dentro de Ventanas y así poder reactivar la ciudad turística creando atractivos y lugares que llamen la atención del habitante y visitante.

El presente trabajo investigativo se enmarca en la línea de investigación de la carrera Hotelería y Turismo, desarrollo de productos y servicios turísticos; como sub-línea de investigación está las proyecciones para el mejoramiento de la calidad del producto o servicio.

Para la obtención de la información se utilizó el método analítico y observación que permite realizar un análisis de la situación turística de la Ciudad Ventanas, saber el estado de los atractivos con los que cuenta, su oferta turística, operadores de mercado, y demanda. Se realizó, además, el levantamiento de información por medio de las técnicas de encuesta. De esta manera, se pudo detectar los aspectos positivos y negativos que implican el desarrollo de la ciudad y trabajar en una propuesta en beneficio de la misma.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad diagnosticar el estado situacional turístico de la ciudad de Ventanas, ya que a través del mismo se podrá conocer la situación y condición del turismo en esta ciudad, además de identificar quienes son los involucrados en esta actividad y la calidad y demanda del sector turístico. Esto permitirá que este lugar sea promocionado turísticamente y mejore su situación económica a través de la prestación de servicios turísticos de calidad alta.

Este documento tiene información eficaz que ayudará principalmente, al Gad municipal del cantón Ventanas, empresas del sector privado como también el público, además emprendimientos relacionados directa e indirectamente al turismo, que son un pilar fundamental para el crecimiento de la economía en el cantón.

Los beneficiarios serían los pobladores de la ciudad de Ventanas ya que si la ciudad se realiza turísticamente los habitantes crearían sus propios emprendimientos y tendrían más fuentes de ingresos, también beneficia directamente a la ciudad ya que se daría a conocer nivel nacional por sus sitios a visitar.

Este proyecto es trascendental porque potenciará el sector turístico, generándose así fuentes de empleos y sus habitantes tendrán una mejor calidad de vida, desarrollando un turismo sostenible y conservador para disfrutar del mismo.

Una vez finalizado el diagnóstico situacional, se da a conocer que es factible ya que este aporta una serie de elementos para el crecimiento del turismo y este sea una actividad que genere desarrollo y se implemente nuevas estrategias de promoción y desarrollo turístico.

OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar el estado situacional turístico de la ciudad de Ventanas.

SUSTENTOS TEÓRICOS

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Se comprende como la búsqueda y sistematización de información respectiva a la oferta y la demanda turística en el destino, radica en el estudio de los componentes básicos de la estructura turística que son la oferta y demanda turística, del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar.

Específicamente en el proceso de planificación turística propuesto por la Organización mundial del turismo (OMT) que sirve de base para el presente manual el diagnóstico corresponde a las etapas 3 y 4: estudios y evaluaciones y análisis y síntesis. Como se mencionó anteriormente, al diagnóstico se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación (Quijano, 2009, pág. 11)

Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, propuestas y tácticas estrategias de progreso con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística (Quijano, 2009, págs. 11, 12)

FASES DEL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Existen cuatro actividades de definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo, las cuales se detallan las siguientes:

- ❖ La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos
- ❖ Delimitación del área de estudio
- ❖ La revisión de la literatura
- ❖ Planificación del trabajo de campo. (Sigcho, 2013, págs. 16, 17)

A. Definición del tipo de Planificación

Este define si estamos realizando la planificación en espacios, costeros, rurales, urbanos, naturales, etc. Posteriormente este definirá si tendrá enfoque económico, comunitarios, sostenible, entre otros.

B. Delimitación del área de estudio

Involucra la localización del sistema turístico que se va a apreciar. Es decir si el diagnóstico turístico está siendo realizado en una localidad y que este contenga límites territoriales más amplios de los que se pretende estudiar turísticamente.

C. Revisión de documentos

Esta actividad requiere recopilar la información del lugar que se va a estudiar o que ya ha sido estudiada previamente, se hace con el fin de ahorrar tiempo, recursos humanos y económicos, para así adaptar la información que se recogerá posteriormente (Sigcho, 2013, pág. 18)

D. Planificación del trabajo de campo

Una vez revisados los documentos y la información existente acerca del destino turístico, se tiene una idea clara de los estudios que hacen falta.

Este paso consiste en definir:

1. **Metodología.** Si las fichas se van a aplicar a través de observación, encuestas, entrevistas, talleres participativos.
2. **Recursos humanos.** Cuántas personas van a recoger la información en el destino.
3. **Tiempo.** Cuánto tiempo se va asignar para la recolección de información. Si se tiene que elaborar el diagnóstico turístico de varias comunidades es importante elaborar un cronograma detallado.
4. **Recursos económicos.** En términos de viáticos, traslados, peajes, entradas.
5. **Materiales.** Dependiendo del método de recolección de información pueden ser fotocopias, computadora, grabadora, cámara fotográfica, GPS y proyector.

E. Fase de recolección de la información de campo

Una vez completada la primera fase, se procede a recoger la información de campo, a través de tres fichas diseñadas para caracterizar los 6 elementos del sistema turístico local, así como ciertas condiciones del entorno.

Los pasos que se siguen en la fase de recolección de información de campo son:

- Aplicación de la ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades
 - Aplicación de la ficha de Caracterización de Demanda
 - Aplicación de la ficha de Caracterización de Atractivos Naturales y Culturales
- (Sigcho, 2013, págs. 18, 19)

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

La planificación turística constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente.

Proceso que, a nivel estatal, es enmarcado dentro de los objetivos de desarrollo de país, ya que el sector turístico es sólo un sector dentro de la economía, que según el país podría ser el dominante o de mínima relevancia (Socatelli, ucipfg.com/, pág. 3)

Enfoques de la planificación turística.

Los distintos autores e investigadores coinciden en reconocer siete enfoques con los que comúnmente se ha planificado el turismo, los cuales no son secuenciales ni exclusivos, de manera que permanecen más o menos vigentes y pueden combinarse de acuerdo con el propósito de planificación.

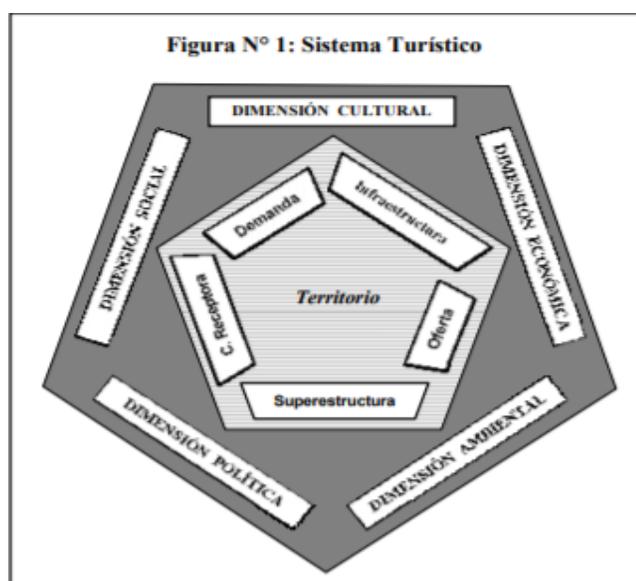
- a) **Enfoque Tradicional.** El turismo es bueno y debe ser desarrollado. Su desarrollo se mide en términos turísticos.
- b) **Enfoque Desarrollista.** El turismo es una actividad económica que puede contribuir al desarrollo nacional y social.
- c) **Enfoque Económico.** El turismo es una actividad exportadora y su desarrollo se mide en términos económicos, según la generación de divisas extranjeras.
- d) **Enfoque Físico – Espacial.** El turismo es una actividad que consume espacio y recursos. Su desarrollo se mide en términos ambientales.
- e) **Enfoque Comunitario.** El desarrollo del turismo debe controlarse localmente y su desarrollo se debe medir en términos socioculturales.
- f) **Enfoque Sostenible.** El turismo abarca y está influenciado por aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos. Su planificación tiene un componente holístico y es entendida como un proceso en desarrollo, orientada a la protección del patrimonio cultural y natural de los destinos, así como la equidad económica.
- g) **Enfoque Estratégico.** El turismo funciona bajo influencia constante de condiciones externas y su planificación es capaz de adaptarse ante contextos cambiantes e inciertos (Socatelli, ucipfg.com/, 2013, págs. 4, 5)

SISTEMA TURÍSTICO

El enfoque sistémico ha sido utilizado de manera recurrente para describir la actividad turística porque estudia su complicación y supera visiones reduccionistas que dan un concepto del turismo desde una perspectiva única, ya sea económica o social. Considerar el conjunto de elementos que componen el turismo como un todo interrelacionado y con su informe espacial en destinos determinados, describe los aspectos principales de la oferta y demanda turística, y

lo que puede resultar más relevante, la relación de estos subsistemas con el contexto (Varisco, 2013)

El esquema muestra cinco subsistemas: la oferta turística, la demanda, la infraestructura, la superestructura y la comunidad receptora. Este conjunto interrelacionado de elementos, puede analizarse a partir de cinco dimensiones: económica, social, cultural, ambiental y política. No existe una correlación directa entre las dimensiones, que permiten analizar con mayor profundidad la relación del sistema con su entorno, y los subsistemas. (Varisco, 2013, págs. 64, 65, 66)



Fuente: (Varisco, 2013, págs. 64, 65, 66)

OFERTA TURÍSTICA

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (Socatelli, ucipfg.com/, 2013, pág. 1)

La oferta se desarrolla especialmente en el sector privado con el soporte del sector público, concretamente en la caracterización de los recursos, el progreso de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados, la normatividad y el aprendizaje

Características de la oferta

- ❖ La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- ❖ Los recursos turísticos con atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- ❖ Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente (Benítez, 2018, págs. 43,44)

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera (Ramírez, 2014, pág. 12)

La infraestructura está conformada por elementos conectados que son:

- **Servicios básicos:** suministro de agua, electricidad, telecomunicaciones, recolección de desechos, salud e higiene, seguridad y protección.
- **Sistema vial:** autopistas, carreteras, caminos y senderos.
- **Transporte:** aeropuertos, puertos marítimos, embarcaciones fluviales, redes ferroviarias, autobuses, taxis.
- **Alojamiento:** hoteles, posadas, apartamentos, campamentos.
- **Gastronomía:** restaurantes, establecimientos de comida rápida, tabernas, cafés.
- **Servicios para actividades culturales:** arte y entretenimiento, museos, reservas naturales, parques zoológicos.
- **Servicios para actividades deportivas y recreativas:** alquiler de artículos deportivos y recreativos, salas de juego y apuestas, parques de atracciones, campos de golf, canchas deportivas, buceo, esquí.
- **Otros servicios:** información al turista, alquiler de equipos y vehículos, servicios bancarios.
- Red de tiendas y comercios en general.
- Servicios de seguridad/protección al turista (Martín, 2019)

DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado (Villasante, 2016)

Clasificación la demanda turística

La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada.

La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.). En este grupo no debemos olvidar al sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro, no sólo en los países en desarrollo, sino también en los industrializados (Villasante, 2016)

ESPACIO GEOGRÁFICO

El espacio geográfico es el espacio accesible a la sociedad, es cualquier punto de la superficie terrestre que se vea afectado o que afecte de alguna manera a la humanidad. Visto así, el espacio no abarca solamente las áreas habitadas del planeta; los mares y zonas polares son también un espacio geográfico que se ve afectado por la actividad humana sobre el planeta. (BANREPCULTURAL)

El objeto de la geografía es interpretar las relaciones sociedad-naturaleza desde la historia y transformaciones que han ocasionado al espacio. Uno de los principios de la geografía es que el espacio guarda las huellas del paso de las sociedades, un espacio determinado nos habla de antiguas culturas y civilizaciones, también de la dinámica de la naturaleza. (BANREPCULTURAL)

Es el producto de las transformaciones que hacen los seres humanos a lo largo del tiempo. El motivo, satisfacer las necesidades de alimentación, vestido, vivienda, trabajo y hasta diversión. En el espacio geográfico los seres se hacen la vida y se utilizan todos aquellos recursos que le provee el planeta para subsistir. En pocas palabras, cualquier lugar que habite, transforme o modifique el ser humano y obtenga algún beneficio económico, será parte del estudio de la Geografía. (ECURED, n.d.)

OPERADOR DE MERCADO

El operador del mercado se encarga de compaginar la oferta y la demanda de forma que, en cada momento, se elija la opción de suministro más barata, determinándose así el precio de la energía contratada; el operador del sistema asume la operación real, atendiendo en la medida de lo posible a los resultados obtenidos, ya que la transacción ha de resultar factible y segura, para lo que tiene que coordinar las acciones de todos los agentes del sistema, generadores, transportistas, distribuidores, comercializadores y consumidores cualificados. (JURIDICAS, n.d.)

El operador del mercado asume, en consecuencia, la gestión del sistema de oferta de compra y venta de energía en el mercado diario de dicha energía (artículo 29). (JURIDICAS, n.d.)

Dentro del departamento de Gestión de Energía, el Operador de Mercado es el responsable final de las operaciones realizadas frente a los operadores del sistema eléctrico y gasista: Operador del Mercado Ibérico de Electricidad, Operador del Sistema Eléctrico y Gestor Técnico del Sistema Gasista. (ENGIE, n.d.)

Características del producto turístico:

- ✓ **Estacionalidad:** Tiempo en el que se concentra la demanda.
- ✓ **Costes Fijos:** Estos no varían con los cambios en volumen en ventas o el nivel de producción
- ✓ **Interdependencia:** Permite a la personas disfrutar de una mayor cantidad y variedad de bienes y servicios.

Componentes del producto turístico.

Los componentes de un producto turísticos son partes tangibles, como es el caso de los atractivos, los servicios y las actividades que se realizan y en parte intangibles como, la imagen y el precio. Estos dos últimos están relacionados con el área de enfoque de mercado y fueron tratados en ella (Medina, 2010, pág. 140)

A continuación, los componentes del producto.

TANGIBLES: Es la materia prima, lo elementos materiales que cumplen la función básica del producto turístico ofertado como:

- **Atractivo turístico**
- **Actividades**

INTANGIBLES: Estos productos se perciben mediante los sentidos, crean expectativas y hacen imaginar al cliente sobre, como es el producto, que uso le darán y que resultados obtendrán, principalmente la atención, y la comodidad del lugar en el que se esté desarrollando, por ejemplo:

- **Servicios**
- **Imagen**
- **Precio**

RECURSOS TURÍSTICOS

Son elementos básicos con potencial turísticos que aún no están preparados para atender visitantes, pero se presentan como un activo turístico para la espera de desarrollarse como atractivo. Estos son el elemento principal que motiva el desplazamiento de los turistas, especialmente por descanso, disfrute y ocio.

Clasificación de los recursos turísticos

(Silberman, 2020) “Geógrafa mexicana, en un trabajo titulado: “Clasificación de los Recursos Turísticos”, dividió, precisamente los recursos turísticos en dos grandes grupos: recursos naturales y recursos culturales (forma más aceptada de clasificación)”

❖ Recursos Naturales

Son creados por la naturaleza, pero pueden ser modificados por la mano del hombre, estos se subdividen en:

Geomorfológicos: Creados durante la evolución del planeta, y se encuentran ubicados en, playas, islas, lagunas, grutas, manantiales, cráteres, montañas, duna, etc.

Biogeográficos: Flora y fauna que rodea a la tierra, como selvas, bosques, campo de flores, especies raras, zonas de casa o pesca.

Mixtos: Este hace referencia a la combinación de los dos conceptos anteriores.

❖ Recursos Culturales

En este tipo de recurso la mano del hombre es la principal intervención, siendo dividido en atractivos históricos, contemporáneos no comerciales y contemporáneo comerciales.

Atractivos históricos: Son aquella cultura y tradiciones que se transmiten de generación en generación, que se conservan para su subsistencia, estos pueden ser, arquitectura no moderna, construcciones, fiestas, folklore, etc.

Atractivos contemporáneos no comerciales: Son hechos con un fin cultural más no de atracción como, obras artísticas, pinturas, museos, zoológicos, etc.

Atractivos contemporáneos comerciales: Son creados con el fin de atraer visitantes y ofrecer distracción como parque de diversiones, teatros, cine, mercados, etc.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método analítico:

“Según (Matiz) define al método analítico como la manera de proceder mediante la descomposición buscar, acceder al conocimiento de un objeto o asunto cualquiera”

Este método permite realizar un análisis de la situación turística de la Ciudad Ventanas, saber el estado de los atractivos con los que cuenta, las ventajas y desventajas que han surgido por causas de la pandemia mundial Covid-19.

Método de observación:

La observación es la técnica de investigación básica sobre la que se sustentan todas las demás, ya que establece una relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad (salgadoanoni.cl/, 2010)

A través de esta técnica se realizó un análisis general de lo que sucede en la ciudad Ventanas enfocada al entorno turístico, la situación en la que se encuentra y sus aspectos positivos y negativos, también se observó que no cuenta con una infraestructura correcta para recibir a personas con capacidades especiales como rampas

TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

Encuesta:

Esta encuesta se utilizará con el fin de diagnosticar cual es la situación actual turística de la ciudad de Ventanas, es por esta que en esta se incorpora la variable que se identificó para sustento de la misma.

Entrevista:

Gracias a la municipalidad de Ventanas se obtuvo información y el catastro turístico de la ciudad donde se sacó la información sobre el número de restaurantes y de hospedaje que hay dentro de la ciudad

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Cuestionarios

En este instrumento de investigación incluimos la variable dependiente, donde se realizó un diseño que permitió obtener información relevante. En este se planteó una cantidad de 10 preguntas, con el fin de obtener respuestas imparciales para el análisis de este.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Este trabajo investigativo se aplicó a los habitantes de la Ciudad Ventanas, fue direccionada a personas desde los 15 a 50 años, siendo estas personas con conocimiento del lugar y es así como se adquirió la muestra para el estudio de caso.

A través del INEC se obtuvo el dato de la población de la ciudad de Ventanas de 49.651, misma que fue realizada por conveniencia debido a la pandemia mundial Covid-19, y finalmente la encuesta se direccionó a un total de 150 habitantes, misma que se llegó a utilizar por conveniencia debido a la pandemia del Covid-19, por el cual no se realizó a través de la fórmula.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación documental:

“Según (Maradiaga) la investigación científica tiene la particularidad de utilizar una fuente primaria de insumos, más no la única y exclusiva, el documento escritos en sus diferentes formas: Documentos impresos, electrónicos y audiovisuales” (repositorio.unan.edu.ni, pág. 22)

En este caso de estudio se aplicó la investigación documental sobre el turismo y su situación actual en la Ciudad Ventanas, específicamente de los atractivos con los que cuenta la misma, se obtuvo información fidedigna de libros, artículos científicos, sitios web, documentos web, para el incremento y desarrollo del estudio además de obtener una información más detallada.

RESULTADOS OBTENIDOS

SITUACIONES DETECTADAS

En la problemática planteada sobre el diagnóstico situacional turístico de la ciudad de Ventanas, se determinó que la ciudad antes mencionada no cuenta con instalaciones, una oferta turística de calidad, atractivos turísticos preparados para recibir visitantes y actividades relacionadas al turismo. Esto hace que la ciudad de Ventanas no sea considerada como un destino turístico importante en la región.

La ciudad de Ventanas en la actualidad cuenta con 20 establecimientos de restaurantes y nueve de hospedajes que varían entre las dos y cinco estrellas, estas se presentan en la tabla del anexo 6.

No existe un documento ni información que comparta el número de llegada de turistas a la ciudad Ventanas, por ende se desconoce el número de la demanda actual.

Los sitios reconocidos con los que cuenta la ciudad de Ventanas, parque de entretenimiento la rotonda y la playa de agua dulce ubicada en el centro de la ciudad Parque lineal 13 de abril, Monumento del maíz, Iglesia Sagrado corazón de Jesús, de los demás se desconoce su atractivo.

En la actualidad la cobertura de servicios básicos que tiene la ciudad de Ventanas ha mejorado, descripción que se puede observar en el anexo 7. **Fuente:** (<http://app.sni.gob.ec/>, 2014, pág. 256)

Además, se observó que los lugares turísticos que en ella existen, no están acondicionados para brindar atención a personas con capacidades especiales porque no cuentan con una buena infraestructura ya sean estos, restaurantes, hostales, piscinas, ríos y demás establecimiento que atraen a turistas.

Por otra parte, la ciudadanía no tiene conocimiento sobre proyectos futuros planteados por el GAD municipal para el crecimiento turístico, por lo tanto, su visión de creer en un potencial turístico es muy baja.

También se identificó que la ciudadanía no tiene conocimiento, y no han verificado que los sitios de hospedajes, restaurante y centros de atracción, cuentan con sistemas de bioseguridad que eviten la propagación del Covid-19, además que no se ha hablado del tema públicamente.

La encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad Ventanas el 08 de agosto del 2020, permitió obtener información relevante e importante para la investigación.

- De acuerdo a la primera pregunta establecida el 43,3% mostró que, si conocen el estado actual turístico de la ciudad de Ventanas, siendo significativo e importante.
- Además, en la pregunta dos el 41,3% da respuesta a un tres de calificación al potencial turístico de Ventanas, 28% puntúa un cuatro, 17,3% puntúa dos, 10% puntúa cinco y finalmente el 3,3% puntúa uno.

- En la tercera pregunta el 95,3% manifiesta que Ventanas si necesita más lugares turísticos, el 4% tal vez y el 0,7% dice que no.
- Con relación a la cuarta pregunta el 72,7% desea que se implemente el turismo de aventura en la ciudad, el 16,7% turismo cultural, el 10% agroturismo y finalmente el 0,7% el turismo gastronómico.
- El 95,3% de la pregunta cinco responde si al decir que la alimentación y alojamiento son parte esencial para elegir un destino turístico, mientras que el 4,7% responde un tal vez.
- En respuesta a la pregunta seis un 44% dice que Ventanas no cuenta con instalaciones para personas con discapacidad, el 36,7% responde al tal vez y el 19,3% dice que sí.
- También se obtuvo un 91,3% de la pregunta siete que considera que las señaléticas son importantes en el sector turístico, un 8% responde a poco importante y el 0,7% considera no importante.
- En la pregunta ocho el 73,3% considera que el acceso a Ventanas para recibir turistas está en buen estado, el 20,7% responde a un pésimo estado y el 6% a un excelente estado.
- De acuerdo a la pregunta nueve que dice si la municipalidad tiene proyectos turísticos dentro de Ventanas el 52% respondió a un tal vez, el 24,7% responde no y un 23,3% responde a un sí.
- Finalmente, en la pregunta diez relacionada al covid-19 y los protocolos bioseguridad se aplicarán cuando se reanuden el 46,7% responde a un sí, el 40% a un tal vez y un 13,3% responde a un no.

SOLUCIONES PLANTEADAS

De acuerdo a la problemática que se presenta en el trabajo investigativo, se plantea las siguientes soluciones:

- Reactivar a la ciudad de Ventanas turísticamente, ya sea el GAD municipal, profesionales de turismo y de más emprendedores creando atractivos, eventos llamativos, mejorando estructuras de restaurantes para que cautiven a los clientes, y esta ciudad sean un gran icono turístico y mejore la calidad de vida de sus habitantes tanto social como económicamente.
- Capacitar a las personas dueñas de restaurantes, hoteles y atractivos turísticos, sobre como acondicionar, sus establecimientos para personas con capacidades especiales.
- Informar a las personas sobre los proyectos que se quieren realizar en la ciudad por medio del GAD municipal mediante, redes sociales, reuniones o eventos para exponerlos.

CONCLUSIONES

- El conocimiento de los habitantes de la ciudad Ventanas es deficiente, ya que no saben de la existencia de lugares, proyectos, y demás factores que ayudan al crecimiento turístico de la localidad, es necesario saber aprovechar cada uno de los recursos que esta ciudad brinda e informar y hacer conocer a su localidad turísticamente y este no pierda su desarrollo turístico.
- Gracias a este diagnóstico, se logró identificar los factores positivos y negativos que en la actualidad acontecen en Ventanas, y por ende el desconocimiento de los habitantes, por la no información hacia lo mismo, lo que genera un déficit de conocimiento turístico del lugar elevado.
- El análisis de este estado situacional demuestra el cumplimiento del objetivo que planteo a inicios de este estudio, aclarando dudas del porque las personas no saben y porque no se han implementado nuevas atracciones en el sector turístico de la ciudad de Ventanas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las entidades públicas como el GAD municipal, realizar proyectos turísticos y los mismos que sean informados a la ciudadanía, mediante redes sociales, noticias, radio, periódicos y más, para que la ciudadanía tenga conocimiento sobre los nuevos acontecimientos en el sector turístico de su localidad.
- Se recomienda a los ciudadanos de Ventanas, innovar el mercado turístico, emprendiendo negocios enfocados a este, para generar ingresos económicos rentables para sus familias.
- Es necesario también, que, a través de este diagnóstico situacional, las entidades públicas y privadas, elaboren un plan para la promoción turística de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- BANREPCULTURAL*. (s.f.). Obtenido de <https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Portada>
- Benítez, Á. S. (2018). *repositorio.uta.edu.ec/*. Obtenido de [repositorio.uta.edu.ec/](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27867/1/1804396255%20RICACHI%20BENITES%20ALVARO%20SEBASTIAN.pdf): <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27867/1/1804396255%20RICACHI%20BENITES%20ALVARO%20SEBASTIAN.pdf>
- ECURED*. (s.f.). Obtenido de https://www.ecured.cu/Espacio_geogr%C3%A1fico
- ENGIE, J. (s.f.). Obtenido de <https://jobs.engie.com/jobs/operador-de-mercado-86165>
- JURIDICAS, G. (s.f.). Obtenido de https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEA MtMSbF1jTAAAUNjExNDtbLUouLM_DxblwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAMJG7XzUAAAA=WKE
- Maradiaga, J. R. (2015). *repositorio.unan.edu.ni*. Obtenido de [repositorio.unan.edu.ni](https://repositorio.unan.edu.ni/12168/1/100795.pdf): <https://repositorio.unan.edu.ni/12168/1/100795.pdf>
- Martín, A. R. (2019). *lifeder.com*. Obtenido de [lifeder.com](https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/): <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>
- Matiz, L. (s.f.). *tesisplus.com/*. Obtenido de [tesisplus.com/](https://tesisplus.com/metodo-analitico/metodo-analitico-segun-autores/): <https://tesisplus.com/metodo-analitico/metodo-analitico-segun-autores/>
- Medina, S. P. (01 de Noviembre de 2010). *issuu.com/*. Obtenido de [issuu.com/](https://issuu.com/smith_huamanga/docs/productos_sostenibles): https://issuu.com/smith_huamanga/docs/productos_sostenibles
- Quijano, C. R. (2009). *mastor.cl/*. Obtenido de [mastor.cl/](http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Ricarte.-Manual-diagnostico-turistico-local.-Guia-planificadores.-2000.-50-pgs.pdf): <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Ricarte.-Manual-diagnostico-turistico-local.-Guia-planificadores.-2000.-50-pgs.pdf>
- Ramírez, R. C. (Septiembre de 2014). *eumed.net*. Obtenido de [eumed.net](https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm): <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>
- salgadoanoni.cl/*. (2010). Obtenido de [salgadoanoni.cl/](http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/la-observacion.pdf): <http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/la-observacion.pdf>
- Sigcho, K. S. (2013). *dspace.unl.edu.ec/*. Obtenido de [dspace.unl.edu.ec/](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1047/1/tesis%20karla%20vasquez(biblioteca)%20rectificada.pdf): [https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1047/1/tesis%20karla%20vasquez\(biblioteca\)%20rectificada.pdf](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1047/1/tesis%20karla%20vasquez(biblioteca)%20rectificada.pdf)
- Silberman, A. G. (2020). *Entornoturístico*. Obtenido de [Entornoturístico](https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/): <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Socatelli, M. (Noviembre de 2013). *ucipfg.com/*. Obtenido de [ucipfg.com/](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf): <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- Socatelli, M. (s.f.). *ucipfg.com/*. Obtenido de [ucipfg.com/](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf): <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. En C. Varisco, *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios* (págs. 63, 68). Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Villasante, W. M. (24 de NOVIEMBRE de 2016). *asesoresenturismoperu.wordpress.com/*. Obtenido de [asesoresenturismoperu.wordpress.com/](https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/#:~:text=la%20demanda%20tur%C3%ADstica%20se%20define,los%20consumidores%20est%C3%A1n%20dispuestos%20a): <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/#:~:text=la%20demanda%20tur%C3%ADstica%20se%20define,los%20consumidores%20est%C3%A1n%20dispuestos%20a>

ANEXOS

Anexo 1. Población y muestra

Población

A través del INEC se obtuvo el dato de la población de la ciudad de Ventanas de 49.651.

Muestra

La obtención de la muestra fue realizada por conveniencia debido a la pandemia mundial Covid-19, finalmente la encuesta se direcciono a un total de 150 habitantes de la ciudad, y fue direccionada a personas desde los 15 a los 50 años de edad.

Anexo 2. Encuesta

Preguntas realizadas a los habitantes de la ciudad de Ventanas.

1. ¿Conoce usted el estado actual turístico de la ciudad de Ventanas?

Sí

No

Tal vez

2. ¿Determine del uno al cinco, siendo el cinco la mayor puntuación ¿qué potencial turístico tiene la ciudad de Ventanas?

1 2 3 4 5

3. ¿Considera que Ventanas necesita más lugares turísticos para la recreación de la ciudadanía?

Sí

No

Tal vez

4. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar dentro de la ciudad?

Agroturismo

- Turismo de aventura
- Turismo cultural
- Turismo gastronómico

5. ¿Cree usted que el alojamiento y la alimentación son partes esenciales al momento de elegir un destino turístico?

- Sí
- No
- Tal vez

6. ¿Considera que la ciudad cuenta con instalaciones para personas con discapacidad?

- Sí
- No
- Tal vez

7. Cree usted que las señaléticas son un factor importante para el sector turístico?

- Muy importante
- Poco importante
- No importante

8. ¿Considera que las vías de acceso a la ciudad de Ventanas están en buen estado para recibir a los turistas?

- Buen estado
- Excelente estado
- Pésimo estado

9. ¿Cree usted que la municipalidad de Ventanas tiene proyectos turísticos dentro de la ciudad?

- Sí
- No
- Tal vez

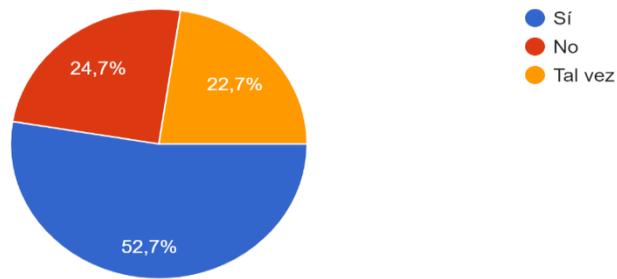
10. ¿Piensa usted que con la pandemia del covid-19 los dueños de hostales y restaurantes dentro de la ciudad están realizando todos los protocolos de bioseguridad para reanudar sus negocios y brindar un excelente servicio a los turistas?

- Sí

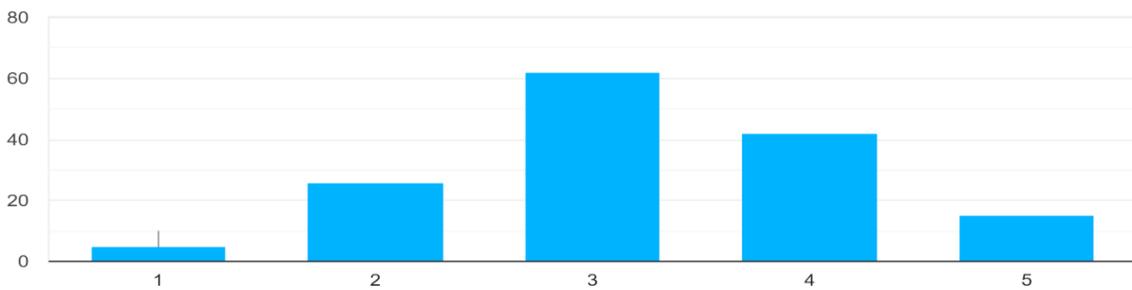
- No
- Tal vez

ANEXO 3. Resultados de Encuesta

1. ¿CONOCE USTED EL ESTADO ACTUAL TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE VENTANAS
150 respuestas

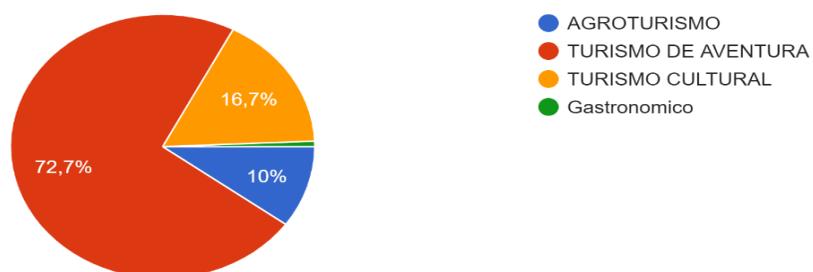


2. ¿DETERMINE DEL UNO AL CINCO, SIENDO EL CINCO LA MAYOR PUNTUACIÓN ¿QUE POTENCIAL TURÍSTICO TIENE LA CIUDAD DE VENTANAS?
150 respuestas



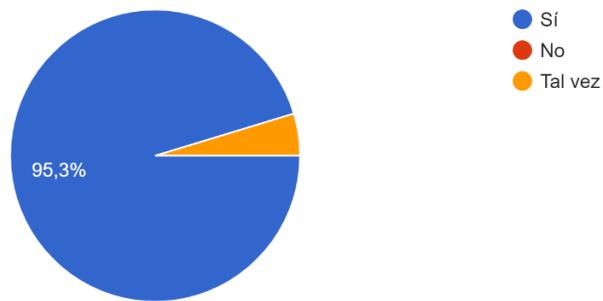
3. ¿CONSIDERA QUE VENTANAS NECESITA MÁS LUGARES TURISTICOS PARA LA RECREACIÓN DE LA COMUNIDAD?

4. ¿QUE TIPO DE TURISMO LE GUSTARÍA REALIZAR DENTRO DE LA CIUDAD?
150 respuestas



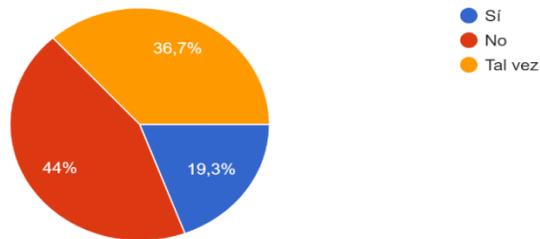
5. ¿ CREE USTED QUE EL ALOJAMIENTO Y LA ALIMENTACIÓN SON PARTES ESENCIAL AL MOMENTO DE ELEGIR UN DESTINO TURÍSTICO?

150 respuestas



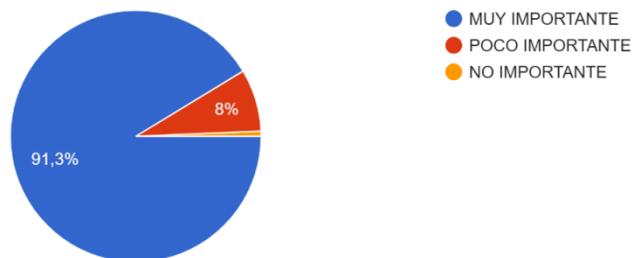
6. ¿ CONSIDERA QUE LA CIUDAD CUENTA CON INSTALACIONES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD?

150 respuestas



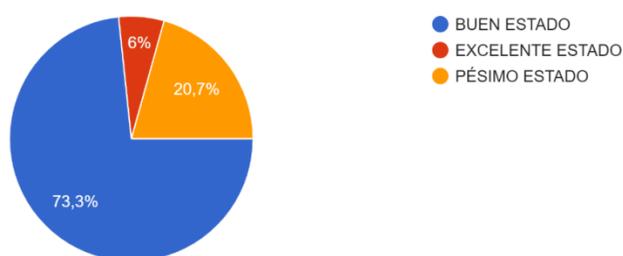
7. ¿CREE USTED QUE LAS SEÑALÉTICAS SON UN FACTOR IMPORTANTE PARA EL SECTOR TURÍSTICO?

150 respuestas



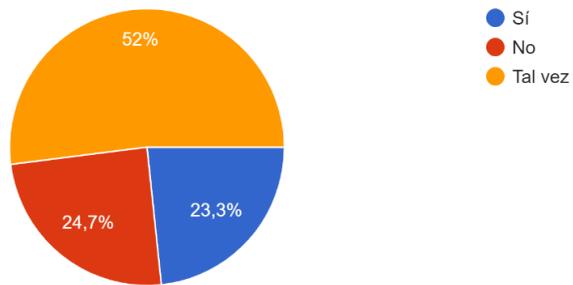
8. ¿ CONSIDERA QUE LAS VÍAS DE ACCESO A LA CIUDAD DE VENTANAS ESTAN EN BUEN ESTADO PARA RECIBIR A LOS TURISTAS?

150 respuestas



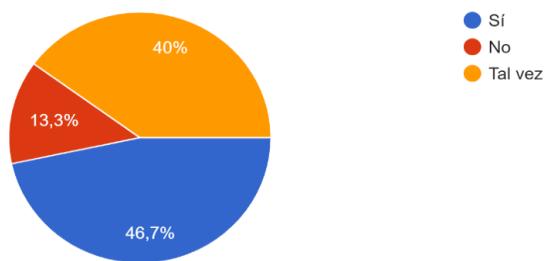
9. ¿CREE USTED QUE LA MUNICIPALIDAD DE VENTANAS TIENE PROYECTOS TURÍSTICOS DENTRO DE LA CIUDAD

150 respuestas



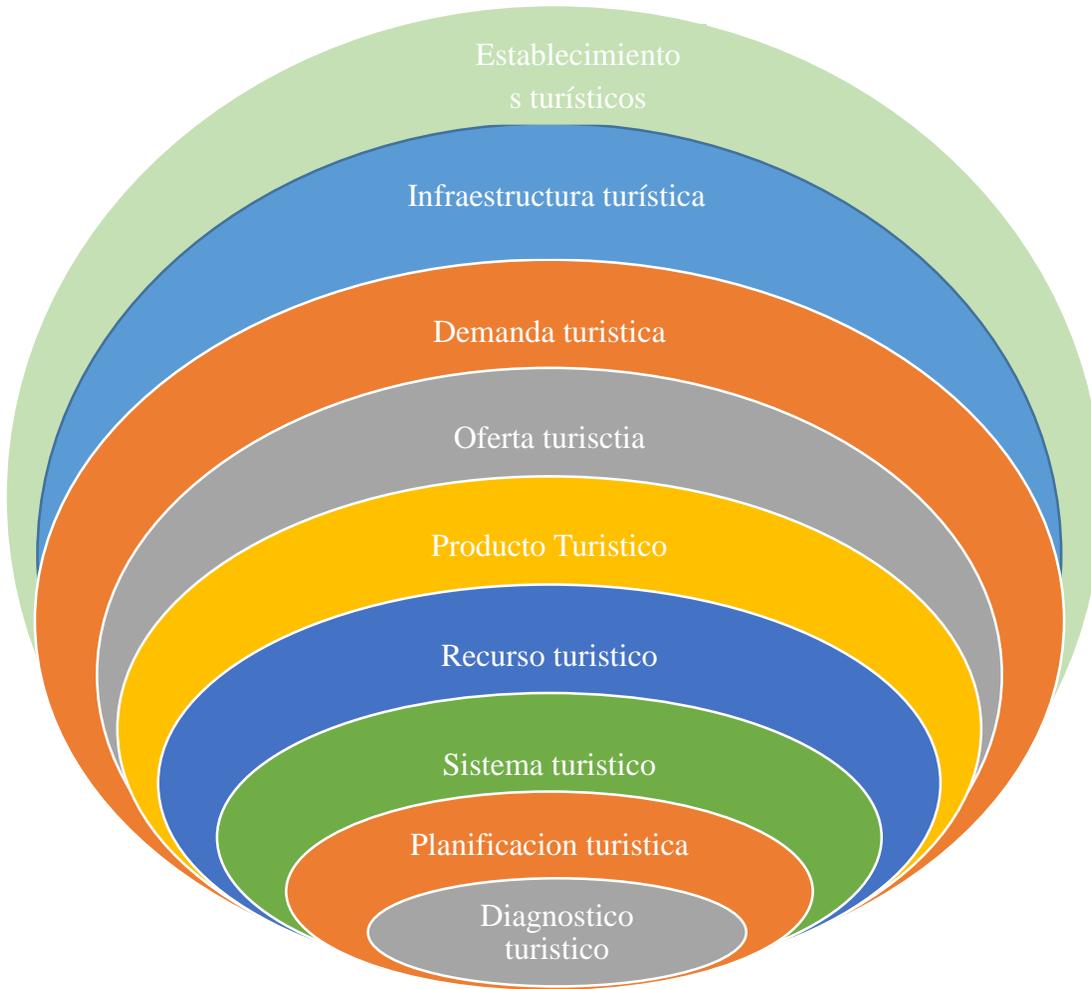
10. ¿ PIENSA USTED QUE CON LA PANDEMIA DEL COVID-19 LOS DUEÑOS DE HOSTALES Y RESTAURANTES DENTRO DE LA CIUDAD ESTÁN REALIZANDO UN EXCELENTE SERVICIO A LOS TURISTAS ?

150 respuestas



ANEXO 4

Categoría de análisis



Variable dependiente

ANEXO 5

Fotografías de la Ciudad de Ventanas



Súper rotonda



Parque lineal 13 de Abril



Iglesia Sagrado corazón de Jesús



Monumento del maíz



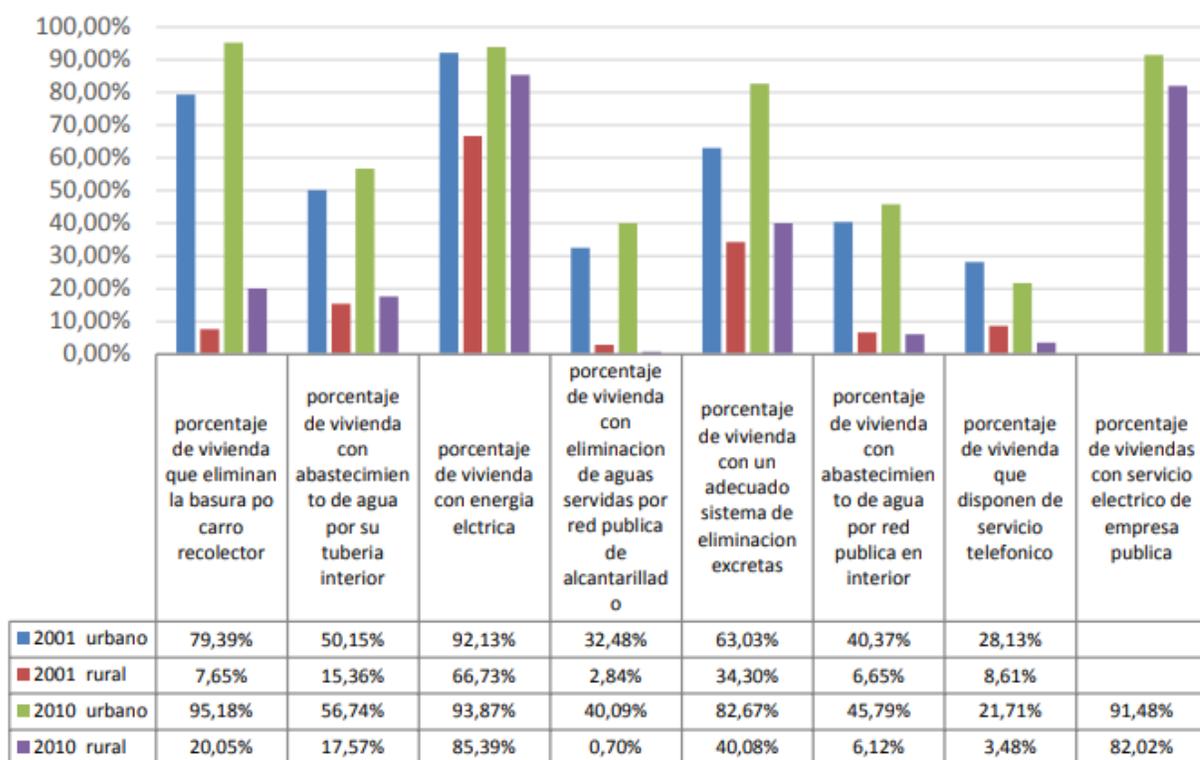
Ventanas Playero (Actividad turística)

ANEXO 6

| RESTAURANTES | ESTRELLAS | HOTELES | ESTRELLAS |
|---|------------------|-----------------------------------|------------------|
| Pizzería La Artesanal | 5 | Hotel Kalabi INN | 2,5 |
| Mediterráneo | 4,7 | Hotel Cochapamba | 3,0 |
| Cangrejal El Paisanito | 4,3 | Hotel del rio Ventanas | 4,9 |
| El cangrejal de Carol | 4,5 | Hotel Elisita | 3,4 |
| Chifa Chunghwa | 4,3 | Hotel Vera | 3,7 |
| Campamento regar | 4,1 | Cdla las Palmeras | 4,2 |
| La esquina de la frita y algo más. | 4,3 | Hotel Los Girasoles | ----- |
| Chifa Felicidad | 3,9 | Auto motel California | 3,9 |
| Delicias Stelita | 4.2 | Hotel Ricaurte | 2,0 |
| KFC Ventanas | 4,5 | | |
| Asadero “AnMar” Zona Caliente | 4,1 | | |
| Los 5 Hermanos | 4,0 | | |
| Asadero Restauran | ----- | | |
| La parrilla de Mancheno | ----- | | |
| Netos Chicken | 3,6 | | |
| Isabor | ----- | | |
| Venezzia | ----- | | |
| Parrillada el Original | 4,4 | | |
| WeFood comidas rápidas | 4,3 | | |
| A Las Pizza | 5,0 | | |

ANEXO 7

Descripción de la cobertura de servicios básicos del Cantón Ventanas.



Descripción de cobertura, de los servicios básicos de la ciudad de Ventanas.

Fuente: (<http://app.sni.gob.ec/>, 2014, pág. 256)