



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA:

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO
TURÍSTICO EN LA PARROQUIA EL ANEGADO,
CANTÓN JIPIJAPA, PROVINCIA DE MANABÍ”**

AUTOR:

ALEXANDER PAUL FIGUEROA VILLAMAR

TUTOR:

ECON. HERMES RENÉ AGUILAR AZUERO, MSc

GUAYAQUIL, AGOSTO 2017



**FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA**

UNIDAD DE TITULACIÓN

2



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“Plan estratégico para el desarrollo turístico en la parroquia El Anegado, cantón Jipijapa, provincia de Manabí”		
AUTOR:	Figuroa Villamar Alexander Paul		
REVISOR/TUTOR:	Econ. Aguilar Azuero Hermes René, MSc		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Ciencias Económicas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Economía		
GRADO OBTENIDO:	Tercer nivel		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Agosto 2017	No. DE PÁGINAS:	78
ÁREAS TEMÁTICAS:	Desarrollo local, indicadores sociales y planificación estratégica		
PALABRAS CLAVES:	Turismo, atractivos turísticos, desarrollo local, calidad de vida y plan estratégico de desarrollo		
RESUMEN:	<p>El turismo constituye una actividad económica de vital importancia en el mundo, ya que contribuye al equilibrio de la balanza de pagos y genera nuevas fuentes de empleos directos e indirectos. En Ecuador la actividad turística se encuentra en un proceso de desarrollo, impulsado por el Gobierno, a través de la implementación de políticas que buscan convertir al país en una potencia turística a nivel mundial. El presente Trabajo de Titulación tiene como objetivo general, diseñar un plan estratégico para desarrollar la actividad turística en la parroquia El Anegado, cantón Jipijapa, provincia de Manabí. La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, se basó en información de fuentes primarias y secundarias relacionadas a la actividad turista. El resultado de la investigación demuestra que el turismo es una alternativa real y válida para el desarrollo de la parroquia y para mejorar la calidad de vida de los habitantes, bajo la condición de una sólida institucionalidad, que permita mejorar la infraestructura básica y servicios básicos, así como también capacitar a la población para aprovechar eficientemente los potenciales turísticos de la parroquia.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: 0986972682	E-mail: alex--figuroa@outlook.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Natalia Geoconda Andrade Moreira, MSc		
	Teléfono: 2293083 Ext. 108		
	E-mail: www.ug.edu.ec		



**FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA**

UNIDAD DE TITULACIÓN

3

Guayaquil, 5 de septiembre de 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado **ECON. FANNY GLADYS ZAMBRANO MUÑOZ**, revisor del trabajo de titulación “**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA EL ANEGADO, CANTÓN JIPIJAPA, PROVINCIA DE MANABÍ**”, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **ALEXANDER PAUL FIGUEROA VILLAMAR**, con C.I. No. 095037011-4, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **ECONOMISTA**, en la Facultad de Ciencias Económicas, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ECON. FANNY GLADYS ZAMBRANO MUÑOZ, MSc

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I. No. 091289293-2



**FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA**

UNIDAD DE TITULACIÓN

4

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO
EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA
OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, **ALEXANDER PAUL FIGUEROA VILLAMAR** con C.I. No. **095037011-4**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA EL ANEGADO, CANTÓN JIPIJAPA, PROVINCIA DE MANABÍ”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

ALEXANDER PAUL FIGUEROA VILLAMAR

C.I. No. 095037011-4

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

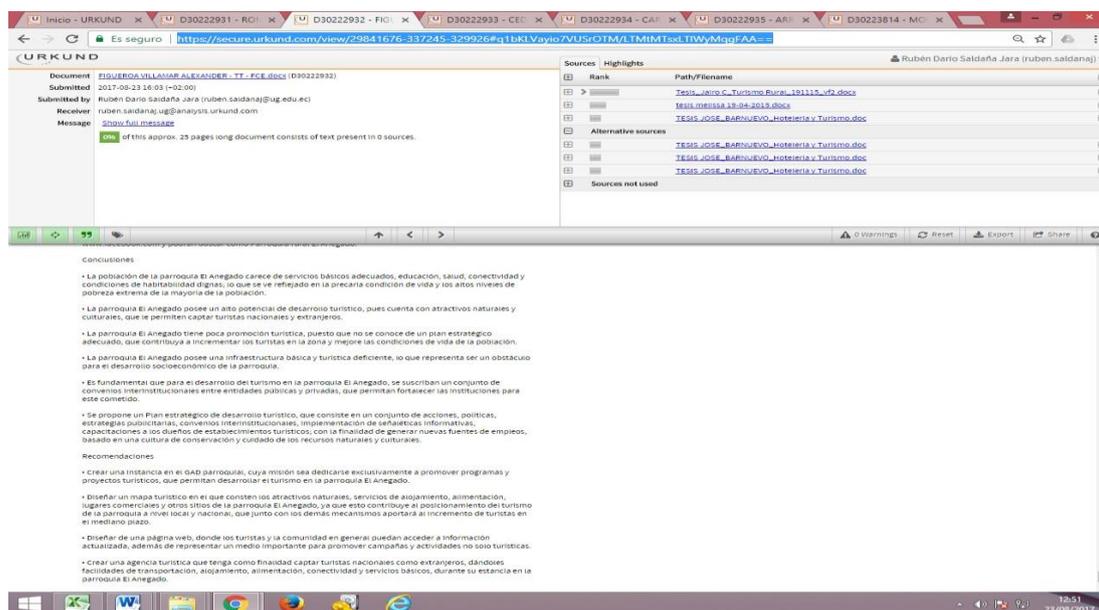
FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

5

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado tutor del trabajo de titulación “**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA EL ANEGADO, CANTON JIPIJAPA, PROVINCIA DE MANABI**”, el mismo que certifico, ha sido elaborado por el señor **ALEXANDER PAUL FIGUEROA VILLAMAR, C.C.: 095037011-4**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **ECONOMISTA**.

Se informa que el trabajo de titulación, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio URKUND quedando el 0% de coincidencia.



conclusiones

- La población de la parroquia El Anegado carece de servicios básicos adecuados, educación, salud, conectividad y condiciones de habitabilidad dignas, lo que se ve reflejado en la precaria condición de vida y los altos niveles de pobreza extrema de la mayoría de la población.
- La parroquia El Anegado posee un alto potencial de desarrollo turístico, pues cuenta con atractivos naturales y culturales, que le permiten captar turistas nacionales y extranjeros.
- La parroquia El Anegado tiene poca promoción turística, puesto que no se conoce de un plan estratégico adecuado, que contribuya a incrementar los turistas en la zona y mejore las condiciones de vida de la población.
- La parroquia El Anegado posee una infraestructura básica y turística deficiente, lo que representa ser un obstáculo para el desarrollo socioeconómico de la parroquia.
- Es fundamental que para el desarrollo del turismo en la parroquia El Anegado, se suscriban un conjunto de convenios interinstitucionales entre entidades públicas y privadas, que permitan fortalecer las instituciones para este cometido.
- Se propone un Plan estratégico de desarrollo turístico, que consiste en un conjunto de acciones, políticas, estrategias publicitarias, convenios interinstitucionales, implementación de señaléticas informativas, capacitaciones a los dueños de establecimientos turísticos, con la finalidad de generar nuevas fuentes de empleos, basado en una cultura de conservación y cuidado de los recursos naturales y culturales.

Recomendaciones

- Crear una instancia en el GAD parroquial, cuya misión sea dedicarse exclusivamente a promover programas y proyectos turísticos, que permitan desarrollar el turismo en la parroquia El Anegado.
- Diseñar un mapa turístico en el que consten los atractivos naturales, servicios de alojamiento, alimentación, lugares comerciales y otros tipos de la parroquia El Anegado, ya que esto contribuye al posicionamiento del turismo de la parroquia a nivel local y nacional, que junto con los demás mecanismos aportará al incremento de turistas en el mediano plazo.
- Diseñar de una página web, donde los turistas y la comunidad en general puedan acceder a información actualizada, además de representar un medio importante para promover campañas y actividades no solo turísticas.
- Crear una agencia turística que tenga como finalidad captar turistas nacionales como extranjeros, dándoles facilidades de transporte, alojamiento, conectividad y servicios básicos, durante su estancia en la parroquia El Anegado.

<https://secure.orkund.com/view/29841676-337245-329926#q1bKLvayio7VUSrOTM/LTMTxLTIWYMqgFAA>

ECON. HERMES RENÉ AGUILAR AZUERO, MSc

C.I. No. 070128446-5



**FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA**

UNIDAD DE TITULACIÓN

6

Guayaquil, 25 de agosto de 2017

SR.

**ECON. RUBÉN DARÍO SALDAÑA JARA, MSC
GESTOR DE TITULACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA EL ANEGADO, CANTÓN JIPIJAPA, PROVINCIA DE MANABÍ”** del estudiante **ALEXANDER PAUL FIGUEROA VILLAMAR**, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

ECON. HERMES RENÉ AGUILAR AZUERO, MSc

C.I. No. 070128446-5

Dedicatoria

El presente Trabajo de Titulación está dedicado a todas las personas que de una u otra manera aportaron para la consecución de este gran logro.

A mi familia, en especial a mi querida madre Dolores por estar siempre conmigo y ser un pilar importante en el desarrollo personal; por su fe puesta en mí, sus consejos y por todos los valores inculcados para perseverar y alcanzar esta meta.

A una gran amiga, que durante este largo proceso supo brindarme su cariño y apoyo incondicional.

Alexander Figueroa Villamar

Agradecimiento

A Dios, por la salud, la fortaleza y las fuerzas para culminar este objetivo.

A mis padres, hermanos y demás familiares, por su amor y apoyo incondicional en este largo camino.

A la Facultad de Ciencias Económicas y sus docentes, por la formación académica recibida.

A mi tutor Econ. René Aguilar, por su interés, constante apoyo, orientación y tiempo prestado durante la elaboración de la presente investigación.

Finalmente, a mis amigos y compañeros de universidad, por la oportunidad de compartir gratos momentos en este largo camino de aprendizaje.

Índice general

Resumen	15
Abstract	16
Introducción	17
Capítulo I Planteamiento del problema	19
1.1. Delimitación del problema	19
1.2. Formulación del problema	20
1.3. Justificación.....	20
1.4. Objetivos	21
Capítulo II Marco teórico	22
2.1. Teorías generales.....	22
2.2. Teorías sustantivas	26
2.3. Referentes empíricos	29
Capítulo III Marco metodológico	32
3.1. Metodología	32
3.2. Métodos.....	32
3.3. Premisa o hipótesis.....	33
3.4. Universo y muestra.....	33
3.5. CDIU – Operacionalización de variables.....	33
3.6. Criterios éticos de la investigación.....	34
Capítulo IV Resultados	35
4.1. Antecedentes de la unidad de análisis o población	35
4.1.1. Turismo receptor de Ecuador	36
4.1.1.1. Jefaturas de migración.....	37
4.1.1.2. Medio de transporte	38
4.1.2. Turismo emisor de Ecuador	38
4.1.2.1. Jefaturas de migración.....	39
4.1.2.2. Medio de transporte	40
4.1.3. Balanza turística de Ecuador	40
4.2. Diagnóstico o estudio de campo.....	41
4.2.1. Componente demográfico	43

4.2.1.1.	<i>Población por sexo</i>	43
4.2.1.2.	<i>Población por edad</i>	43
4.2.1.3.	<i>Población por étnias</i>	44
4.2.2.	Componente económico	45
4.2.2.1.	<i>Población económicamente activa y población económicamente inactiva</i>	45
4.2.2.2.	<i>Población ocupada por rama de actividad</i>	45
4.2.2.3.	<i>Superficie cultivada y uso de suelo</i>	46
4.2.3.	Componente social	47
4.2.3.1.	<i>Tipo de vivienda</i>	47
4.2.3.1.1.	<i>Viviendas por tipo de material</i>	47
4.2.3.2.	<i>Servicios básicos</i>	47
4.2.3.2.1.	<i>Viviendas por tipo de servicios básicos</i>	47
4.2.3.3.	<i>Métodos para cocinar los alimentos</i>	48
4.2.3.4.	<i>Acceso a comunicación</i>	49
4.2.3.5.	<i>Educación</i>	49
4.2.3.5.1.	<i>Alfabetismo y analfabetismo</i>	49
4.2.3.5.2.	<i>Nivel de instrucción</i>	50
4.2.3.6.	<i>Salud</i>	51
4.2.3.6.1.	<i>Tipo de discapacidad</i>	51
4.2.3.6.2.	<i>Seguridad social</i>	51
4.2.3.7.	<i>Pobreza por necesidades básicas insatisfechas</i>	52
4.2.4.	Componente cultural	53
4.2.5.	Inventario turístico de la parroquia El Anegado.....	54
4.2.5.1.	<i>Mirador El Descanso</i>	54
4.2.5.2.	<i>Mirador La Torre</i>	54
4.2.5.3.	<i>Cascada Flor del Salto</i>	54
4.2.5.4.	<i>Cascada Bajo Grande</i>	54
4.2.5.5.	<i>Cascada de Sucre</i>	54
4.2.5.6.	<i>Cascada de San Antonio</i>	54
4.2.5.7.	<i>Cascada El Descanso</i>	55
4.2.5.8.	<i>Río de Sucre</i>	55
4.2.5.9.	<i>Iglesia Santísima Virgen de Monserrate</i>	55
4.2.5.10.	<i>Coliseo</i>	55

4.2.5.11.	<i>Parque central</i>	55
4.2.5.12.	<i>Quinta Recreacional Gabriel</i>	55
4.2.5.13.	<i>Fiestas Parroquiales</i>	56
4.2.5.14.	<i>Fiestas Patronales</i>	56
4.2.5.15.	<i>Gallera</i>	56
Capítulo V Propuesta		57
5.1.	Antecedentes.....	57
5.2.	Plan Nacional del Buen Vivir período 2013 - 2017.....	57
5.2.1.	Objetivos alineados al turismo.....	58
5.3.	Ministerio de Turismo.....	58
5.3.1.	Misión.....	58
5.3.2.	Visión.....	59
5.3.3.	Objetivos.....	59
5.4.	Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia El Anegado.....	59
5.4.1.	Misión.....	59
5.4.2.	Visión.....	59
5.4.3.	Objetivos estratégicos.....	60
5.5.	Plan estratégico de desarrollo turístico de la parroquia El Anegado del cantón Jipijapa, provincia de Manabí.....	61
5.5.1.	Misión.....	61
5.5.2.	Visión.....	61
5.5.3.	Objetivos estratégicos.....	61
5.5.4.	Análisis del Macroentorno.....	62
5.5.4.1.	<i>Factores políticos</i>	62
5.5.4.2.	<i>Factores económicos</i>	62
5.5.4.3.	<i>Factores tecnológicos</i>	62
5.5.4.4.	<i>Factores socioculturales</i>	62
5.5.5.	<i>Coordinación interinstitucional</i>	62
5.5.5.1.	<i>Estrategias de coordinación interinstitucional.</i>	63
5.5.5.2.	<i>Mecanismo de publicidad</i>	64
Conclusiones.....		66
Recomendaciones.....		67
Referencias bibliográficas.....		68

Índice de tablas

Tabla 1. Clases de turismo	23
Tabla 2. Evolución de llegadas de turistas internacionales (millones).....	24
Tabla 3. Principales destinos turísticos del mundo por llegadas, ingresos y gastos por turismo internacional, 2015	25
Tabla 4. Índice de competitividad de viajes y negocios, 2017	26
Tabla 5. Ingresos por turismo y por exportación según producto principal 2011 - 2016 (millones de dólares).....	28
Tabla 6. Principales mercados turísticos para el Ecuador	28
Tabla 7. Matriz CDIU - Operacionalización de variables	33
Tabla 8. Programas de turismo en Ecuador.....	36
Tabla 9. Llegadas de extranjeros, 2011 - 2015.....	36
Tabla 10. Salida de ecuatorianos, 2011 - 2015.....	38
Tabla 11. Recintos de la parroquia El Anegado	42
Tabla 12. Fiestas tradicionales en la parroquia El Anegado.....	53
Tabla 13. Spot publicitario televisivo.....	64
Tabla 14. Spot publicitario radial	65

Índice de figura

Figura 1. Árbol del problema	19
Figura 2. Llegadas de extranjeros según principales jefaturas de migración	37
Figura 3. Llegadas de extranjeros según medio de transporte utilizado	38
Figura 4. Salida de ecuatorianos según principales jefaturas de migración	39
Figura 5. Salidas de ecuatorianos según medio de transporte utilizado	40
Figura 6. Evolución de la balanza turística del Ecuador 2011 - 2016, expresado en millones de dólares	40
Figura 7. Parroquia El Anegado. Población por sexo, en 2010.....	43
Figura 8. Parroquia El Anegado. Población por edad, en 2010	43
Figura 9. Parroquia El Anegado. Población por étnias, en 2010.....	44
Figura 10. Parroquia El Anegado. PEA y PEI, en 2010.....	45
Figura 11. Parroquia El Anegado. Población ocupada por rama de actividad, en 2010	45
Figura 12. Parroquia El Anegado. Superficie cultivada y uso de suelo, en 2010	46
Figura 13. Parroquia El Anegado. Viviendas por tipo de material, en 2010.....	47
Figura 14. Parroquia El Anegado. Servicios básicos, en 2010.....	48
Figura 15. Parroquia El Anegado. Formas de cocinar, en 2010.....	48
Figura 16. Parroquia El Anegado. Acceso a comunicación, en 2010	49
Figura 17. Parroquia El Anegado. Condición de educación, en 2010.....	50
Figura 18. Parroquia El Anegado. Nivel de instrucción, en 2010.....	50
Figura 19. Parroquia El Anegado. Tipo de discapacidad, en 2010	51
Figura 20. Parroquia El Anegado. Aportación o afiliación al seguro, en 2010.....	52
Figura 21. Parroquia El Anegado. Pobreza por NBI (personas), en 2010	52

Índice de anexo

Anexo 1. Mapa territorial de la parroquia El Anegado	71
Anexo 2. Mirador El Descanso	71
Anexo 3. Mirador La Torre.....	71
Anexo 4. Cascada Flor del Salto.....	72
Anexo 5. Cascada Bajo Grande	72
Anexo 6. Cascada de Sucre.....	72
Anexo 7. Cascada de San Antonio.....	73
Anexo 8. Cascada El Descanso.....	73
Anexo 9. Río de Sucre	74
Anexo 10. Iglesia Santísima Virgen de Monserrate.....	74
Anexo 11. Coliseo.....	74
Anexo 12. Parque central	75
Anexo 13. Quinta Recreacional Gabriel	75
Anexo 14. Fiestas parroquiales	75
Anexo 15. Fiestas patronales	76
Anexo 16. Gallera	76
Anexo 17. Logotipo de la parroquia El Anegado	76
Anexo 18. Triptico anverso.....	77
Anexo 19. Triptico reverso	77
Anexo 20. Valla publicitaria	78
Anexo 21. Red social Facebook.....	78

**FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA**

UNIDAD DE TITULACIÓN

15

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN
LA PARROQUIA EL ANEGADO, CANTÓN JIPIJAPA, PROVINCIA
DE MANABÍ”**

Autor: Alexander Paul Figueroa Villamar

Tutor: Econ. Hermes René Aguilar Azuero, MSc.

Resumen

El turismo constituye una actividad económica de vital importancia en el mundo, ya que contribuye al equilibrio de la balanza de pagos y genera nuevas fuentes de empleos directos e indirectos. En Ecuador la actividad turística se encuentra en un proceso de desarrollo, impulsado por el Gobierno, a través de la implementación de políticas que buscan convertir al país en una potencia turística a nivel mundial. El presente Trabajo de Titulación tiene como objetivo general, diseñar un plan estratégico para desarrollar la actividad turística en la parroquia El Anegado, cantón Jipijapa, provincia de Manabí. La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, se basó en información de fuentes primarias y secundarias relacionadas a la actividad turista. El resultado de la investigación demuestra que el turismo es una alternativa real y válida para el desarrollo de la parroquia y para mejorar la calidad de vida de los habitantes, bajo la condición de una sólida institucionalidad, que permita mejorar la infraestructura básica y servicios básicos, así como también capacitar a la población para aprovechar eficientemente los potenciales turísticos de la parroquia.

Palabras claves: Turismo, atractivos turísticos, desarrollo local, calidad de vida y plan estratégico de desarrollo.



**FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA**

UNIDAD DE TITULACIÓN

16

**“STRATEGIC PLAN FOR THE TOURIST DEVELOPMENT IN THE
PARISH EL ANEGADO, CANTON JIPIJAPA, PROVINCE OF
MANABI”**

Author: Alexander Paul Figueroa Villamar

Advisor: Econ. Hermes René Aguilar Azuero, MSc.

Abstract

The tourism constitutes an economic activity of vital importance in the world, as it contributes to the balance of payments and generates new sources of direct and indirect employments. In Ecuador, tourism is in a development process, stimulated by the Government, through the implementation of policies that seek to turn to the country into a tourist power worldwide. The main objective of this work is to design a strategic plan to develop the tourism in the parish of El Anegado, Jipijapa canton, province of Manabí. The methodology used for the development of the research was based on information from primary and secondary sources related to tourist activity. The result of the research shows that tourism is a real and valid alternative for the development of the parish and to improve the quality of life of the inhabitants, under the condition of a solid institutionality, that allows to improve the basic infrastructure and basic services, as well as training population to take advantage of the tourist potentials of the parish.

Keywords: Tourism, tourist attractions, local development, standard of living and strategic development plan.

Introducción

El ser humano desde épocas remotas siempre ha querido conocer más allá de sus limitaciones, por diversos motivos como: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Esto supone el descubrimiento de nuevos lugares que, abarcan un conjunto de acciones que una persona realiza mientras viaja a un sitio diferente al de su residencia habitual, lo que implica conocer y comprender otras culturas, y formas de entender el mundo.

El turismo se encuentra dentro del sector terciario de la economía, es una actividad que genera una importante cantidad de empleos directos e indirectos, principalmente por la demanda de bienes y servicios que se deben producir y prestar, a su vez, contribuye positivamente a la economía del país por medio del ingreso de divisas.

En contraste con cualquier otra actividad económica, que puede constituirse y desarrollarse en cualquier zona, el turismo se establece en el lugar donde se localiza la oferta turística que, principalmente está en lugares exóticos, de gran potencial y sumamente llamativos, lo que incentiva a los empresarios a invertir, no solo en la actividad turística, sino que además en infraestructura básica de apoyo como vías, puertos, aeropuertos y servicios básicos en general, lo que se ve reflejado en la creación de nuevos polos de desarrollo.

El turismo constituye uno de los sectores con mayor dinamismo en la economía mundial, lo que conlleva a que este sector tenga un rol significativo para el crecimiento económico de muchos países, principalmente en vías de desarrollo. Basado en principios sociales, legales y económicos, el turismo está orientado a favorecer de manera acertada la mitigación de la pobreza, erradicación de las desigualdades y redistribución de la riqueza, fomentado en criterios de equidad tanto a turistas como residentes para conseguir un turismo inclusivo.

En Ecuador durante la última década, el gobierno nacional ha promovido campañas a nivel internacional, con la finalidad de convertir al país en una potencia turística, basado en las políticas y lineamientos de los objetivos 8 y 10 del Plan Nacional del Buen Vivir período 2013 – 2017, que además de buscar la consolidación de la actividad turística como uno de los sectores prioritarios para atraer inversión nacional y extranjera; pretende impulsar el cambio de la matriz productiva, por medio de la generación y diversificación de productos con mayor valor agregado.

La parroquia El Anegado forma parte del cantón Jipijapa, es una de las siete parroquias rurales, que por su estratégica ubicación geográfica es un lugar realmente maravilloso de

nuestro país, rico en recursos culturales y naturales; posee una zona húmeda y otra sub-húmeda lo que influye en el excelente clima, que principalmente está dado por la existencia de la cordillera Chongón – Colonche. Sin embargo, este lugar es muy poco conocido y a pesar de estar dentro de una de las provincias más grandes e importantes del país, la actividad turística no ha sido explotada de manera acertada.

El presente Trabajo de Titulación está desarrollado en cinco capítulos. En el primero se esbozan aspectos generales de la investigación, se delimita, describe y formula el problema; además se plantea la justificación y el objetivo general y los específicos. En el siguiente capítulo se desarrolla del marco teórico, en el cual se describen las teorías generales, sustantivas y los referentes empíricos. Seguido de la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación. Después se presentan los resultados obtenidos, los cuales permitirán contrastar la hipótesis planteada, mientras que en el último capítulo se diseña el Plan Estratégico de Desarrollo. Finalmente se presentan las principales conclusiones y se mencionan algunas recomendaciones para solucionar el problema de la investigación.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1. Delimitación del problema

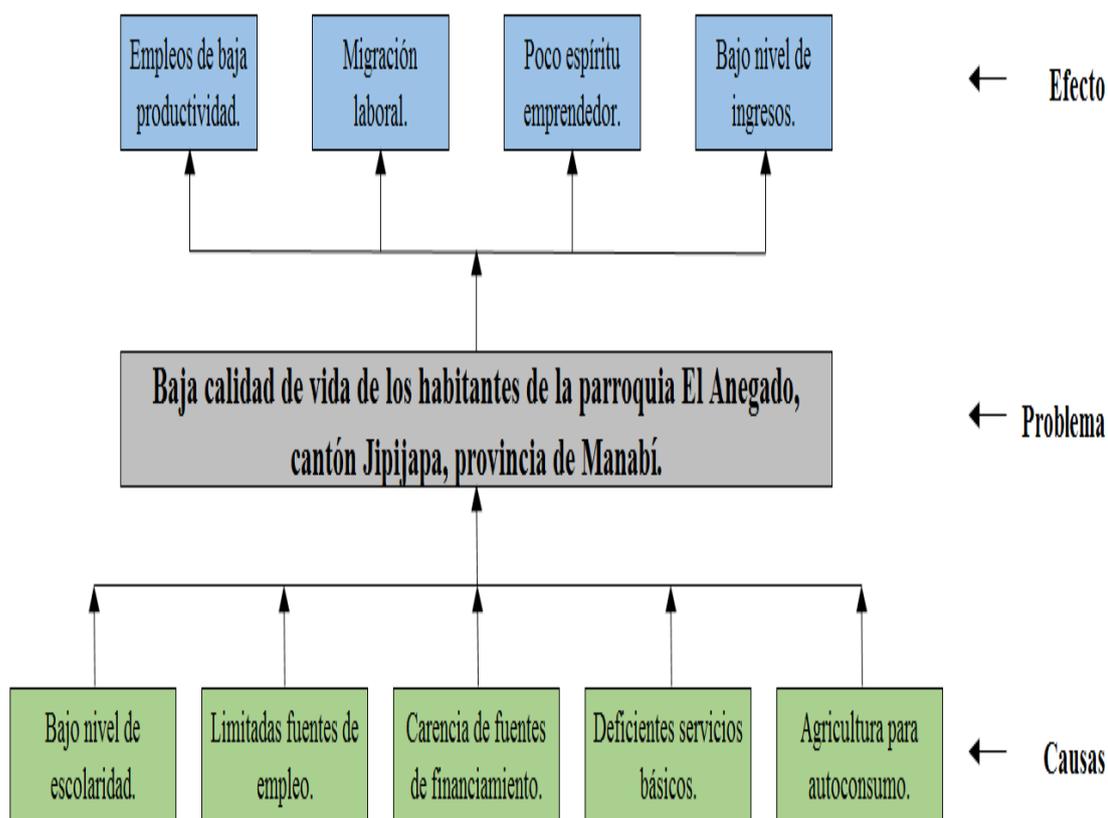


Figura 1. Árbol del problema. Adaptado de Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia El Anegado. Elaborado por el autor.

El problema del presente trabajo de titulación es la baja calidad de vida que poseen los habitantes de la parroquia El Anegado del cantón Jipijapa, Provincia de Manabí. Entre las principales causas que ocasionan este problema destacan las siguientes:

- ✓ Bajo nivel de escolaridad de la población que, limita las posibilidades de conseguir empleos adecuados.
- ✓ Limitadas posibilidades de fuentes de empleo que, frenan el progreso socioeconómico de la población.
- ✓ Poco acceso a fuentes de financiamiento que, limita a la población a poner en práctica iniciativas innovadoras como fuente de ingresos.
- ✓ Servicios básicos deficientes, como energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, etc.

- ✓ Agricultura empleada de manera deficiente, por carecer de condiciones óptimas como agua para obtener una mayor producción, al mismo tiempo es destinada para consumo interno.

Entre los principales efectos que genera este problema destacan los siguientes:

- ✓ Empleos de baja calidad, originados por el bajo nivel de escolaridad que limita a la población a optar por mejores empleos.
- ✓ Migración laboral hacia poblados o ciudades cercanas, ocasionado por las pocas fuentes de empleo.
- ✓ Poco espíritu emprendedor para generar nuevas fuentes de empleo.
- ✓ Bajo nivel de ingresos, originado por las limitadas fuentes de empleo y los bajos precios de los principales productos agrícolas.

1.2. Formulación del problema

¿Diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo en la parroquia El Anegado, cantón Jipijapa, provincia de Manabí, contribuirá a mejorar la calidad de vida de la población?

1.3. Justificación

La realización del presente trabajo de titulación para desarrollar el turismo en la parroquia El Anegado, cantón Jipijapa, provincia de Manabí, se justifica plenamente dada la pésima calidad de vida que poseen sus habitantes.

La parroquia El Anegado se encuentra ubicada en la cordillera Chongón – Colonche a una altura media entre 250 hasta 800 msnm, lo que determina el agradable clima y gran diversidad de atractivos turísticos que posee la zona, los cuales se pueden disfrutar en compañía de la familia y amigos. En la parroquia resaltan miradores que permiten observar el valle y la sabana, diversas cascadas en las que los lugareños recomiendan ponerse debajo del chorro de agua que cae desde lo más alto de la montaña para que sientan una sensación de relajamiento y liberen el estrés; ríos en los que se forman piscinas naturales y se puede disfrutar del ambiente, y el avistamiento de animales endémicos de la zona que se esconden en la espesa vegetación.

El Anegado además de ser un hermoso lugar para visitar, ofrece condiciones excelentes para realizar deportes de aventura, es un sitio ideal para practicar ciclismo de montaña, así como también realizar caminatas y cabalgatas por senderos que atraviesan la

cordillera y conducen al interior del bosque húmedo, en el que se puede apreciar la biodiversidad y belleza del paisaje.

En general los habitantes de El Anegado se caracterizan por ser personas cordiales, honestas, trabajadoras, que procuran ser amigables y muy atentos con los visitantes. Para los amantes del agroturismo dan la facilidad de visitar las fincas y convivir en sus quehaceres diarios, además de poder observar las plantaciones de café y conocer el proceso de fabricación artesanal, para luego degustar una exquisita taza de café pasado acompañado de tortillas de maíz, cocinadas en hornos tradicionales de barro.

Las bases para potencializar el turismo e incentivar la actividad económica en la parroquia El Anegado, están orientados mediante lineamientos de turismo comunitario, que buscan el involucramiento de la comunidad como actores principales del desarrollo, que a su vez, por medio de la explotación de los recursos que posee la zona se generen ingresos y se atraiga inversiones del sector público y privado.

Por lo antes expuesto, se estima que la parroquia El Anegado y sus comunidades aledañas puedan ser aprovechadas con fines turísticos de manera acertada, para contribuir a la mejora de las condiciones de vida, el buen vivir de la población y lograr una efectiva integración de los turistas con la comunidad.

1.4. Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo en la parroquia El Anegado, cantón Jipijapa, provincia de Manabí, para mejorar las condiciones de vida de la población.

Objetivos específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico socioeconómico de la parroquia El Anegado.
- ✓ Realizar un inventario detallado de los potenciales sitios turísticos que posee la parroquia El Anegado.
- ✓ Describir el marco legal de la actividad turística en el país;
- ✓ Plantear una propuesta de plan estratégico para el desarrollo del turismo en la parroquia El Anegado, como oportunidad para mejorar la localidad y las condiciones de vida de la población.

Capítulo II

Marco teórico

2.1. Teorías generales

El turismo no solo es un producto que está dentro de una sencilla industria, sino que más bien agrupa un conjunto conectado de productos y servicios, que permiten al turista vivir una grata experiencia, por medio de elementos tangibles (hoteles, restaurantes y seguridad), y elementos intangibles (ambiente y cultura). Por esta razón, el turista considera como valor aquella experiencia vivida, que se complementa por un conjunto de actores y actividades que aportan ese valor (Debbage & Daniels, 1998).

La palabra turismo, etimológicamente tiene su origen en Inglaterra y se deriva del sajón *Torn*, del cual se desprenden los vocablos *Torn-us* (vueltas o movimientos) y *Torn-are* (dar vueltas), mientras que el sufijo *ismo* está asociado a todo acto que realiza un grupo de personas. Por lo tanto, la unión de estos vocablos se define como la actividad que realizan las personas al momento de viajar siempre y que exista la intención de retornar a su domicilio habitual.

Para indagar los orígenes del turismo, es necesario reconocer que el hombre históricamente se ha desplazado hacia distintos lugares, motivado por descanso, cultura, religión, salud, deporte y más tarde en negocios o relaciones familiares. A mediados del siglo XVIII, la revolución industrial produjo la transformación del turismo en actividad económica, que junto con el auge de la máquina a vapor se crea el transporte férreo y marítimo y por medio de las prácticas de la clase social dominante, se impulsaron los primeros destinos turísticos.

La importancia económica del turismo es relativamente diferente en cada región, puesto que el grado de desarrollo no ha tenido el mismo ritmo de crecimiento. Sin embargo, el turismo desde hace décadas se ha convertido en un rubro importante en la economía de muchos países; tiene impactos económicos positivos que se relacionan con el ingreso de divisas que contribuye al equilibrio de la balanza de pago, la creación de nuevas fuentes de empleo, el aumento de los ingresos públicos, la generación de valor agregado y en general crea un efecto multiplicador que contribuye al desarrollo de otros sectores.

Los impactos socioculturales en un destino turístico serán más o menos intensos y positivos acorde al tipo de turista que visita el lugar, que a su vez son el reflejo de las relaciones sociales que mantienen los visitantes durante su estancia. En este sentido, se originan impactos indirectos relacionados con nuevas formas de comunicación, transporte e

infraestructura propia de la actividad turística, mientras que los impactos inducidos se relacionan con la revitalización de las costumbres locales y en general con la mejora de la calidad de vida de la población.

El turismo puede ser clasificado de diferentes formas, de acuerdo a la orientación o necesidad específica e inclusive identificarlo en función de más de una característica, lo que hace complejo definir o indicar todas las clases existente de turismo. A continuación, se mencionarán las que actualmente destacan y tienen mayor relevancia a nivel mundial.

Tabla 1. *Clases de turismo*

Clases de turismo	Descripción
Agroturismo	Turismo rural que tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina, contribuye a sostener la economía de las comunidades.
Aventura	Turismo que tiene como finalidad realizar actividades recreativas asociadas a retos impuestos por la naturaleza.
Científico	Turismo que permite abrir las fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.
Cultural	Turismo que corresponde a viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.
Ecoturismo	Turismo que se define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local.
Gastronómico	Turismo que tiene como motivación deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.
Histórico	Turismo que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.
Negocios	Turismo enfocado a los viajes de negocios que realizan los individuos que trabajan lejos de su residencia.
Religioso	Turismo que consiste en la visita a lugares santos, de devoción y de peregrinación.
Sol y Playa	Turismo de descanso propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala.

Esta información fue tomada de la Revista Vinculando y elaborada por el autor.

Por mucho tiempo se han planteado diversas definiciones y clases de turismo, cuya idea coincide con el desplazamiento o motivo de estancia. Para la Organización Mundial de Turismo OMT, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el desplazamiento de personas a lugares fuera de su residencia habitual por motivos personales o de negocios, en el cual se genera un gasto turístico. También plantean tres formas de turismo: el que realizan los residentes en su país (interno), el que realizan los no residentes en determinado país (receptor) y el que realizan los residentes en determinado país (emisor), al combinarse estas categorías surge el turismo interior, nacional e internacional (Organización Mundial del Turismo).

El desarrollo del turismo a nivel mundial, se debe al interés del sector público y privado por invertir e incursionar en nuevas áreas y actividades afines al turismo, este sector de la economía se ha distinguido por el crecimiento ininterrumpido a lo largo del tiempo y a pesar de las eventuales crisis ha demostrado ser un sector con fortaleza, puesto que durante las últimas seis décadas ha representado ser un impulsor del crecimiento económico, debido a una constante expansión y diversificación, transformándose en una industria que presenta oportunidades de progreso para economías emergentes o en vías de desarrollo.

La introducción del internet contribuyó significativamente al crecimiento y masificación de este sector, el cual generó un cambio dinamizador y cualitativo desde la perspectiva de beneficios para los turistas por la disponibilidad de información y minimización de costos por intermediarios, así como para la rentabilidad de las operadoras turísticas por minimización de costos, agilidad en el proceso de reserva y marketing; lo que hace necesario que los países inviertan en el mejoramiento de la conectividad e integren la tecnología para ser competitivos turísticamente y no quedar rezagados.

Con el paso de los años, el turismo internacional ha tenido un crecimiento casi ininterrumpido con repuntes en periodos de auge económico y con ritmo de crecimiento moderado en periodos de recesión. Sin embargo, los flujos turísticos se vieron afectados por las inusuales fluctuaciones de los tipos de cambios, que influyeron en los ingresos de destinos y regiones, así como también la considerable disminución del precio del petróleo y sus derivados, y el preocupante aumento de la inseguridad a nivel mundial.

El crecimiento de la industria turística se ve reflejado en la aparición de nuevos destinos turísticos; se estima que las llegadas en estos destinos emergentes (4,4% anual) crezcan al doble que en economías avanzadas (2,2% anual) entre 2010 y 2030. Por otra parte, la cuota de mercado de economías emergentes creció del 30% en 1980 hasta el 45% en 2015 y se estima que para 2030 alcance el 57%, equivalente a 1.000 millones de llegadas internacionales (Organización Mundial del Turismo, 2016, pág. 3).

Tabla 2. *Evolución de llegadas de turistas internacionales (millones)*

	1990	1995	2000	2005	2010	2014	2015
Mundo	435	527	674	809	950	1.134	1.186
Economías avanzadas	299	339	424	470	516	622	653
Economías emergentes	136	188	250	339	434	512	533

Esta información fue tomada de la Organización Mundial de Turismo y elaborada por el autor.

Las llegadas de turistas internacionales pasaron de 25 millones en 1950 a 1.186 millones en 2015, mientras que los ingresos por turismo internacional pasaron de 2.000 millones de dólares en 1950 a 1.260.000 millones de dólares en 2015.

En 2015, el 54% del total de turistas llegó a su destino en transporte aéreo, mientras que el restante 46% se trasladó por transporte de superficie, del cual 39% lo hizo por carretera, 2% en tren y 5% por vías acuáticas, lo que demuestra la creciente tendencia que tiene el transporte aéreo, que con el paso de los años se ha modernizado para acaparar una cuota importante del mercado de transporte.

El 53% del total de llegadas de turistas internacionales, lo hizo por motivos de vacaciones, esparcimiento u otras formas de ocio, cerca del 14% por motivos profesionales y de negocios, mientras que el 27% por visitas a familiares y amigos, por razones religiosas o tratamientos de salud.

Tabla 3. Principales destinos turísticos del mundo por llegadas, ingresos y gastos por turismo internacional, 2015

Llegadas (millones)			Ingresos (miles de millones \$EEUU)			Gastos (miles de millones \$EEUU)		
Rango	Países	2015	Rango	Países	2015	Rango	Países	2015
1	Francia	84,5	1	Estados Unidos	204,5	1	China	292,2
2	Estados Unidos	77,5	2	China	114,1	2	Estados Unidos	112,9
3	España	68,2	3	España	56,5	3	Alemania	77,5
4	China	56,9	4	Francia	45,9	4	Reino Unido	63,3
5	Italia	50,7	5	Reino Unido	45,5	5	Francia	38,4
6	Turquía	39,5	6	Tailandia	44,6	6	Fed. De Rusia	34,9
7	Alemania	35,0	7	Italia	39,4	7	Canadá	29,4
8	Reino Unido	34,4	8	Alemania	36,9	8	Rep. De Corea	25,0
9	México	32,1	9	Hong Kong (China)	36,2	9	Italia	24,4
10	Fed. De Rusia	31,3	10	Macao (China)	31,3	10	Australia	23,5

Esta información fue tomada de la Organización Mundial de Turismo y elaborada por el autor.

En lo que respecta a llegadas, ingresos y gasto por turismo internacional, países como Francia, Estados Unidos, España, China, Reino Unido y Alemania se mantienen en los primeros lugares de destinos internacionales, dada la fortaleza que poseen sus monedas y sus economías en general.

El turismo en 2016 aportó 7,6 billones de dólares al PIB mundial (10,2%) y generó uno de cada once empleos directos e indirectos a nivel mundial. Es el sexto año consecutivo en que el turismo internacional creció por encima de la media, en el que supera al comercio mundial de mercancías; como categoría mundial de exportación representó el 7% y ocupó el tercer puesto, delante de alimentación y automoción, y detrás de los combustibles y productos químicos.

Tabla 4. *Índice de competitividad de viajes y negocios, 2017*

Países	Rango	Puntuación
España	1	5,43
Francia	2	5,32
Alemania	3	5,28
Japón	4	5,26
Reino Unido	5	5,20
Estados Unidos	6	5,12
Australia	7	5,10
Italia	8	4,99
Canadá	9	4,97
Suiza	10	4,94

Esta información fue tomada del Foro Económico Mundial y elaborada por el autor.

El Índice de competitividad de viajes y turismo está comprendido de 4 subíndices, 14 pilares y 90 indicadores individuales, en el que agrupa un conjunto de factores que contribuyen a dinamizar el sector turístico, a través de las políticas acertadas que los gobiernos implementan con el fin de consolidarse como destinos líderes a nivel mundial y ofrecer mayores ventajas para los viajeros.

A nivel de Latinoamérica, el reporte anual del Foro Económico Mundial ubica a Ecuador en el puesto 57 por debajo de Perú (51), Argentina (50), Chile (48), Costa Rica (38), Panamá (35), Brasil (27) y México (22). Además, resalta que la mayoría de estos países deben continuar con el mejoramiento de la seguridad para los turistas, así como crear entornos propicios que incentiven a las empresas invertir en el área turística y desarrollar una adecuada infraestructura que contribuya a mejorar la conectividad.

2.2. Teorías sustantivas

Ecuador es un país multiétnico, pluricultural y megadiverso, el cual ofrece un gran potencial turístico y fortaleza competitiva, dada la alta diversidad de riqueza cultural y natural que posee, además de sus majestuosos sitios históricos. A nivel internacional Ecuador es reconocido por ser uno de los 17 países más biodiversos del mundo, cuenta con 1.640 especies de aves, 4.500 variedades de mariposas, 345 reptiles, 358 anfibios y 258 mamíferos de los cuales la gran mayoría se encuentra en 26 áreas protegidas por el Estado, recursos que en conjunto juegan un rol determinante en la sostenibilidad del turismo.

El turismo en Ecuador tuvo sus orígenes en los años 50, conjuntamente con la apertura de aerolíneas y agencias de viajes líderes en atención a turistas procedentes del exterior. Sin embargo, en las últimas décadas es que el turismo se empieza a consolidar como una actividad económica en el país, que a su vez va de la mano con las políticas implementadas

por el Ministerio de Turismo, creado mediante decreto ejecutivo N° 259 de abril de 2000, institución que es el ente rector encargado de liderar la actividad turística en el país, de conformidad con los principios de sostenibilidad y competitividad.

Las líneas articuladas a la actividad turística que existen en el país son, el turismo cultural que se relaciona con la forma de vida de las comunidades, sus festividades y gastronomía; el turismo de naturaleza o ecoturismo se origina del ecosistema, de la flora y fauna; el turismo deportivo o de aventura que se basa en la recreación al aire libre, en las cuales se experimentan actividades con cierto grado de riesgo; mientras que el turismo científico y comunitario son nuevas modalidades que tienen un crecimiento importante. Estas líneas articulan un mayor volumen de la oferta turística que posee el país, la misma que hoy en día es heterogénea, puesto que junto a un grupo pequeño de lugares sumamente llamativos también surgen lugares de bajo potencial, que presentan los recursos necesarios para incentivar la actividad turística como alternativa de estos lugares atractivos.

Ecuador dentro de sus cuatro regiones, dispone de una gran cantidad de destinos turísticos, atravesado de norte a sur por la imponente cordillera de los Andes, al este por la diversidad de la Amazonia, al oeste por las maravillosas playas de la costa y a 1000 km de la costa las islas Galápagos, esta diversidad de clima, cultura, paisajes, playas, cascadas, nevados, páramos, selva y gastronomía han permitido al turista vivir experiencias únicas e inolvidables.

Dentro de los lugares turísticos más llamativos a nivel nacional, Quito es el destino más popular, puesto que aún resalta la historia precolombina y es uno de los sitios históricos de mejor conservación en Latinoamérica; Cuenca resalta por la oferta cultural que posee, ya que se pueden desarrollar actividades relacionadas con el arte; Guayaquil destaca por el constante crecimiento turístico y por impulsar proyectos de regeneración urbana; Baños de Agua Santa resalta por tener piscinas de aguas termales y donde se pueden realizar deportes extremos; Galápagos cuenta con una densa biodiversidad, lo que permite realizar diversas actividades como el avistamiento de especies endémicas.

El turismo comunitario es una nueva estrategia de desarrollo, que busca el involucramiento de la comunidad para aprovechar los atractivos turísticos y la diversidad de culturas, adaptándolas de forma responsable para generar beneficios equitativos para la comunidad. Este tipo de turismo se ha consolidado en países en vías de desarrollo, en la que América Latina es la de mayor crecimiento, por contar con asociaciones nacionales que incentivan el turismo. Ecuador es uno de los países latinoamericanos que en los últimos años es reconocido a nivel mundial por promover políticas relacionadas con el desarrollo y

gestión del turismo comunitario, que a su vez contribuye con la administración adecuada de los recursos naturales, culturales y los patrimonios que posee la comunidad.

Tabla 5. Ingresos por turismo y por exportación según producto principal 2011 - 2016 (millones de dólares)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Banano y plátano	2.246,5	2.078,4	2.322,6	2.577,2	2.808,1	2.734,2
Camarón	1.178,4	1.278,4	1.783,8	2.513,5	2.279,6	2.580,2
Turismo	849,7	1.038,8	1.251,2	1.487,2	1.557,4	1.449,3
Otros elaborados del mar	895,0	1.147,1	1.390,9	1.295,8	990,5	951,3
Flores naturales	675,7	713,5	830,3	918,2	819,9	802,5
Cacao	473,6	344,9	422,8	576,4	692,9	621,4

Esta información fue tomada del Banco Central del Ecuador y elaborada por el autor.

El turismo en 2016 registró un decrecimiento como consecuencia de la coyuntura económica mundial y los factores externos, pero a pesar de aquello el turismo representa un rubro importante para la economía nacional, convirtiéndose en la tercera actividad no petrolera más importante, después del banano y camarón, a su vez, generó ingresos aproximados de 849,7 millones de dólares en 2011 y 1.449,3 millones de dólares en 2016, además contribuyó de manera directa con el 2,1% del PIB nacional.

Tabla 6. Principales mercados turísticos para el Ecuador

	2015
Total	1.544.463
Mercados Objetivo	355.591
Estados Unidos	263.081
Canadá	32.541
Alemania	33.209
Reino Unido	26.760
Mercados Oportunidad	68.446
China	18.224
Brasil	20.629
Australia	14.359
Japón	5.323
India	9.911
Mercados Naturales	648.383
Colombia	348.151
Perú	165.223
Argentina	54.513
Chile	40.656
México	27.104
Panamá	12.736
Otros Países	472.043

Esta información fue tomada del MINTUR y elaborada por el autor.

Los principales mercados que visitan Ecuador por sus diversos atractivos turísticos son: Colombia, Estados Unidos, Venezuela, Perú, España, Argentina, Chile, Reino Unido, Alemania, Canadá y otros países. En 2015, se registró un total de 1.544.463 visitantes, mientras que para el año 2016 los visitantes decrecieron en un 8,5% con un registro total de 1.412.718 visitantes.

Los desplazamientos por turismo interno representó 12,3 millones de viajes, de los cuales el 40% de ellos se realizó durante los diferentes feriados, esto representó más de 4,9 millones de viajes. Las provincias más visitadas son Santa Elena, Manabí y Esmeraldas, todo este movimiento interno dinamizó la economía nacional con USD 285,5 millones (Ministerio de Turismo).

2.3. Referentes empíricos

Eliodoro Loza, en 2005, en su tesis de grado previo a la obtención del título de economista: El turismo como medio de desarrollo, analiza el caso del turismo comunitario en Bolivia y resalta que este sector constituye una actividad de vital importancia por el importante factor económico y productivo que representa la explotación de lugares con potencial turístico, además menciona la capacidad que ostenta esta actividad para el equilibrio de la balanza de pagos, a través de la generación divisas y fuentes de empleo, finalmente concluye:

La actividad turística tiene efectos multiplicadores, en los rubros principales de comercio, servicios y transporte, por tanto, es una fuente generadora de empleo para la población. Promoviendo la oferta y mejora de la infraestructura turística, se tiende a promover un impacto directo sobre el nivel de empleo, los servicios necesarios para poder satisfacer la demanda creciente de turismo, hacen que dichos servicios mejoren en términos de competencia del sector privado. (Loza Patón, 2005, pág. 98)

Por otra parte Efraín Naranjo Borja, profesor de la Universidad Andina Simón Bolívar, en su artículo denominado: Análisis de la evolución histórico – cultural del proyecto de desarrollo comunitario, analiza el caso de la parroquia Salinas en la provincia de Bolívar y destaca que el mantener un proyecto social y comunitario ha contribuido al cambio de vida de sus habitantes, integrándolos en un proceso de participación democrática en las distintas actividades comunitarias y productivas, esto ha conllevado ser uno de los pocos proyectos sociales que luego de su ejecución ha tenido éxito, finalmente concluye:

El proceso histórico social ha conducido a la conformación y funcionamiento de unidades productivas. Ellas son administradas aplicando herramientas tradicionales de gestión, que se fundamentan en la racionalidad funcional y que buscan maximizar su rentabilidad. Un aspecto importante de estas empresas es que sus ganancias son reinvertidas o invertidas en diferentes proyectos de carácter social; las decisiones son tomadas a partir de la participación de los socios -no accionistas-, lo que constituye una forma de gestión participativa; es decir, se está dando importancia a la sociedad como también al trabajo, lo que constituye el fundamento de la gestión social. (Naranjo Borja, 2009, pág. 6)

Marco Benavides, en 2013, en su tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniero en turismo y ecoturismo: Desarrollo del turismo comunitario, analiza el caso de la comunidad de Monteverde en la provincia del Carchi y enfatiza que mediante la adecuada planificación se puede conseguir hacer partícipe a la comunidad, ofreciéndoles espacios de aprendizaje, actividades lúdicas y recreacionales para beneficio de la población, así como también fomenta la creación de fuentes de empleo, la generación de divisas y en conjunto mejora la calidad de vida de la comunidad, finalmente recomienda:

Poner mayor énfasis en el diseño y aplicación de proyectos encaminados a fortalecer el turismo comunitario, debido a que esta actividad es uno de los principales ejes dinamizadores de la economía; responsabilidad tanto de GAD's Provinciales, Municipales o Parroquiales, como también de empresas operadoras de turismo, compañías de transporte, establecimientos hoteleros, alimentación, y otros servicios complementarios. (Benavides Hernández, 2013, pág. 140)

Ana Burgos, en 2015, en su trabajo de titulación previo a la obtención del título de licenciada con mención en turismo y hotelería: Análisis de factibilidad del implemento de un centro turístico para el desarrollo del turismo comunitario, estudia el caso del cantón Puerto López en la provincia de Manabí, enfatiza que aprovechar los recursos que posee lugar de manera responsable representa una alternativa de desarrollo, que generar impactos positivos en la comunidad, a su vez, mejora de la calidad de vida de la población, genera empleo e ingresos para la comunidad mediante la conservación de su patrimonio cultural y natural, finalmente recomienda:

Se deben desarrollar planes estratégicos y estudios de mercado que permitan ir mejorando las necesidades del perfil del cliente, creando nuevos paquetes y mejorando el servicio para que de esta manera se pueda aprovechar de la mejor manera el mercado que está interesado en el centro comunitario. Mantener y regirse a políticas sobre el cuidado y mantenimiento del medio ambiente y de los recursos turísticos ya que estos son la fuente principal del desarrollo de la actividad turística del Cantón. (Burgos Molina, 2015, pág. 147)

Capítulo III

Marco metodológico

3.1. Metodología

La metodología del presente trabajo de titulación está orientada mediante un enfoque cuantitativo, debido a que se realiza recopilación de datos de fuentes primarias y secundarias, se utilizó la técnica de revisión documental para establecer mayor precisión de las necesidades que posee el sector; a través del objeto de estudio presenta información teórica y documental hace hincapié en determinados hechos de momentos específicos, tales como las políticas públicas implementadas para promover o incentivar el turismo en el país.

En base a la profundidad se empleará el método descriptivo, puesto que se articula un plan estratégico para el desarrollo del turismo, con la finalidad de generar mecanismos que incentiven el progreso económico para el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

Las técnicas e instrumentos utilizados para la recopilación de información favorecen a que la presentación sea adecuada, organizada y de fácil comprensión. Por lo tanto, los elementos utilizados engloban todo el contenido de estrategias a implementar correctamente en el plan estratégico para desarrollo del turismo.

3.2. Métodos

Para la elaboración del presente trabajo de titulación se utilizó el método deductivo que permite determinar conclusiones generales por medio de la deducción, basados en el estudio y análisis de las diferentes políticas públicas vigentes relacionadas a la actividad turística.

La información primaria se la obtuvo de conversación directa realizada con la presidente del GAD parroquial, la Sra. Edilma Indacochea González, el director de la comisión de turismo, festejo y asuntos sociales, el Sr. Carlos Holguín Marcillo y de personas representativas de la parroquia El Anegado. La información secundaria se la obtuvo de instituciones públicas y privadas relacionadas con la temática del trabajo de titulación, esto es el Ministerio de Turismo, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el GAD de Jipijapa y el GAD parroquial de El Anegado.

3.3. Premisa o hipótesis

Diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo en la parroquia El Anegado del cantón Jipijapa, provincia de Manabí, contribuirá a mejorar la calidad de vida de la población.

3.4. Universo y muestra

El presente trabajo de titulación es descriptivo y analiza dos variables específicas, turismo y calidad de vida, el análisis es cuantitativo y cualitativo y se refiere a un espacio claramente definido, esto es la parroquia El Anegado de la provincia de Manabí.

3.5. CDIU – Operacionalización de variables

El presente trabajo de titulación utilizará la Matriz CDIU como guía en el proceso de recopilación de datos para luego codificar, tabular y analizar la información obtenida con el propósito de conseguir una conclusión que permita resolver el problema planteado.

Tabla 7. *Matriz CDIU - Operacionalización de variables*

Categoría	Dimensiones	Instrumentos	Unidad de análisis
Económica	Inversión Producción	Políticas públicas	Estadísticas
Social	Empleo	Política económica Incentivos tributarios Política social	Estadísticas
Medio Ambiental	Impacto ambiental	Políticas públicas	Estadísticas

Esta información fue tomada y elaborada por el autor.

La Matriz CDIU resume los resultados de las siguientes de las categorías, dimensiones y técnicas e instrumentos:

Categorías

Se parte de las variables económica, social y medio ambiental, el Trabajo de Titulación articula como las políticas públicas benefician a la actividad turística y en particular a la actividad económica por medio de la generación de empleo e ingresos.

Dimensiones

La investigación analiza la importancia que tiene cada categoría, destaca la inversión y producción en el área turística como oportunidad de generación de nuevas fuentes de empleo, la mejora de la calidad de vida y la redistribución de la riqueza.

Técnicas e instrumentos

El mecanismo utilizado en la investigación consta de analizar las variables dimensionadas. En este caso, se utiliza las políticas públicas y políticas tributarias, que contribuyeron para alcanzar los objetivos planteados anteriormente.

3.6. Criterios éticos de la investigación

En el presente Trabajo de Titulación el concepto ético prevalece de forma permanente, la información primaria y secundaria utilizada es real, fidedigna y está relacionada con la hipótesis de la investigación, así como también se empleó técnicas apropiadas para el análisis de la información obtenida. Esta investigación no pretende comprometer ni atentar la integridad de alguna persona o institución.

Capítulo IV

Resultados

4.1. Antecedentes de la unidad de análisis o población

La oferta de productos y servicios turísticos en Ecuador presenta problemas que detienen el desarrollo de la industria, debido a que solo unas pocas empresas tienen el control del mercado restando posibilidades para la apertura de nuevos emprendimientos. Por otra parte, los servicios de alojamiento y alimentación presentan graves problemas de certificación de calidad y junto con la dura competencia de precios del sector informal, conlleva a la precarización de la actividad turística.

Por lo antes expuesto, las autoridades gubernamentales han comprobado, que la industria turística está en un constante proceso de cambio; atraviesa un pujante crecimiento, diversificación y sofisticación creciente de la demanda, lo que ha conllevado a impulsar la industria turística y convirtiéndola en uno de los pilares del cambio de la matriz productiva, que mediante la reorganización del Ministerio de Turismo se plantean nuevas estrategias de políticas para contrarrestar los problemas que presenta el sector.

Las políticas públicas deben articular acertadamente aquellos instrumentos que estimulen la demanda y fortalezcan la oferta, mediante un proceso que necesita de mucha coordinación. Por tal motivo, para desarrollar adecuadamente una industria turística competitiva y sostenible, se deben aprovechar los recursos naturales y culturales que posee el Ecuador, se debe comprender el comportamiento y exigencias que presenta la demanda nacional y mundial, para fortalecer la oferta nacional y captar una mayor parte o cuota de mercado.

Es por aquello que, en los últimos años, el gobierno nacional ha implementado políticas públicas para impulsar este sector de la economía, para lo cual destina un presupuesto mayor con la finalidad de desarrollar las actividades turísticas en el país y convertirse en una potencia turística. Es así que se promueven diversos proyectos y programas con el fin de promocionar al país como destino turístico. Desde 2013, se han invertido cerca de 150 millones de dólares anuales para contribuir al cambio de la transformación de la matriz productiva del país.

Tabla 8. Programas de turismo en Ecuador

Programas	Descripción
Viaja primero Ecuador	Involucra 21 de las 24 provincias del país con el fin de promover el turismo interno.
All you need is Ecuador	Cuenta con una variada oferta turística en las cuatro regiones: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, destacando la cultura, patrimonio, naturaleza, aventura, gastronomía, entre otros.
Ecuador potencia turística	Busca promover una cultura de hospitalidad e inculcar valores como respeto, honestidad y orgullo nacional para que los ecuatorianos sean los primeros en cuidar los atractivos turísticos y atender a los visitantes nacionales y extranjeros con calidad y hospitalidad.

Esta información fue tomada del MINTUR y elaborada por el autor.

Con la ejecución de estos programas, diversos lugares del país han recibido premios en el período 2014–2016; premios que han sido otorgados por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, dentro del cual resaltan los Worlds Travel Awards, que han permitido que el país sea un destino preferido para visitar.

La política pública de turismo en el país se estructura en cinco pilares fundamentales: seguridad, destinos y productos, calidad, conectividad e inversión. La ejecución de esta política está entrelazada con otros programas que pretenden incentivar la inversión y mejorar la oferta turística del país para generar nuevas plazas de empleo e incrementar el turismo receptivo a 2,9 millones de turistas en 2025.

4.1.1. Turismo receptor de Ecuador.

Tabla 9. Llegadas de extranjeros, 2011 – 2015

	2011	2012	2013	2014	2015
Total	1.141.037	1.271.901	1.364.057	1.556.991	1.544.463
África	2.352	2.557	4.531	4.364	6.102
Américas	885.383	996.023	1.085.737	1.215.413	1.201.235
Asia Oriental y el Pacífico	41.317	49.254	44.383	71.116	75.906
Europa	207.215	218.375	217.550	247.865	249.065
Oriente Medio	575	916	1.217	1.131	1.071
Asia Meridional	4.082	4.672	3.964	8.681	10.935
Sin especificar	113	104	6.675	8.421	149

Esta información fue tomada del MINTUR y elaborada por el autor.

Por turismo receptor en el año 2015 en Ecuador se registró la llegada de 1.544.463 extranjeros, que en relación al año anterior tuvo un decrecimiento de 0,80%, a su vez, el continente americano es el principal mercado emisor, en el que países como Colombia,

Estados Unidos, y Perú tiene una participación del 22,5%, 17% y 10,7% respectivamente, seguido del continente europeo y en el cual países como España, Alemania y Reino Unido contribuyen con una participación del 4,3%, 2,1% y 1,7% respectivamente.

El 67% del total de extranjeros que llegaron al país, esto es, 1.040.440 están dentro de la categoría de no inmigrantes, es decir, que desea permanecer condicionalmente en el país sin ánimo de radicarse, mientras que 30% no especificó su categoría migratoria y solo el 3% está dentro de la categoría de inmigrantes.

El 72% de llegadas de extranjeros al país, esto es, 1.105.014 fueron motivadas por turismo, de las cuales el 51% representó la llegada de personas económicamente activas, de las cuales el 54% corresponde a trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados y el 25% a profesionales, científicos e intelectuales. Por su parte, el 38% corresponde a personas no activas, de las cuales el 59% corresponde a estudiantes, mientras que 10% no declaró su categoría de actividad y ocupación.

En relación a la llegada de extranjeros según edad y sexo, el 43% de los turistas, esto es, 671.170 están dentro de edades entre 20 a 39 años y 32% de los turistas, esto es, 495.567 están entre 40 y 59 años. En cuanto a categoría sexo, el 57% del total de llegadas fueron realizadas por hombres (888.514) y 43% por mujeres (655.949).

4.1.1.1. Jefaturas de migración.

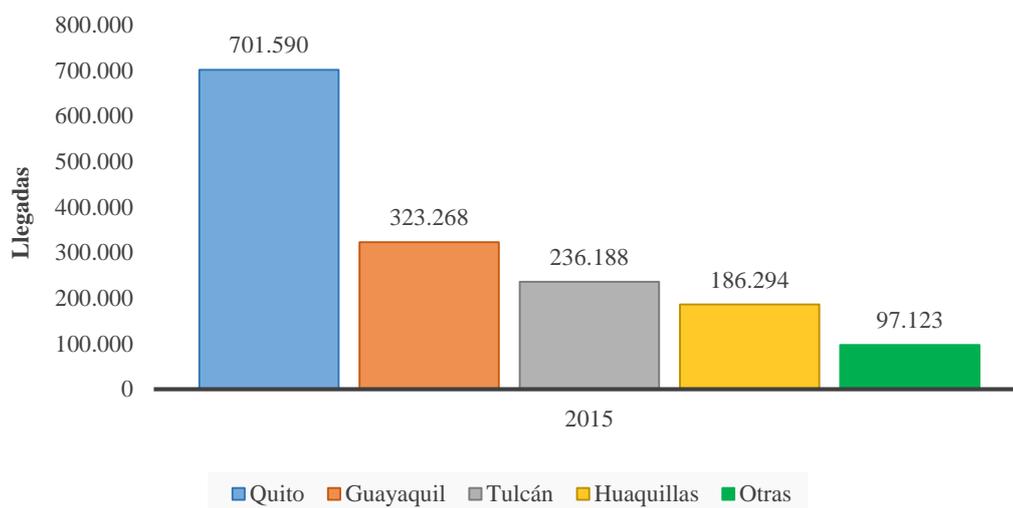


Figura 2. Llegadas de extranjeros según principales jefaturas de migración, información tomada del MINTUR, 2015. Elaborado por el autor.

En las jefaturas de migración ubicadas en Quito, Guayaquil, Huaquillas y Tulcán se registró el 93,7% de llegadas al país. Enero y julio fueron los meses de mayor afluencia durante el año 2015.

4.1.1.2. Medio de transporte.

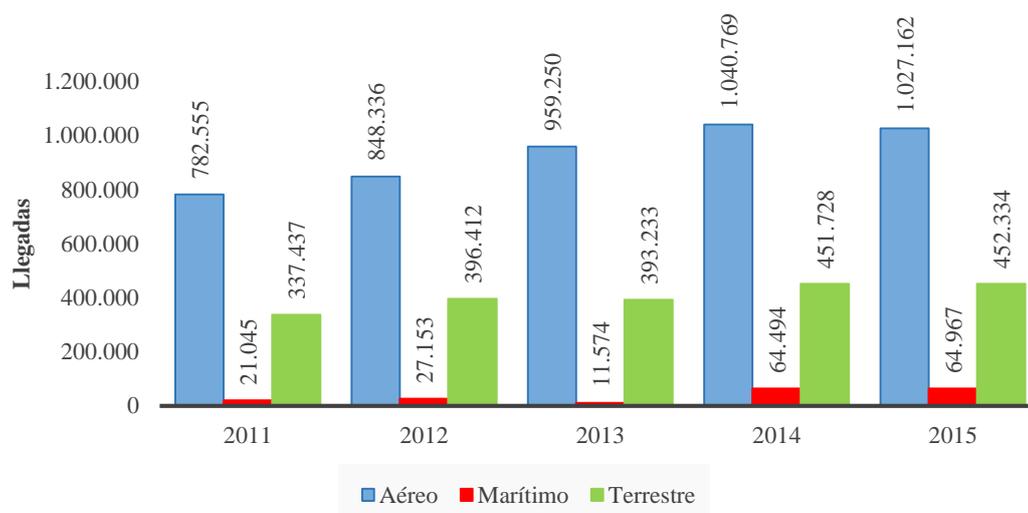


Figura 3. Llegadas de extranjeros según medio de transporte utilizado, información tomada del MINTUR, 2011 - 2015. Elaborado por el autor.

En 2015, el 66,5% de los extranjeros que llegaron al país principalmente lo hicieron por transporte aéreo, cuya jefatura de migración principal fue Quito seguido de Guayaquil. El 29,2% llegó por transporte terrestre principalmente a las jefaturas de migración de Tulcán y Huaquillas, mientras que 4,2% llegó por transporte marítimo a las jefaturas de Guayaquil, Manta y Esmeraldas.

4.1.2. Turismo emisor de Ecuador.

Tabla 10. Salida de ecuatorianos, 2011 - 2015

	2011	2012	2013	2014	2015
Total	1.022.451	1.022.205	1.137.875	1.278.336	1.398.167
África	535	468	449	534	532
Américas	853.149	863.616	977.677	1.111.162	1.217.227
Asia Oriental y el Pacífico	3.563	4.297	4.966	6.362	7.251
Europa	163.454	151.657	150.925	156.794	168.426
Oriente Medio	1.287	1.602	1.143	1.205	1.596
Asia Meridional	401	323	387	377	435
Sin especificar	62	242	2.328	1.902	2.700

Esta información fue tomada del MINTUR y elaborada por el autor.

Por turismo emisor en el año 2015 en Ecuador se registró la salida de 1.398.167 ecuatorianos, que en relación al año anterior tuvo un incremento de 9,30%, entre los

principales países receptores destacan países como Estados Unidos (39,1%), Perú (17,7%), Colombia (9,9%) y España (7,9%).

El 62% de salidas de ecuatorianos, esto es, 869.971 fueron motivadas por turismo, de las cuales el 50% representó la salida de personas económicamente activas, de las cuales el 36% corresponde a profesionales y científicos y el 34% a personal de apoyo administrativo. Por su parte, el 38,7% corresponde a personas no activas, de las cuales el 73% corresponde a amas de casa, mientras que 16% no declaró su categoría de actividad y ocupación.

En relación a la salida de ecuatorianos según edad y sexo, el 41% de ecuatorianos, esto es, 574.305 están dentro de edades entre 20 a 39 años y 32% de ecuatorianos, esto es, 444.383 están entre 40 y 59 años. En cuanto a categoría sexo, el 49% del total de salidas fueron realizadas por hombres (696.298) y 51% por mujeres (701.869).

4.1.2.1. Jefaturas de migración.

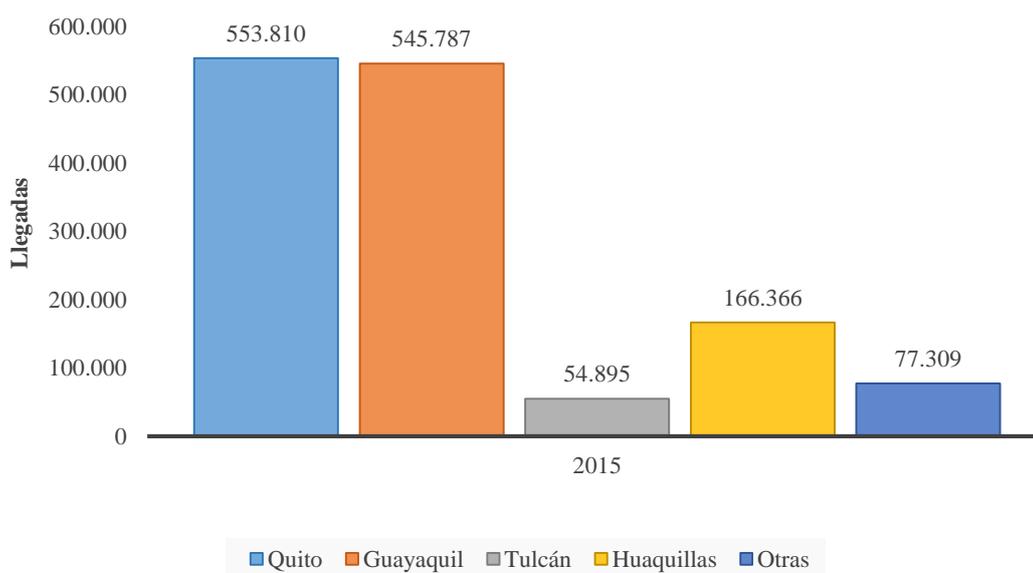


Figura 4. Salida de ecuatorianos según principales jefaturas de migración, información tomada del MINTUR, 2015. Elaborado por el autor.

En las jefaturas de migración ubicadas en Quito, Guayaquil, Huaquillas y Tulcán se registró el 94,5% de llegadas al país. Agosto y octubre fueron los meses de mayor afluencia durante el año 2015.

4.1.2.2. Medio de transporte.

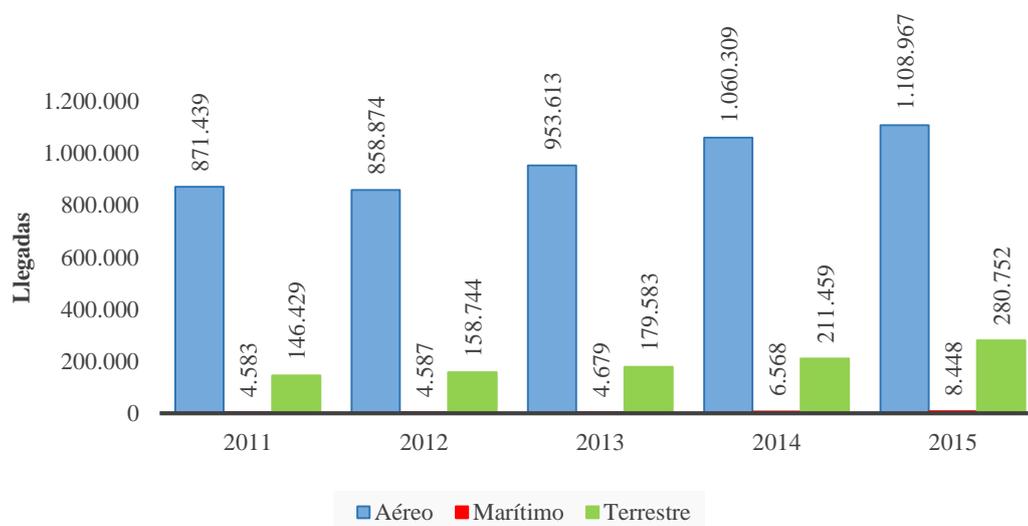


Figura 5. Salidas de ecuatorianos según medio de transporte utilizado, información tomada del MINTUR, 2011 - 2015. Elaborado por el autor.

En 2015, el 79% de los ecuatorianos que salieron del país principalmente lo hicieron por transporte aéreo, cuya principal jefatura de migración fue Quito seguido de Guayaquil, 20% llegó por transporte terrestre principalmente a las jefaturas de migración de Tulcán y Huaquillas, mientras que 1% llegó por transporte marítimo a las jefaturas de Guayaquil, Manta y Esmeraldas.

4.1.3. Balanza turística de Ecuador.

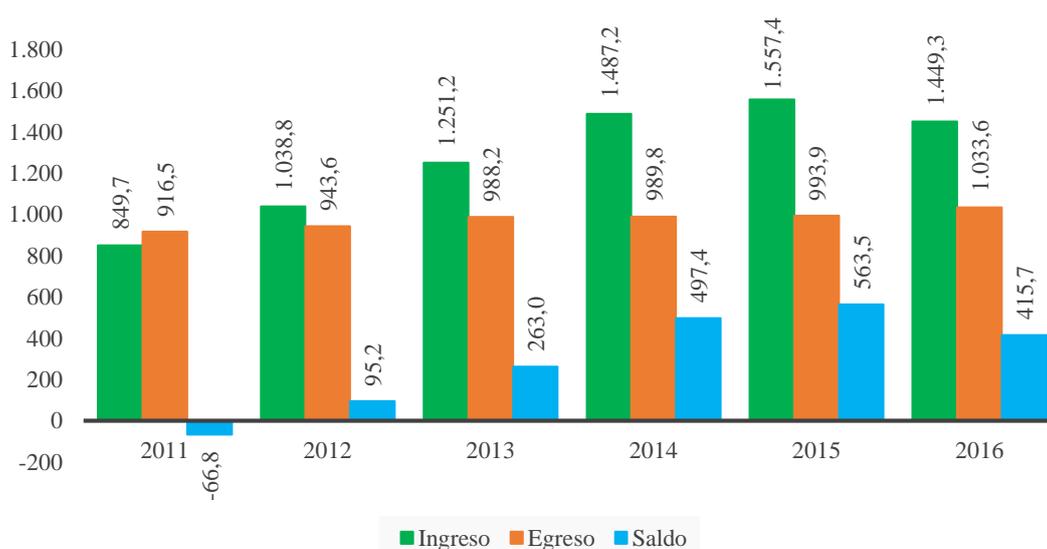


Figura 6. Evolución de la balanza turística del Ecuador 2011 - 2016, expresado en millones de dólares, información tomada del BCE. Elaborado por el autor.

El turismo a partir del año 2000 no representaba una importante generación de divisas para el país, puesto que el turismo emisor era el que predominaba, lo que repercutía significativamente en la balanza turística que desde 2006 hasta 2011 presentó un saldo negativo acumulado de 640 millones de dólares. Sin embargo, con la adecuada implementación de la política pública se logró revertir el saldo negativo que pasó de -66,8 millones de dólares en 2011 a 95,2 millones de dólares en 2012.

A partir del año 2007, el gobierno nacional invirtió cerca de 8.480 millones de dólares en proyectos viales que permitieron intervenir 7.548 kilómetro y mejoró la cobertura vial en un 77,5%.

En Ecuador el turismo genera el 5% de empleos en el país, mientras que desde 2012 hasta 2016 los saldos acumulados por conceptos de divisas por turismo ascienden a 1.834,8 millones de dólares, logro que fue alcanzado por la mejoría en la infraestructura vial, así como la apertura de aeropuertos y puertos.

4.2. Diagnóstico o estudio de campo

El Anegado a partir del año 1900 contaba con pocas familias asentadas en este sector, que se dedicaban a la agricultura y la mayor parte de sus actividades comerciales las realizaban en el cantón Jipijapa, representándoles cuatro horas de traslado en época de verano y entre seis a ocho horas en época de invierno en cuyo trayecto su medio tradicional de transporte eran las acémilas (GAD Parroquial de El Anegado).

Esta comunidad perteneciente a la parroquia Julcuy hasta los primeros meses del año 1956, obtuvo su nombre por ser una zona montañosa que, en época de invierno, la presencia de fuertes lluvias inundaba y anegaba las zonas bajas, convirtiéndose en caminos intransitables, puesto que para trasladarse de un lugar a otro les representaba gran dificultad a los habitantes, los cuales tenían que atravesar por improvisados puentes de caña guadua e incluso se utilizaban balsas. Esto conllevó a la conformación de un comité pro-mejoras cuyo objetivo era obtener la parroquialización.

El Anegado fue elevado a categoría de parroquia en el gobierno del Dr. José María Velasco Ibarra, mediante publicación del Registro Oficial N° 1120 del 11 de mayo de 1956, el cual establece el 17 de abril de 1956 como fecha de su creación política. Es una de las siete parroquias rurales del cantón Jipijapa, cuenta con una extensión territorial de 117,11 Km² con una densidad poblacional de 58,61 habitantes por Km², ocupa una extensión correspondiente al 36,94% del cantón. Está ubicada a 16 km de la cabecera cantonal y a 120 km de Guayaquil, limita al norte con la parroquia La América, al sur y este con el cantón

Paján y al oeste con la parroquia Julcuy. (**Ver Anexo 1. Mapa territorial de la parroquia El Anegado**).

El territorio de la parroquia se sitúa en un 56,9% dentro de la demarcación hídrica de la cuenca del río Guayas, 36,6% dentro de la cuenca del río Buenavista y 6,5% dentro de la cuenca del río Ayampe, a su vez se encuentran las microcuencas del río Pijio, río Colimes, río Paján, río Julcuy, río Piñas y estero mis Baque. En lo que corresponde a relieves, el 59,15% de la superficie de la parroquia corresponde a relieves estructurales y colinados terciarios, seguido de la cordillera Chongón-Colonche con el 36,45% de la superficie.

El Anegado se ubica en el piso climático tropical, tiene un clima cálido semi húmedo influenciado por la corriente de Humbolth y del Niño con temperaturas que oscilan entre 18 y 24° C, además, presenta precipitaciones que bordean los 700 a 1.800 mm, sumado a una evapotranspiración entre 1.250 a 1.450 mm, lo que se deriva en un déficit hídrico entre 375 a 650 mm en los meses de junio a diciembre. La época lluviosa comprende los meses de enero a mayo, mientras que la época de verano comprende los meses de junio a diciembre.

Actualmente la zona rural de la parroquia El Anegado está conformada por 53 recintos y siete barrios asentados en la cabecera parroquial: Colon Alfaro, Cruz Hernández, Las Mercedes, La Trinidad, Miraflores, San Pedro y Santa Martha.

Tabla 11. Recintos de la parroquia El Anegado

Recintos			
Aguapato	El Limón	La Fortuna	Pan y Agua
Albajacal	El Mico	La Fuente	Perra Negra
Alejo Lascano	El Páramo (Arriba - Abajo)	La Susana	Quinta Unión
Bajo Grande	El Progreso	Las Dolores	S. Cruz del Bajo
Buenos Aires (Adentro - Afuera)	El Provenir	Las Mercedes	San Antonio
Cabecera Parroquial	El Retiro	Las Planchadas	San Francisco
Cerecita	El Sagrado	Los Amarillos	San Jacinto
Cerro Prieto	El Salitre	Los Andes	San José del Páramo
Comuna Sucre	El Secal	Los Pocitos	San Lorenzo
El Ajo	Flor del Salto	Los Vergeles	Santa Lucía
El Beldaco	Juan Montalvo	Luz Amada	Zobeida
El Carmen	La Chirimoya	María de Oro	
El Corozo	La Crucita	Mis Baque	
El Descanso	La Florida	Palmital	

Esta información fue tomada del GAD parroquial de El Anegado y elaborada por el autor.

4.2.1. Componente demográfico.

4.2.1.1. Población por sexo.

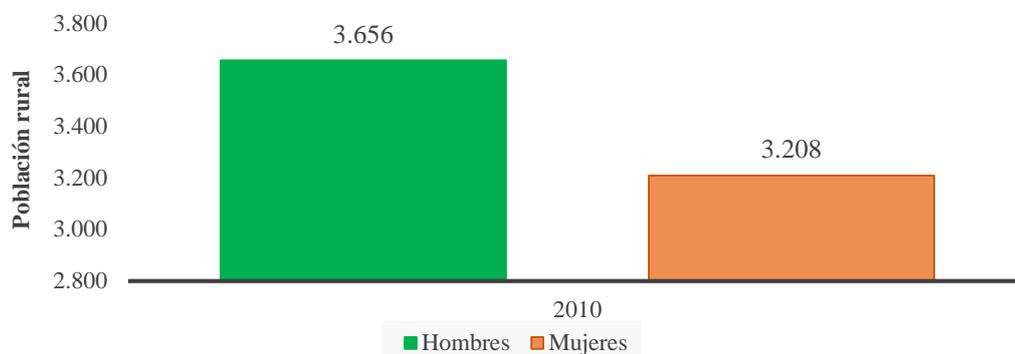


Figura 7. Parroquia El Anegado. Población por sexo, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

De acuerdo al Censo realizado por el INEC en 2010, la parroquia El Anegado tiene una población de 6.864 habitantes, compuesta de 3.656 hombres y 3.208 mujeres, que representan el 53,26% y 46,74% respectivamente. Es la parroquia rural más poblada del cantón Jipijapa, tiene el 9,65% de la población cantonal y 15,01% de la población rural de dicha jurisdicción. Senplades para el año 2020 proyecta que la parroquia tendrá una tasa de crecimiento del 5,01% con una población total de 7.208 habitantes.

4.2.1.2. Población por edad.

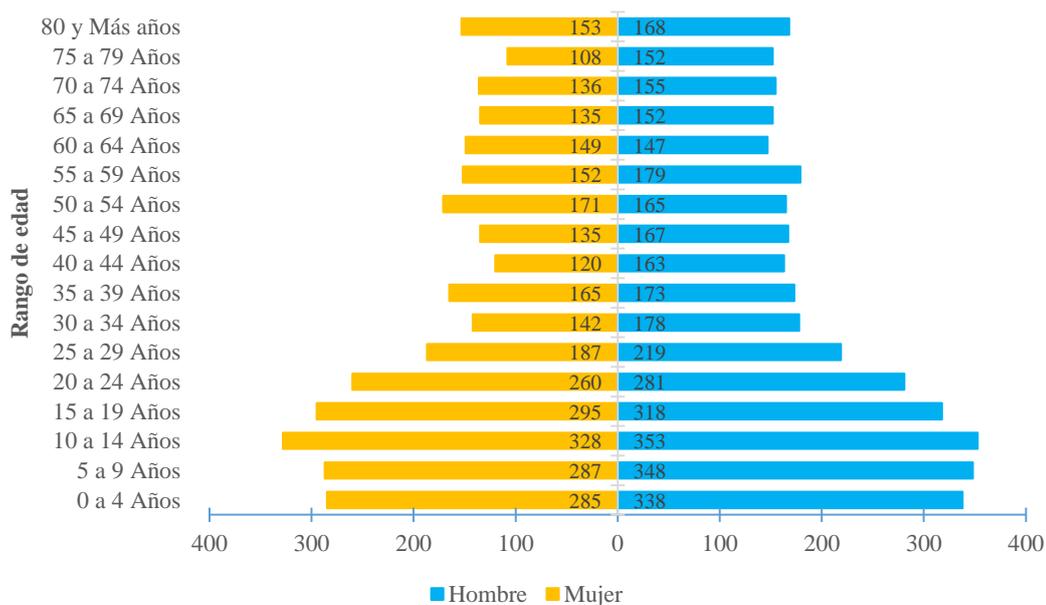


Figura 8. Parroquia El Anegado. Población por edad, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información - Senplades. Elaborado por el autor.

La población de la parroquia El Anegado tiene una edad promedio de 35 años, que en comparación con las demás parroquias es el segundo promedio más alto del cantón Jipijapa. La distribución por edades, refleja que el rango de edad comprendido entre 0 a 4 años representa el 9% de la población, 28% corresponde al rango de edades de 5 a 19 años, 46% corresponde al rango de edades de 20 a 64 años, mientras que 17% corresponde a personas mayores de 65 años. En términos generales la población de esta parroquia es muy joven y con mayor presencia de hombres, la pirámide poblacional es progresiva con perspectivas de crecimiento, debido a la alta y descontrolada tasa de natalidad.

La población comprendida entre 0 a 4 años demanda una adecuada implementación de programas integrales de salud, alimentación y educación que contribuyan al desarrollo emocional e intelectual de los niños y niñas. El segundo grupo conformado por personas de 5 a 19 años demandan servicios de educación de calidad y especializados que contribuyan al crecimiento personal y profesional. El tercer grupo conformado por personas de 20 a 64 años demandan empleos adecuados, mientras que el último grupo y no menos importante demanda programas de inclusión y espacios para desarrollar sus actividades, y en general se contribuya al buen vivir de la población.

4.2.1.3. Población por étnias.

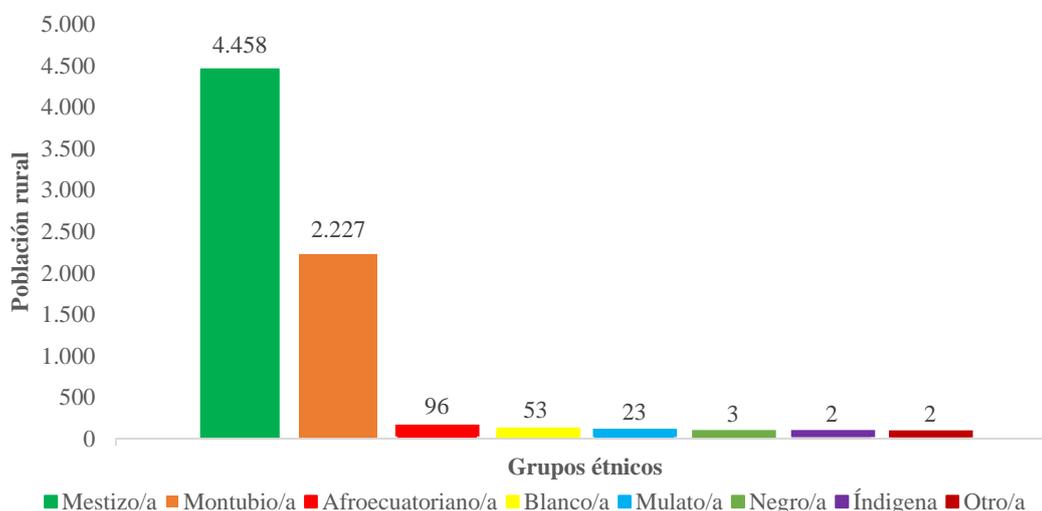


Figura 9. Parroquia El Anegado. Población por étnias, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información - Senplade. Elaborado por el autor.

El 64,95% de la población de El Anegado se identifica como mestizo/a, 32,44% montubio/a, 1,40% afroecuatoriano/a, mientras que el 1,21% restante está conformado por blanco/a, mulato/a, negro/a, indígena y otras étnias.

4.2.2. Componente económico.

4.2.2.1. Población económicamente activa y población económicamente inactiva.

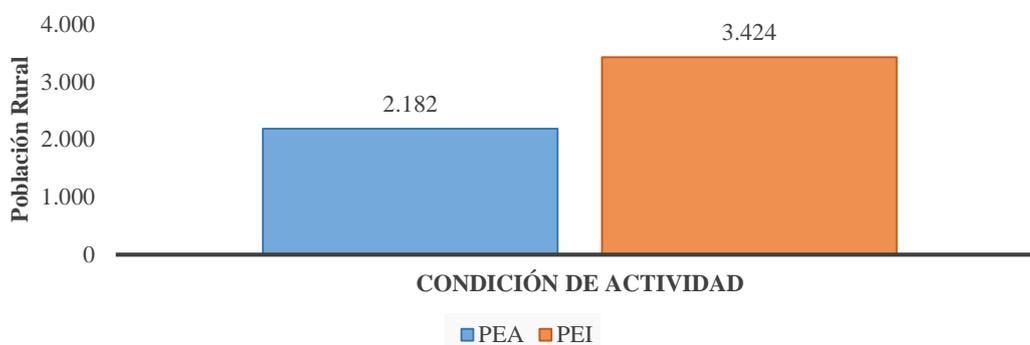


Figura 10. Parroquia El Anegado. PEA y PEI, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

La parroquia El Anegado cuenta con una población en edad de trabajar (PET) de 5.606 personas, que está representada por la población de 10 y más años. La población económicamente activa representa el 38,92% de la población en edad de trabajar, es decir, que solo 2.182 personas (1.846 hombres y 336 mujeres) trabajan o buscan trabajo activamente, mientras que el 61,08% de la población en edad de trabajar, es decir, 3.424 personas (1.124 hombres y 2.300 mujeres) están dentro de la población económicamente inactiva por no trabajar ni buscar trabajo, ya sea por la edad, incapacidad o decisión propia.

4.2.2.2. Población ocupada por rama de actividad.

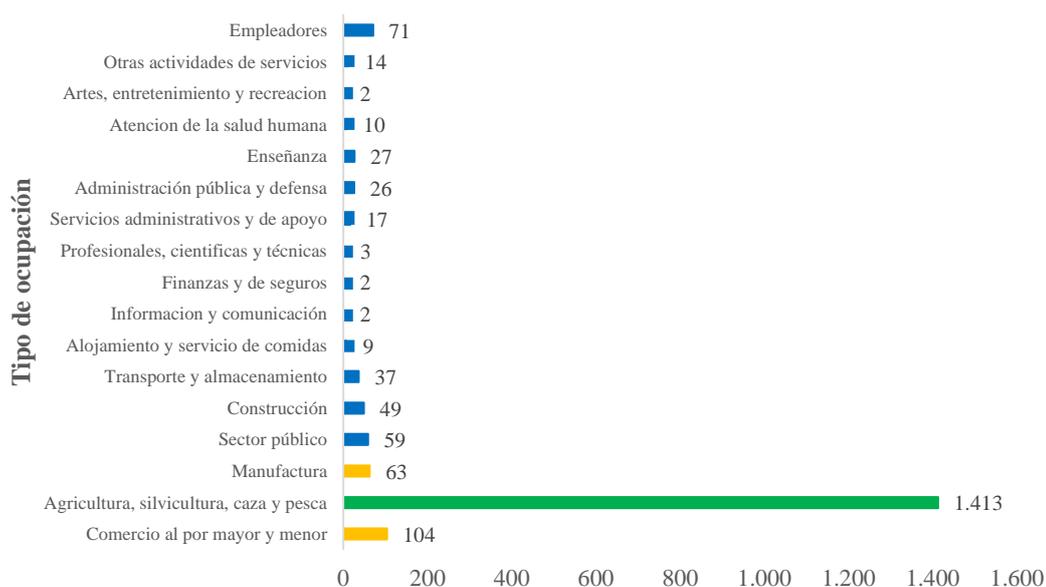


Figura 11. Parroquia El Anegado. Población ocupada por rama de actividad, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

En la parroquia El Anegado la migración se ve reflejada por la falta de empleo, ingresos mínimos, precarios servicios básicos y por razones de educación, que limita a la población a tener una vida adecuada. El porcentaje de migración por sexo es mayor en hombres que mujeres, cuyo destino principal es Guayaquil por ser una ciudad que ofrece oportunidades de empleo y está relativamente cerca, a su vez otros se dirigen a Quito, Santo Domingo, Manta, Portoviejo y Machala. En lo que respecta a salir fuera del país, la mayoría decide emigrar hacia Estados Unidos, España e Italia.

La población económicamente activa ocupada de la parroquia El Anegado, sobresale en el sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca) con el 74,05%, seguido por el sector servicios con el 17,20%, el sector secundario representa el 8,75%. Del total de la población económicamente activa ocupada en el sector primario, el 76,65% es asalariado, en el sector servicios casi en su totalidad son asalariados, mientras que en el sector secundario solo el 6,28% es asalariado.

4.2.2.3. Superficie cultivada y uso de suelo.

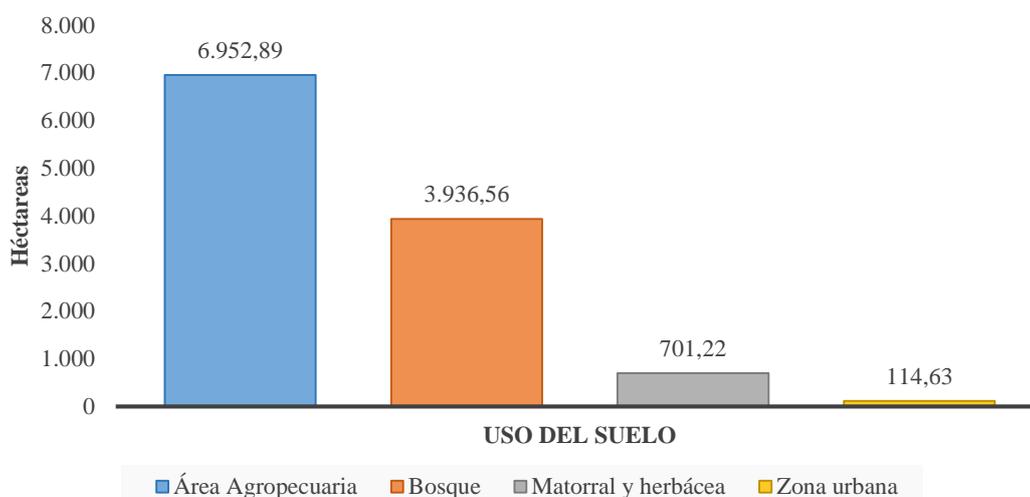


Figura 12. Parroquia El Anegado. Superficie cultivada y uso de suelo, en 2010, información tomada del MAGAP. Elaborado por el autor.

La parroquia El Anegado cuenta con una extensión de 11.705 hectáreas, donde su potencial uso y principal fuente económica es la agricultura que cubre el 59,40% de la superficie, de las cuales 2.981,81 hectáreas están destinadas al cultivo de café (43%), 1.289,61 hectáreas al cultivo de maíz (19%) y en las restantes 2.681,47 hectáreas se cultiva cacao, naranja, frejol, arroz, guineo, plátano, maní, yuca, tagua entre otros. El 33,63% de la superficie corresponde a bosques, 5,99% a matorral y herbáceas, y 0,98% a la zona urbana.

4.2.3. Componente social.

4.2.3.1. Tipo de vivienda.

4.2.3.1.1. *Viviendas por tipo de material.* De acuerdo al censo poblacional del año 2010, la parroquia El Anegado cuenta con un total de 2.013 viviendas ocupadas, el 59,86% son casas o villas, de las cuales el 65,01% es propia y totalmente pagada. El 88,77% de las viviendas cuentan con techo de zinc y 7,50% con techo de palpa. En el 45,11% de las viviendas predominan las paredes de caña no revestida, 39,39% de bloque y 7,80% de caña revestida, mientras que el 61,90% de las viviendas cuentan con piso de tabla sin tratar, 24,49% de cemento y 6,91% de tierra.

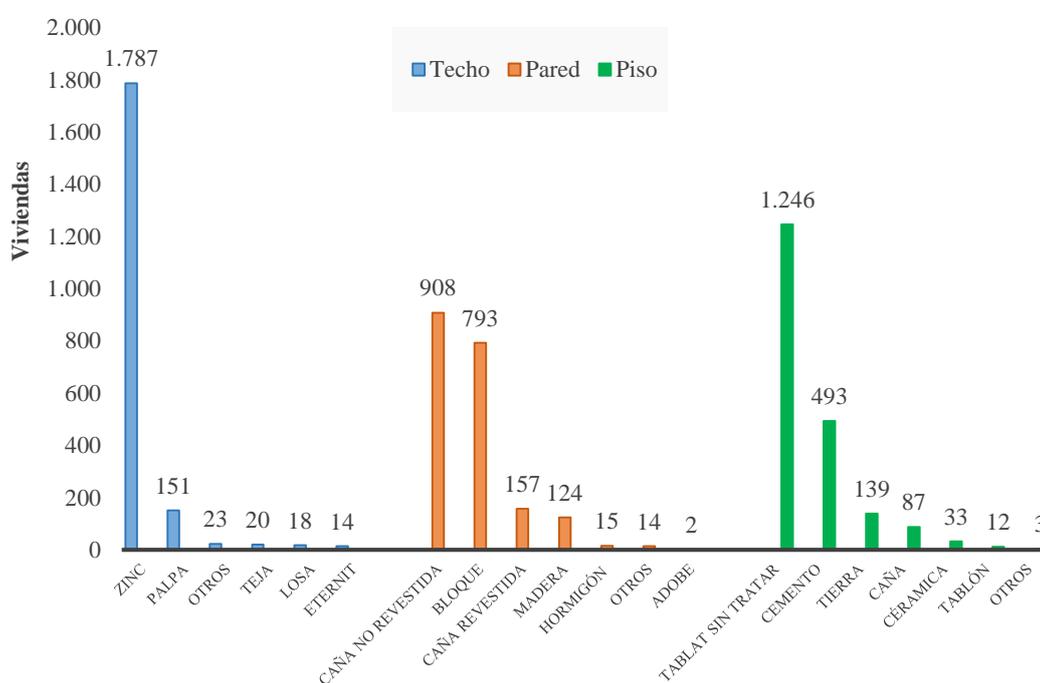


Figura 13. Parroquia El Anegado. Viviendas por tipo de material, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

4.2.3.2. Servicios básicos.

4.2.3.2.1. *Viviendas por tipo de servicios básicos.* El 45,65% de los hogares se abastece de agua proveniente de pozos y solo el 7,30% posee agua de red pública. El sistema de eliminación de excretas es muy precario, el 72,73% poseen pozos ciegos y sépticos, y solo el 16,29% posee letrina. El 25,43% de los hogares se beneficia del servicio de recolección de basura, mientras que el 66,37% optan por quemarla. La cobertura del servicio de energía eléctrica llega a un 85,74% de los hogares, mientras que el 13,71% de la población no tiene acceso a energía eléctrica.

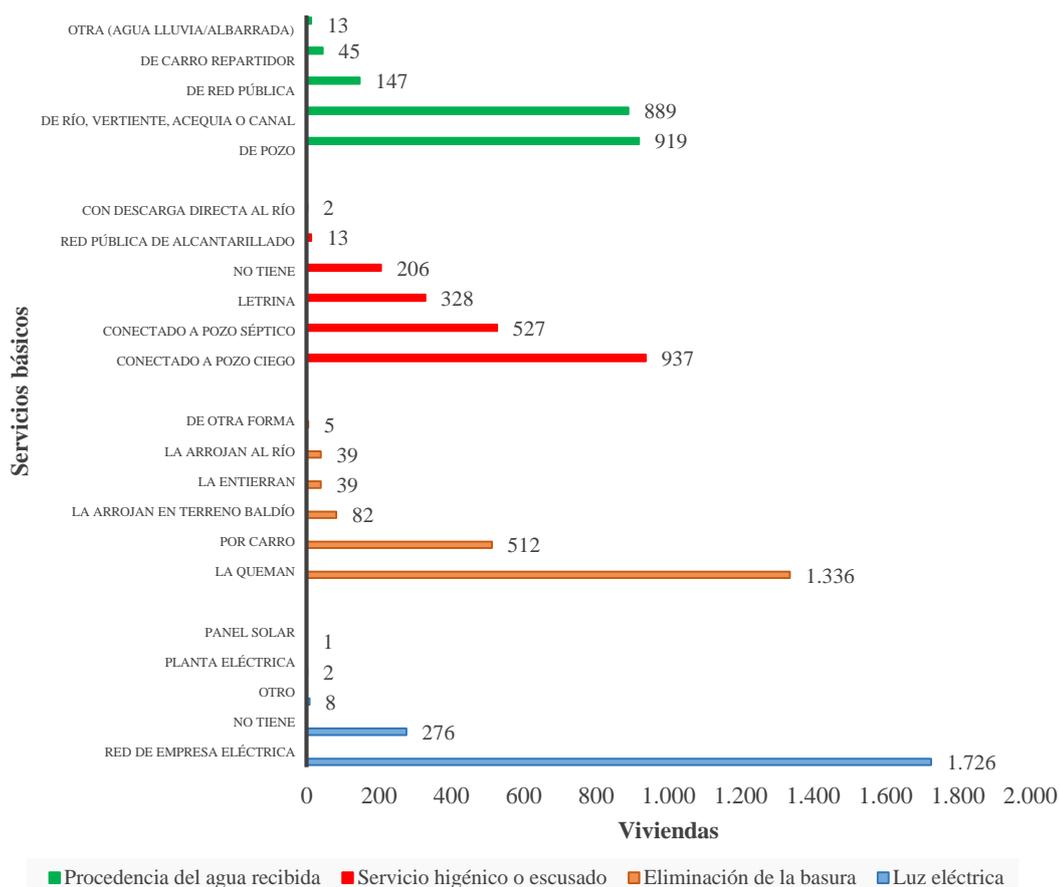


Figura 14. Parroquia El Anegado. Servicios básicos, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

4.2.3.3. Métodos para cocinar los alimentos.

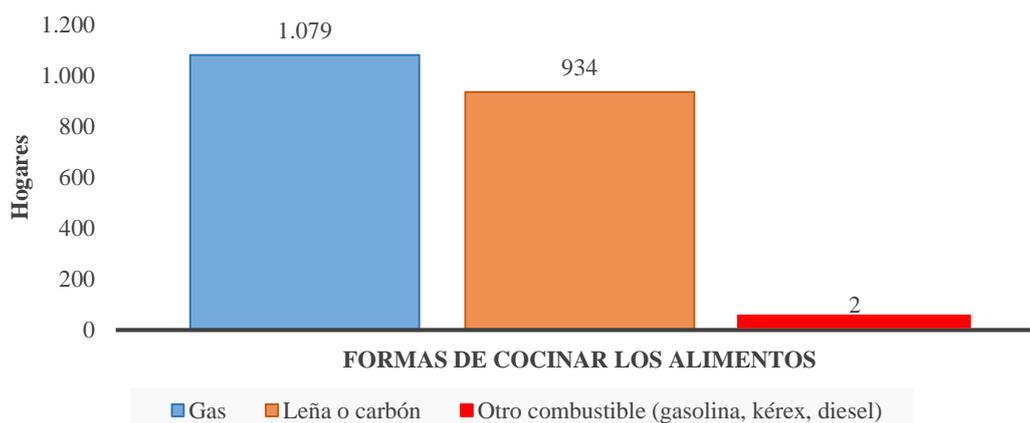


Figura 15. Parroquia El Anegado. Métodos para cocinar los alimentos, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

En el 52,66% de los hogares de la parroquia El Anegado se recurre a la utilización del gas licuado de petróleo como forma principal para cocinar los alimentos, que a su vez no le

representan mayor costo por estar subsidiado por el Estado, como forma alternativa el 45,58% recurre a leña o carbón y solo el 0,10% utiliza otro tipo de combustible para cocinar.

4.2.3.4. Acceso a comunicación.

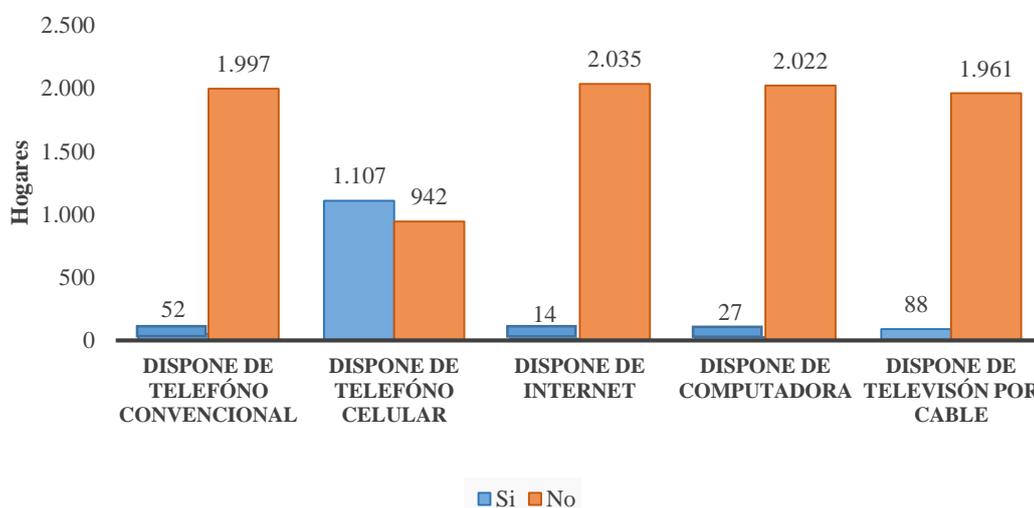


Figura 16. Parroquia El Anegado. Acceso a comunicación, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

El servicio de telefonía convencional llega a un 2,53% de los hogares de la parroquia El Anegado, que en su mayoría están en la cabecera parroquial, es uno de los servicios con menor cobertura, puesto que las operadoras aducen que en la zona existen varios inconvenientes que imposibilitan dar un buen servicio, a su vez el 54,03% de la población dispone de un teléfono celular como mecanismo de comunicación. El 0,68% y 1,32% de la población posee internet y computadora en sus hogares, lo que refleja una disparidad en el acceso a la tecnología, factor importante para el mejoramiento de la enseñanza y aprendizaje, mientras que apenas 4,29% de las familias tienen acceso a televisión por cable.

4.2.3.5. Educación.

4.2.3.5.1. *Alfabetismo y analfabetismo.* La tasa de alfabetismo en la parroquia El Anegado es alta con un 80,47%, representado por 3.963 personas, donde el grupo étnico con mayor número de alfabetos es el mestizo seguido del montubio; mientras que el 19,53% son analfabetos, representado por 962 personas, lo que representa un nivel de retraso en el desarrollo educativo de la población, por lo que en las comunidades se han emprendido programas de alfabetización.

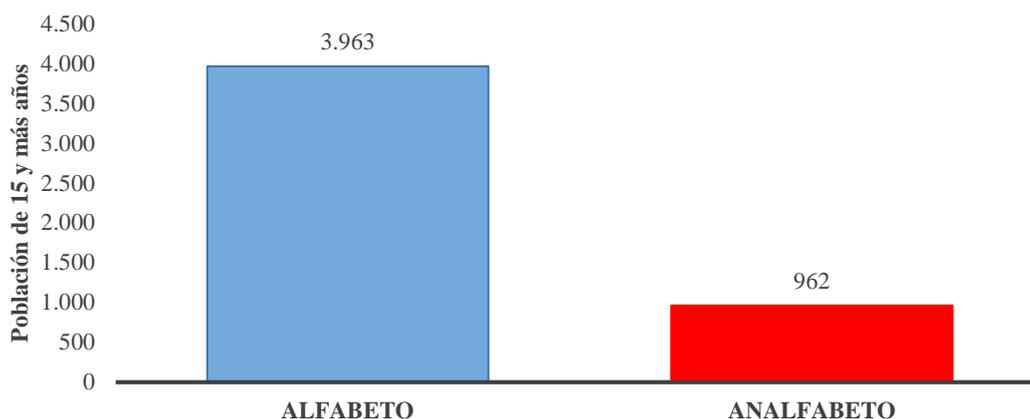


Figura 17. Parroquia El Anegado. Condición de educación, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

4.2.3.5.2. *Nivel de instrucción.* Si bien es cierto, el índice de escolaridad en la parroquia El Anegado es bajo, la educación regular se desarrolla en un proceso continuo, donde destaca la población del nivel primario con un 47,30%, seguido del secundario con 13,07%, educación básica con 11,20% y bachillerato con 4,09%, mientras que la población con el objetivo de alcanzar a obtener un postgrado es solo el 0,05%. Por otro lado, cabe destacar que 3,27% ha alcanzado una educación superior, lo que refleja la ingente base de recurso humano disponible para formular propuestas que exploten las potencialidades de la zona.

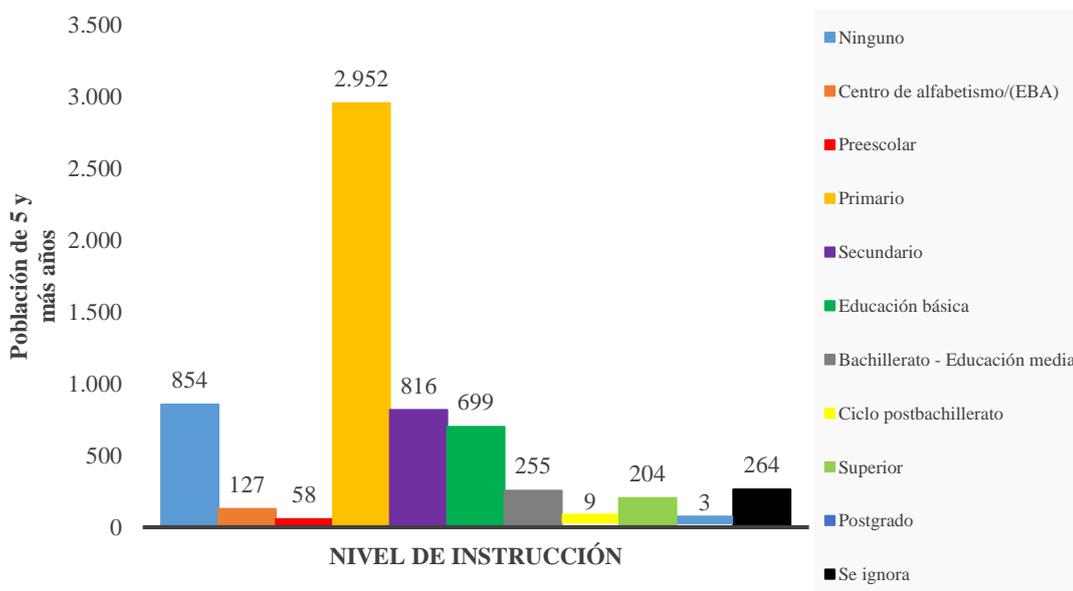


Figura 18. Parroquia El Anegado. Nivel de instrucción, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

4.2.3.6. Salud.

4.2.3.6.1. *Tipo de discapacidad.* El 8,78% la población de la parroquia El Anegado presenta una discapacidad, que en su mayor parte es por una afectación físico-motora (36,78%), seguido por la discapacidad visual (28,82%). Apenas el 6,8% de las personas que presentan una discapacidad asisten a un establecimiento para su atención o reciben ayuda del Programa Manuela Espejo y del patronato de Jipijapa.

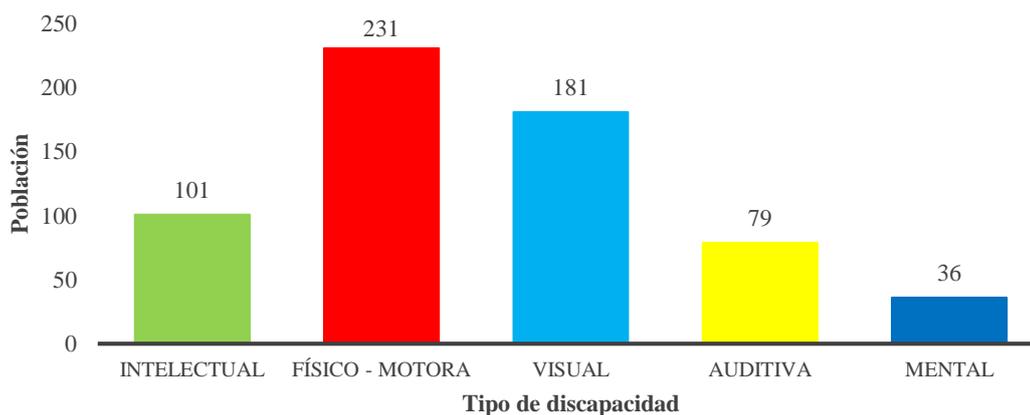


Figura 19. Parroquia El Anegado. Tipo de discapacidad, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

4.2.3.6.2. *Seguridad social.* Actualmente la parroquia El Anegado cuenta con 2 subcentros de salud, uno en la cabecera parroquial y otro en el recinto Albajacal, así como de 2 seguros campesino, uno en el recinto El Páramo y otro en el recinto Sucre, estos dispensarios cuentan con médicos de planta. Sin embargo, la infraestructura no tiene un mantenimiento permanente que permita brindar un mejor servicio a los afiliados, mientras que estos subcentros presentan problemas en relación al abastecimiento de insumos y medicinas. La cobertura de seguridad social en la parroquia El Anegado es muy baja, puesto que al ser rural, solo el 13,94% de sus habitantes están afiliados al seguro campesino por lo que obtienen beneficios relacionados a programas de salud, maternidad en las unidades médicas y un auxilio funerario que cubre a los miembros de la familia. El 0,08% está afiliado al seguro de la policía nacional y de las fuerzas armadas del Ecuador, el 1,86% aporta voluntariamente al ser trabajadores en relación de dependencia, el 0,77% aporta voluntariamente o es jubilado, mientras que el 75,77% de la población no aporta a la seguridad social, lo que refleja que gran parte de la población es pobre y no cuenta con los recursos para poder afiliarse.

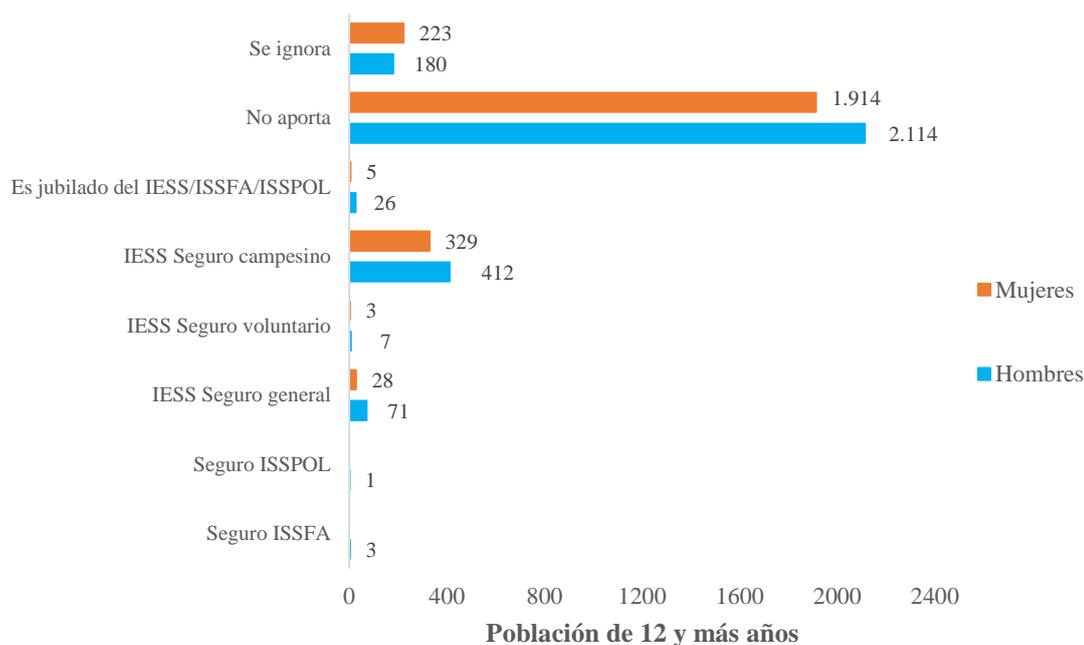


Figura 20. Parroquia El Anegado. Aportación o afiliación al seguro, en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

4.2.3.7. Pobreza por necesidades básicas insatisfechas.

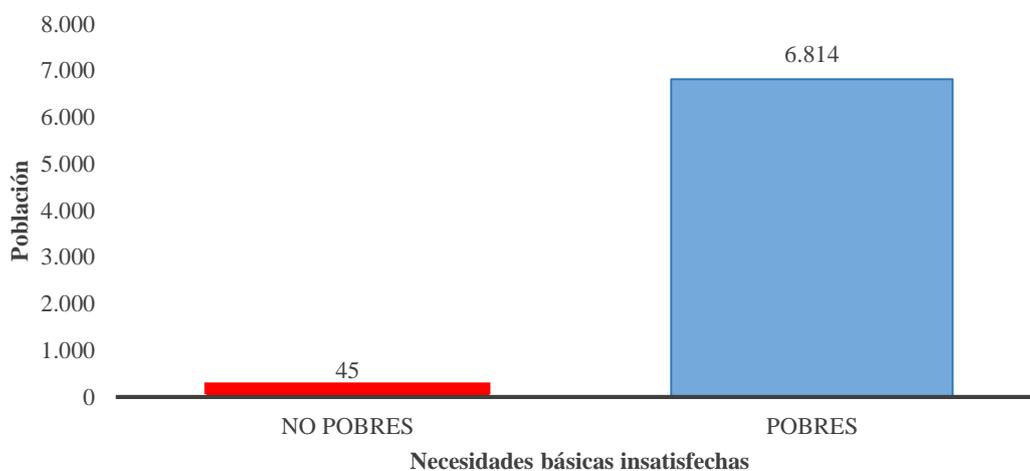


Figura 21. Parroquia El Anegado. Pobreza por NBI (personas), en 2010, información tomada del Sistema Nacional de Información – Senplades. Elaborado por el autor.

El 99,34% de las personas que residen en la parroquia El Anegado viven en condiciones de pobreza, mientras que solo el 0,66% de la población no es pobre. A su vez, el 99,40% de los hogares presenta signos de pobreza y solo el 0,60% de los hogares no es pobre. Este indicador demuestra que la mayor parte de la población no cuenta con ingresos adecuados, servicios básicos decentes, una educación de calidad que sea el pilar fundamental para el progreso de este pueblo y que en general contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida.

4.2.4. Componente cultural.

La parroquia El Anegado cuenta con varios sitios públicos que permiten realizar eventos sociales y deportivos, entre los que destacan, un coliseo, una cancha de uso múltiple, un parque recreacional, áreas verdes, una casa comunal y un centro de información (infocentro), donde el GAD parroquial realiza programas de capacitación y se da atención al usuario de manera gratuita.

En la parroquia se celebran tres fiestas principales: las fiestas patronales, la fiesta de las Mercedes y la fiesta de la virgen María. Es costumbre realizar desfiles en la cabecera parroquial para las fiestas parroquiales y patronales, donde participan las autoridades parroquiales, cantonales, provinciales, escuelas, asociaciones y la comunidad en general, además en los desfiles se presentan bailes y música tradicional acompañados de trajes típicos y donde se realizan juegos tradicionales.

Tabla 12. Fiestas tradicionales en la parroquia El Anegado

Fiestas	Fechas	Lugares
Fiestas Parroquiales	17 de abril	Cabecera parroquial
Fiesta Virgen María	3 de mayo	Comunidad María de Oro
Fiesta de Pedro y Pablo	30 de junio	Comunidad Sucre
Fiesta de San Lorenzo	10 de agosto	Comunidad San Lorenzo
Fiesta de las Mercedes	24 de septiembre	Comunidad Flor del Salto y Los Pocitos
Fiestas Patronales	17 de octubre	Cabecera parroquial
Fiesta Virgen de Monserrate	21 de noviembre	Comunidad La Susana
Fiesta Virgen de la Inmaculada	8 de diciembre	Comunidad el Páramo

Esta información fue tomada del GAD parroquial de El Anegado y elaborada por el autor.

Una de las actividades que se realiza en época de fiesta, son las casas abiertas, donde se promueve la participación ciudadana, así como también se da a conocer la diversidad de platos típicos que posee la parroquia, dentro de los cuales destaca: el greñoso, el bollo, la chicha, la natilla, la torta de choclo, la tortilla de maíz, el hornado, el exquisito café, el seco y caldo de gallina criolla y el reconocido ceviche con maní y aguacate.

La medicina tradicional comprende una gran variedad de terapias que han contribuido a la salud de la comunidad. Las plantas medicinales más utilizadas en los recintos de la parroquia son la hierbabuena, hoja de ruda, hoja de aire, hierba luisa, entre otras.

4.2.5. Inventario turístico de la parroquia El Anegado.

4.2.5.1. Mirador El Descanso. Es lugar único, desde donde se puede observar el valle y llanuras de la zona, además permite ver una panorámica de la cabecera parroquial y sus barrios. Este atractivo está ubicado en el recinto El Descanso, a 3 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por una vía de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 2. Mirador El Descanso).**

4.2.5.2. Mirador La Torre. Está ubicado estratégicamente, ya que cuenta con 3 torres que dotan de conectividad a la zona, además desde donde se puede tener una panorámica de la carretera principal E482. Este atractivo está ubicado en el recinto El Corozo, a 6 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por vías de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 3. Mirador La Torre).**

4.2.5.3. Cascada Flor del Salto. Tiene aproximadamente 15 metros de altura, es un balneario donde se puede disfrutar en familia y amigos, además ostenta una rica vegetación. Este atractivo está ubicado en el recinto Flor del Salto, a 5 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por vías de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 4. Cascada Flor del Salto)**

4.2.5.4. Cascada Bajo Grande. Tiene aproximadamente 10 metros de altura, es un balneario donde los turistas pueden relajarse por la fuerte caída de agua, además está rodeado por plantaciones de café. Este atractivo está ubicado en el recinto Bajo Grande, a 6 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por vías de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 5. Cascada Bajo Grande).**

4.2.5.5. Cascada de Sucre. Tiene aproximadamente 8 metros de altura, es un balneario espectacular para ir entre amigos, además de disfrutar del paisaje y de las pozas que se forman por la caída del agua. Este atractivo está ubicado en el recinto Sucre, a 6 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por una vía de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 6. Cascada de Sucre).**

4.2.5.6. Cascada de San Antonio. Tiene aproximadamente 12 metros de altura, es un balneario rodeado por rocas, donde el turista puede escalar hasta lo más alto de la cascada y relajarse bajo la fuerte caída de agua. Este atractivo está ubicado en el recinto San Antonio, a 4 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por una vía de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 7. Cascada de San Antonio).**

4.2.5.7. Cascada El Descanso. Tiene aproximadamente 10 metros de altura, es un balneario rodeado de árboles y de un paisaje que deja asombrado a los turistas, además se puede disfrutar de la poza natural que se forma por la caída de agua. Este atractivo está ubicado en el recinto El Descanso, a 4 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por una vía de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 8. Cascada El Descanso).**

4.2.5.8. Río de Sucre. Es un balneario especial para pasar en familia, además es un espacio idóneo para realizar pícnic. Este atractivo está ubicado en el recinto Sucre, a 6 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por una vía de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 9. Río de Sucre).**

4.2.5.9. Iglesia Santísima Virgen de Monserrate. Constituye un gran atractivo para los turistas por ser el centro religioso al que acuden la mayoría de los habitantes de la parroquia, en busca de paz y para agradecer a Dios por los buenos momentos, además cada 21 de noviembre la afluencia de devotos aumenta por celebrarse la fiesta de la patrona de la parroquia. Este atractivo está ubicado en la cabecera parroquial. **(Ver Anexo 10. Iglesia Santísima Virgen de Monserrate).**

4.2.5.10. Coliseo. Es un lugar especialmente utilizado por los jóvenes de la parroquia para realizar distintos deportes como indor futbol y básquetbol, así como también para realizar eventos para la comunidad y en días festivos se realiza la sesión solemne. Este atractivo está ubicado en la cabecera parroquial. **(Ver Anexo 11. Coliseo).**

4.2.5.11. Parque central. Es un lugar utilizado por los más pequeños de la parroquia, el mismo que cuenta con varios juegos infantiles que incentivan a la realización de deportes desde temprana edad. Este atractivo está ubicado en la cabecera parroquial. **(Ver Anexo 12. Parque central).**

4.2.5.12. Quinta Recreacional Gabriel. Es un balneario privado que cuenta con instalaciones que permiten la recreación en familia y amigos, así como también se puede disfrutar de la naturaleza y realizar diversos deportes como voleibol y cruzar de un lado a otro por medio de una tarabita. Este atractivo está ubicado en el recinto El Páramo, a 15 km de la cabecera parroquial, al cual se puede llegar por una vía de acceso en buen estado. **(Ver Anexo 13. Quinta Recreacional Gabriel).**

4.2.5.13. Fiestas Parroquiales. Las fiestas parroquiales se celebran cada 17 de abril, es una fecha de celebración para residentes y turistas, además se realizan diversas actividades organizadas por el GAD parroquial y la comunidad en general con el objetivo de embellecer a la parroquia y por la noche se espera la afluencia de personas de todos los recintos para disfrutar de la pista de baile con la orquesta invitada. Estas fiestas se realizan en la cabecera parroquial. **(Ver Anexo 14. Fiestas Parroquiales).**

4.2.5.14. Fiestas Patronales. Las fiestas patronales se celebran cada 17 de octubre, es un momento en el cual la población de la parroquia se entusiasma por participar en las distintas actividades como la sesión solemne, el desfile, los trajes típicos, la venta de comida típica, además adornan las calles principales para atraer a los turistas y por la noche se disfruta de la quema de castillo organizado por el GAD parroquial. Estas fiestas se realizan en la cabecera parroquial. **(Ver Anexo 15. Fiestas Patronales).**

4.2.5.15. Gallera. La pelea de gallos constituye una actividad que especialmente une a los amigos apasionados por demostrar la fuerza y fortaleza de sus gallos, además los turistas pueden disfrutar y ser partícipes de las constantes apuestas y de mucha energía por alentar al mejor gallo de la zona. Este atractivo está ubicado en la cabecera parroquial. **(Ver Anexo 16. Gallera).**

Capítulo V

Propuesta

5.1. Antecedentes

El turismo como actividad económica, en los últimos años se ha convertido en un fenómeno apto para masificar el desplazamiento de personas en todo el mundo, a su vez, aporta significativamente al desarrollo socioeconómico de las comunidades que se encuentran en el subdesarrollo, alienta a los gobiernos a invertir en estos sectores que presentan altos potenciales turísticos y genera nuevas fuentes de empleo que mejoran las condiciones de vida de la población.

Ecuador hoy en día experimenta un proceso de cambio notorio, que busca sentar bases que permitan desarrollar el turismo sostenible, basado en principios políticos, económicos, tecnológicos y socioculturales; mediante la intervención y manejo adecuado de los recursos naturales y culturales por parte de los diversos actores públicos, privados y la comunidad en general, para que de esta forma se contribuya positivamente al bienestar de la colectividad.

En relación a los problemas que presenta la parroquia y ante la existencia de productos de alto potencial pero que por falta de infraestructura adecuada y la suficiente promoción no explota ni desarrolla la actividad turística de forma sostenible, sumado al alto índice de desocupación presente mayoritariamente en un grupo compuesto por jóvenes de la zona, que no están capacitados ni cuentan con las herramientas necesarias para generar crecimiento económico a través del turismo.

El Plan estratégico de desarrollo turístico está enfocado en la necesidad de mejorar y mantener la infraestructura turística y la promoción, además de aprovechar de los recursos tangibles e intangibles de la parroquia El Anegado, mediante un recorrido de tipo vivencial que permitirá al turista reconocer y disfrutar de manera organizada la identidad cultural y gastronómica de la zona, a su vez, dicho plan se enfocará en transformar a la parroquia en un centro turístico sostenible y responsable con el cuidado del medio ambiente y cuya actividad turística se rige en base a la aplicación de buenas prácticas.

5.2. Plan Nacional del Buen Vivir período 2013 - 2017

Las cifras de turismo en el Ecuador, reflejan que la actividad turística con el paso de los años se ha fortalecido, de la mano de la inversión privada y junto con la promoción de campañas internacionales, que buscan posicionar al país como destino líder de turismo con

lo que se genera buen vivir en las comunidades y poblaciones dedicadas al turismo, a su vez, aumentar la participación de este sector en las exportaciones no petroleras.

El plan estratégico de desarrollo turístico de la parroquia El Anegado, está diseñado en base al Plan Nacional del Buen Vivir periodo 2013 – 2017 y a directrices del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia, busca iniciar una cultura de inclusión, participación e inversión social, al mismo tiempo promueve el trabajo digno, igualdad de género y protección de la identidad cultural, enfocándose en el desarrollo del turismo, para que esta actividad se convierta en una alternativa de progreso que contribuya a la disminución de la pobreza, el mejoramiento de la calidad de vida de la población y en general dinamizar la economía del país.

5.2.1. Objetivos alineados al turismo.

Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo)

8.9. Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario.

8.9.k. Fomentar el turismo comunitario y el turismo social.

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo)

10.3. Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.

10.3.g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

10.3.h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

5.3. Ministerio de Turismo

5.3.1. Misión. Ejercer la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible. (Ministerio de Turismo)

5.3.2. Visión. Convertir a Ecuador en potencia turística. Un destino único que desarrolle su patrimonio natural – cultural y sea reconocido por la excelencia en la calidad de los servicios. (Ministerio de Turismo)

5.3.3. Objetivos. Los objetivos establecidos por el MINTUR están enfocados en dos aristas: la oferta turística a través de un Plan estratégico de desarrollo del turismo y la demanda turística por medio de un Plan integral de marketing turístico del Ecuador, buscando potenciar y mejorar de manera positiva el turismo en el país a través de medios de información y comunicación (Ministerio de Turismo, 2013).

- ✓ Mejorar los destinos y servicios.
- ✓ Mejorar las competencias del recurso humano.
- ✓ Crear nuevas oportunidades para las inversiones.
- ✓ Generar información turística relevante.
- ✓ Diversificar los mercados de origen.
- ✓ Desconcentrar las visitas a los destinos.
- ✓ Difundir las acciones de desarrollo y de promoción de los destinos, atractivos y productos turísticos a través de nuevos canales informativos.
- ✓ Registrar y difundir la gestión turística a través de videos y fotografías.
- ✓ Delinear políticas de información y comunicación; de concienciación y sensibilización ciudadana para el uso y el cuidado de los bienes turísticos nacionales para generar en la población una cultura turística consciente; y
- ✓ Coordinar la producción de insumos comunicacionales como impresos, memorias.

5.4. Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia El Anegado

5.4.1. Misión. Practicar las competencias públicas mediante la planificación, ejecución, gestión, regulación y promoción del desarrollo integral del gobierno parroquial, a través de la ejecución de servicios, planes y programas de calidad, eficientes y transparentes, con la participación decisiva y permanente de la ciudadanía, corresponsable socialmente en la búsqueda y consecución del buen vivir de los habitantes de manera conjunta. (GAD Parroquial de El Anegado, 2014)

5.4.2. Visión. La parroquia El Anegado en el año 2019 cuenta con áreas reforestadas que conservan las fuentes naturales de agua e incentiva el turismo ecológico, por tal motivo, cuenta con vías adecuadas que permiten una óptima movilidad de las personas, bienes y productos. Fortalece a

los actores sociales, vincula a la juventud e incentiva actividades productivas comunitarias; apoya la organización de los ciudadanos fortaleciendo su identidad con la parroquia y sus respectivas comunidades y recintos. También posee un sistema de participación ciudadana que vigila el cumplimiento de las obras y la calidad de los servicios básicos y públicos. Además, tiene una comunicación óptima con los habitantes de las comunidades realizando un buen uso de las herramientas de participación ciudadana. (GAD Parroquial de El Anegado, 2015)

5.4.3. Objetivos estratégicos. En la parroquia El Anegado se busca impulsar un modelo de desarrollo endógeno, potencializando las actividades económicas, productivas, ambientales, sociales, culturales y turísticas de la zona, de modo que puedan ser utilizadas para fortalecer la economía de adentro hacia afuera de manera sostenible. El modelo de desarrollo territorial debe abordar propuestas relacionadas con los sistemas económico-productivo, ambiental, sociocultural y político institucional (GAD Parroquial de El Anegado, 2014).

1. Promover la conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales que garanticen un desarrollo sustentable para las futuras generaciones.
2. Preparar a la ciudadanía para actuar ordenada y responsablemente ante desastres naturales.
3. Incentivar la buena convivencia de la ciudadanía, el mantenimiento y rescate de las tradiciones ancestrales.
4. Mejorar la calidad de la vida de los grupos de atención prioritaria y población vulnerable.
5. Construir, reconstruir y/o rehabilitar los espacios públicos para el desenvolvimiento adecuado de las personas.
6. Capacitar y formar a la comunidad en temas productivos, proyectos innovadores, nutricionales y buenas prácticas ambientales.
7. Fortalecer la productividad agropecuaria y complementaria con adecuada infraestructura que apoye a la producción.
8. Fomentar la importancia de la legalización de tierras rurales.
9. Velar por el acceso de las comunidades a agua apta para el consumo humano.
10. Gestionar la planificación urbana y el acceso a servicios básicos para la cabecera parroquial.
11. Mejorar el estado de los caminos vecinales para una buena movilidad de las personas, bienes y productos.

12. Gestionar el mejoramiento de la movilidad, conectividad y servicio de energía para la parroquia El Anegado.
13. Articular con los diferentes niveles de Gobierno para buscar el desarrollo local, gestión y/o seguimiento de los proyectos de inversión pública.

El plan estratégico de desarrollo turístico, se encuentra alineado al objetivo institucional N° 6 del GAD parroquial de El Anegado, “Capacitar y formar a la comunidad en temas productivos, proyectos innovadores, nutricionales y buenas prácticas ambientales”.

5.5. Plan estratégico de desarrollo turístico de la parroquia El Anegado del cantón Jipijapa, provincia de Manabí

Las estrategias del plan están definidas de acuerdo a las necesidades que presenta la parroquia El Anegado con el objetivo de desarrollar y diversificar los bienes y servicios ofertados, para explotar eficientemente los recursos turísticos existentes en la zona y mejorar la infraestructura turística, a su vez, contar con la participación activa del GAD parroquial y la comunidad, para que de esta manera se generen nuevas fuentes de empleos.

5.5.1. Misión. Fomentar e impulsar el desarrollo de actividades turísticas con la participación activa del GAD parroquial de El Anegado, el sector privado y la comunidad, para dinamizar la economía local y posicionarse a nivel nacional como un destino turístico que permita el desarrollo de la parroquia.

5.5.2. Visión. La parroquia El Anegado en el año 2023 cuenta con infraestructura y equipamiento que permitirá posicionarse como un referente a nivel provincial, lo que permitirá dinamizar su economía especializándose en servicios turísticos. Su población estará altamente capacitada para proporcionar una adecuada atención a los turistas, además el tejido organizacional estará bien estructurado, permitiéndole el planteamiento de objetivos y metas comunes.

5.5.3. Objetivos estratégicos.

- ✓ Impulsar la actividad turística con la participación activa del GAD parroquial de El Anegado, para explotar de manera adecuada la diversidad de atractivos naturales y culturales que hay en la zona.
- ✓ Promocionar el turismo de la parroquia El Anegado con el apoyo del sector público y privado.

- ✓ Capacitar a la comunidad de la parroquia El Anegado en temas relacionados al turismo para mejorar la atención a los turistas.
- ✓ Adaptar el plan estratégico de desarrollo turístico para posicionar la parroquia El Anegado como destino turístico a nivel nacional e internacional.

5.5.4. Análisis del Macroentorno. El análisis del macroentorno cuenta con factores de carácter externos, de los cuales destacan los factores políticos, económicos, tecnológicos y socioculturales los principales.

5.5.4.1. Factores políticos. El Art.- 57 de la Constitución, establece que se reconocerá y garantizará a las comunas, comunidades y pueblos a mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social, así como también tendrán el respaldo del Ministerio de Turismo para desarrollar el turismo comunitario (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008). El gobierno nacional con la implementación de políticas para incentivar el turismo y promover la inversión en los atractivos, ha tenido gran éxito con los programas All you need is Ecuador, Ecuador potencia turística y Viaja primero Ecuador, generó un impacto positivo en las redes sociales, televisión y páginas web.

5.5.4.2. Factores económicos. El turismo comunitario tiene impactos positivos, puesto que dinamizará la economía de la zona a través de las actividades productivas que componen la oferta turística, a su vez, generar fuentes de empleo directo e indirecto con lo que se mejora el nivel socioeconómico de la zona.

5.5.4.3. Factores tecnológicos. El desarrollo tecnológico junto con la introducción del internet en un mundo globalizado, representó que esta herramienta sea un acierto para la transformación positiva de la actividad turística, como medio de promoción y comercialización de los atractivos de cualquier comunidad.

5.5.4.4. Factores socioculturales. La ejecución del turismo comunitario sostenible busca promover los patrimonios turísticos, por medio del cuidado del medioambiente y la contribución del desarrollo local y la preservación de la identidad cultural.

5.5.5. Coordinación interinstitucional. El objetivo principal de estas estrategias es construir una relación de acercamiento con las diferentes entidades públicas como el Ministerio de Turismo, el Gobierno Provincial de Manabí, el Gobierno Municipal de Jipijapa, el GAD Parroquial de El Anegado y entidades privadas dedicadas a la actividad turística, a través de una coordinación interinstitucional con los principales actores que permitan buscar los mecanismos publicitarios que mejoren la imagen a la parroquia El Anegado, ya que estos mecanismos serán el componente

principal para incrementar la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros y lograr promover los atractivos turísticos que posee la parroquia.

5.5.5.1. Estrategias de coordinación interinstitucional.

1.- Fortalecer institucionalmente el GAD parroquial de El Anegado, con profesionales aptos para desarrollar los distintos procesos administrativos de manera eficaz y eficiente, para que de esta manera se contribuya con el desarrollo socioeconómico de la parroquia.

2.- Dotar de facilidades turísticas a la parroquia El Anegado, a través de la creación de centros de información turística ubicados en sitios estratégicos, además de precautelar la seguridad de los turistas en todos los atractivos turísticos, para lograr que estos deseen volver en una próxima ocasión a la parroquia.

3.- Mejorar los caminos viales para permitir que los turistas tengan fácil acceso hacia los atractivos turísticos, además de implementar señaléticas informativas y turísticas que indiquen la ubicación de los distintos lugares de la parroquia, para ayudar a los turistas a identificar de manera rápida el lugar al que se pretende llegar.

4.- Participar en ferias organizadas por el Ministerio de Turismo e iniciar campañas o ferias de promoción interna en el parque central, ya que por su estratégica ubicación permite captar una mayor afluencia de personas, a las cuales se les dará a conocer los atractivos turísticos que posee la parroquia El Anegado.

5.- Capacitar continuamente en materia turística a los prestadores de servicios y gestores turísticos de la parroquia El Anegado, facilitándoles instrumentos técnicos que les permitan mejorar la calidad de los servicios turísticos que brindan, a su vez, incentivándolos a desarrollar habilidades que les permitan emprender en diversas actividades turísticas por sí mismos.

6.- Implementar un plan de manejo ambiental sostenible que garantice la conservación y uso racional de los recursos turísticos de la parroquia El Anegado; a través del fomento de una cultura de educación ambiental para las nuevas generaciones, a su vez, se deberá diseñar un plan de manejo eficiente de desechos sólidos y líquidos que se generen por la actividad turística.

7.- Fomentar el interés en los estudiantes de educación básica y secundaria sobre el uso sostenible de los recursos turísticos; por medio de la adaptación de nuevas materias referentes a principios de turismo en el pensum académico con el objetivo de desarrollar la actividad turística sin alterar los recursos naturales.

8.- Implementar un programa de mejoramiento turístico continuo, que comprenda la readecuación y diversificación de la infraestructura turística de la parroquia El Anegado, así como también mejorar los servicios básicos y dotar de una mejor conectividad en la zona, lo que permitirá dar una mayor expectativa al turista para que en el mediano plazo se incremente la afluencia de visitantes y esto sea un indicador positivo para la creación de nuevas fuentes de empleo.

9.- Fortalecer las actividades de marketing turístico de la parroquia El Anegado, mediante la promoción de los recursos naturales y culturales de la zona, por medio de la publicación de información actualizada y detallada en el sitio web del GAD parroquial, lo que permitirá posesionarse en el mercado como destino de gran potencial idóneo para desarrollar turismo.

5.5.5.2. Mecanismo de publicidad.

1.- **Material pop:** Es necesario diseñar un logotipo y eslogan que contribuya a la promoción y posicionamiento de la parroquia El Anegado en el mapa turístico de la provincia de Manabí. Por esta razón se propone el logotipo y eslogan propuesto para la parroquia El Anegado. (**Ver Anexo 17. Marca turística de la parroquia El Anegado**).

“Bienvenidos a la parroquia El Anegado, un rincón de la naturaleza rodeado de bellas mujeres y hermosas cascadas”

La información de los atractivos turísticos de la parroquia El Anegado se difundirán en los siguientes medios: televisión, radio, prensa escrita, trípticos, vallas publicitarias y en redes sociales.

2.- **Televisión:** Se definió el uso de este medio publicitario, por ser el más utilizado hoy en día, por acaparar una gran audiencia y elevada cobertura a nivel nacional. El spot publicitario televisivo tendrá una duración de 20 segundos y se lo difundirá por un mes de lunes a viernes con frecuencia de 3 veces en una hora, en los siguientes medios de televisión:

Tabla 13. Spot publicitario televisivo

Canal	Programa	Horario	Frecuencia	Duración
Jipi Tv	El Mañanero Manabita	7h00 - 8h00	3 veces	20"
Oromar Tv	Informativo NTI	7h00 - 8h00	3 veces	20"
Ecuavisa	Noticiero en la Comunidad	6h00 - 7h00	3 veces	20"
Ecuador Tv	Noticias 7	6h00 - 7h00	3 veces	20"

Esta información fue elaborada por el autor.

3.- **Radio:** El uso de este medio publicitario probablemente sea el más adaptable acorde a la participación y atención del receptor. El spot publicitario radial tendrá una duración de 45 segundos y se lo difundirá en horarios rotativos con la participación de dos voces (hombre y mujer), en los principales medios radiales. A continuación, se presenta el contenido del spot radial:

“¿Quieres viajar y no sabes a dónde ir? Te invito a visitar la parroquia El Anegado ubicada a 120 km de Guayaquil; este hermoso lugar de la provincia de Manabí los recibe con amabilidad y una exquisita gastronomía. No dudes en ir a El Anegado y pasa un momento ameno en familia y amigos”.

Tabla 14. Spot publicitario radial

Radio	Frecuencia	Horario	Duración
CD Café	10 veces al día	Lunes a viernes	45"
La Voz	10 veces al día	Lunes a viernes	45"
Unesum	10 veces al día	Lunes a viernes	45"
La Otra	10 veces al día	Lunes a viernes	45"

Esta información fue elaborada por el autor.

4.- **Prensa escrita:** Este medio es considerado como uno de los medios publicitarios que permite posicionar de forma directa la selección del potencial consumidor al cual se desea llegar. Los anuncios tendrán un formato 27 cm de ancho y 7 cm de largo y se lo difundirá de lunes a viernes en la sección interior de cualquier página de los diarios: El Universo y Diario Manabita.

5.- **Tríptico:** Los trípticos estarán impreso a full color en hojas de formato A4, con dimensiones de 30 x 20 cm. En la portada estará el nombre de la parroquia con sus respectivo logotipo y eslogan turístico, en el anverso se detallarán los sitios turísticos más representativos de la parroquia y en el reverso se colocará la ubicación geográfica y gastronomía de la parroquia. **(Ver Anexo 18 y 19. Tríptico anversos y reverso).**

6.- **Valla publicitaria:** Es de vital importancia colocar vallas en determinados sitios estratégico de las carreteras del país, incentivando a los turistas a visitar la parroquia El Anegado. **(Ver Anexo 20. Valla publicitaria).**

7.- **Redes sociales:** Las redes sociales generan un gran impacto en la sociedad, puesto que al ser instrumento de fácil acceso, permitirá promocionar los distintos atractivos turísticos de la parroquia El Anegado, por lo que es necesario poner en marcha un plan de marketing con el uso de las redes sociales. La URL de la red social utilizada es www.facebook.com y podrán buscar como Parroquia El Anegado. **(Ver Anexo 21. Red social Facebook).**

Conclusiones

- ❖ La población de la parroquia El Anegado carece de servicios básicos adecuados, educación, salud, conectividad y condiciones de habitabilidad dignas; lo que se ve reflejado en la precaria condición de vida y los altos niveles de pobreza extrema de la mayoría de la población.
- ❖ La parroquia El Anegado posee un alto potencial de desarrollo turístico, pues cuenta con atractivos naturales y culturales, que le permiten captar turistas nacionales y extranjeros.
- ❖ La parroquia El Anegado tiene poca promoción turística, puesto que no se conoce de un plan estratégico adecuado, que contribuya a incrementar los turistas en la zona y mejore las condiciones de vida de la población.
- ❖ La parroquia El Anegado posee una infraestructura básica y turística deficiente, lo que representa ser un obstáculo para el desarrollo socioeconómico de la parroquia.
- ❖ Es fundamental que para el desarrollo del turismo en la parroquia El Anegado, se suscriban un conjunto de convenios interinstitucionales entre entidades públicas y privadas, que permitan fortalecer las instituciones para este cometido.
- ❖ Se propone un Plan estratégico de desarrollo turístico, que consiste en un conjunto de acciones, políticas, estrategias publicitarias, convenios interinstitucionales, implementación de señaléticas informativas, capacitaciones a los dueños de establecimientos turísticos; con la finalidad de generar nuevas fuentes de empleos, basado en una cultura de conservación y cuidado de los recursos naturales y culturales.

Recomendaciones

- ❖ Crear una instancia en el GAD parroquial, cuya misión sea dedicarse exclusivamente a promover programas y proyectos turísticos, que permitan desarrollar el turismo en la parroquia El Anegado.
- ❖ Diseñar un mapa turístico en el que consten los atractivos naturales, servicios de alojamiento, alimentación, lugares comerciales y otros sitios de la parroquia El Anegado, ya que esto contribuye al posicionamiento del turismo de la parroquia a nivel local y nacional, que junto con los demás mecanismos aportará al incremento de turistas en el mediano plazo.
- ❖ Diseñar de una página web, donde los turistas y la comunidad en general puedan acceder a información actualizada, además representa un medio importante para promover campañas y actividades no solo turísticas.
- ❖ Crear una agencia turística que tenga como finalidad captar turistas nacionales como extranjeros, dándoles facilidades de transportación, alojamiento, alimentación, conectividad y servicios básicos, durante su estancia en la parroquia El Anegado.

Referencias bibliográficas

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Asamblea Nacional del Ecuador:
http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Benavides Hernández, M. V. (2013). *Desarrollo del turismo comunitario, en la comunidad de Monteverde, cantón Montúfar, provincia del Carchi, para impulsar la actividad turística comunitaria*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi: <http://www.repositorioupec.edu.ec/handle/123456789/167>
- Burgos Molina, A. (2015). *Análisis de factibilidad para el implemento de un centro turístico para el desarrollo del turismo comunitario en la provincia de Manabí en el cantón Puerto López*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7835>
- Consejo Sectorial de la Producción. (2017). *En 2017, el Consejo Sectorial de la Producción aprobó las Políticas de Turismo y de Empleo y Trabajo*. Obtenido de Consejo Sectorial de la Producción: <http://www.produccion.gob.ec/en-2017-el-consejo-sectorial-de-la-produccion-aprobo-las-politicas-de-turismo-y-de-empleo-y-trabajo/>
- Debbage, K. G., & Daniels, P. (Abril de 1998). *La Geografía Económica de la Industria Turística. Un análisis del lado de la oferta*. Obtenido de Taylor & Francis eBooks :
<http://www.tandfebooks.com/doi/pdf/10.4324/9780203398425?DrmAccessMode=offline>
- Foro Económico Mundial. (2017). *Índice de reporte de competitividad viaje y turismo*. Obtenido de Foro Económico Mundial:
http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf
- GAD Parroquial de El Anegado. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2015*. Obtenido de GAD Parroquial de El Anegado:
<http://gadelanegado.gob.ec/manabi/wp-content/uploads/2014/10/PDOT-El-Anegado.pdf>
- GAD Parroquial de El Anegado. (29 de 10 de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2019*. Obtenido de GAD Parroquial de El Anegado:
http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360027320001_PDyOT%20El%20Anegado%202015-2019_29-10-2015_23-00-31.pdf
- GAD Parroquial de El Anegado. (s.f.). *Historia de la parroquia El Anegado*. Obtenido de GAD Parroquial de El Anegado: <http://gadelanegado.gob.ec/manabi/?p=106>
- Loza Patón, E. (2005). *El turismo como medio de desarrollo de Capacabana*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad Mayor de San Andrés:
<http://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/6250>

- Ministerio de Turismo. (2007). *Plan estratégico de desarrollo de turismo "PLANDETUR 2020"*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.undp.org/ec/odm/planes/plandetur.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2013). *Planes Estratégicos*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (05 de 01 de 2017). *El Turismo dinamizó en 285.5 millones de dólares la economía el 2016*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizo-en-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>
- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Boletín estadísticas turísticas 2011 - 2015*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>
- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Turismo en cifras*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Valores/Misión/Visión*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Naranjo Borja, K. E. (2009). Análisis de la evolución histórico – cultural del proyecto de desarrollo comunitario en la parroquia Salinas de la provincia de Bolívar. *Revista Politécnica*, 7. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/5534/1/Efra%C3%ADn-Naranjo.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Entender el turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Rodríguez Pulgarín, E. A. (10 de 08 de 2011). *Clases de turismo*. Obtenido de Revista vinculando: http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (s.f.). *Objetivos Nacionales para el Buen Vivir*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>
- Vicepresidencia de la República del Ecuador. (2015). *Análisis de la Cadena del Turismo*. Obtenido de Vicepresidencia de la República del Ecuador: <http://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-Turismo-1.pdf>

A N N E X O S

Anexo 4



Anexo 5



Anexo 6



Anexo 7*Anexo 8*

Anexo 9*Anexo 10**Anexo 11*

Anexo 12*Anexo 13**Anexo 14*

Anexo 15



Anexo 16



Anexo 17



Anexo 18

Datos generales de la parroquia El Anegado

La parroquia El Anegado forma parte del cantón Jipijapa, siendo una de las siete parroquias rurales, que por su ubicación estratégica es un lugar realmente maravilloso de nuestro país, se encuentra ubicado en las estribaciones de la cordillera Chongón - Colonche y está situado a 120 km de Guayaquil.



Limita al norte con la parroquia La América, al sur y este con el cantón Paján y al oeste con la parroquia Julcuy.

Gastronomía de la parroquia El Anegado



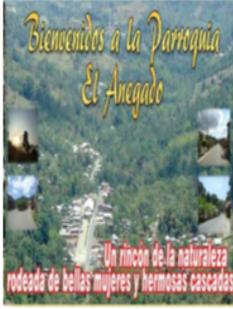
Visitar El Anegado es llegar a un sitio maravilloso de la provincia de Manabí, rico en recursos naturales y culturales, y de una variada gastronomía, de gente honesta y trabajadora.



 Parroquia Rural El Anegado



El Anegado un rincón turístico del Ecuador



Jipijapa—Ecuador
2017

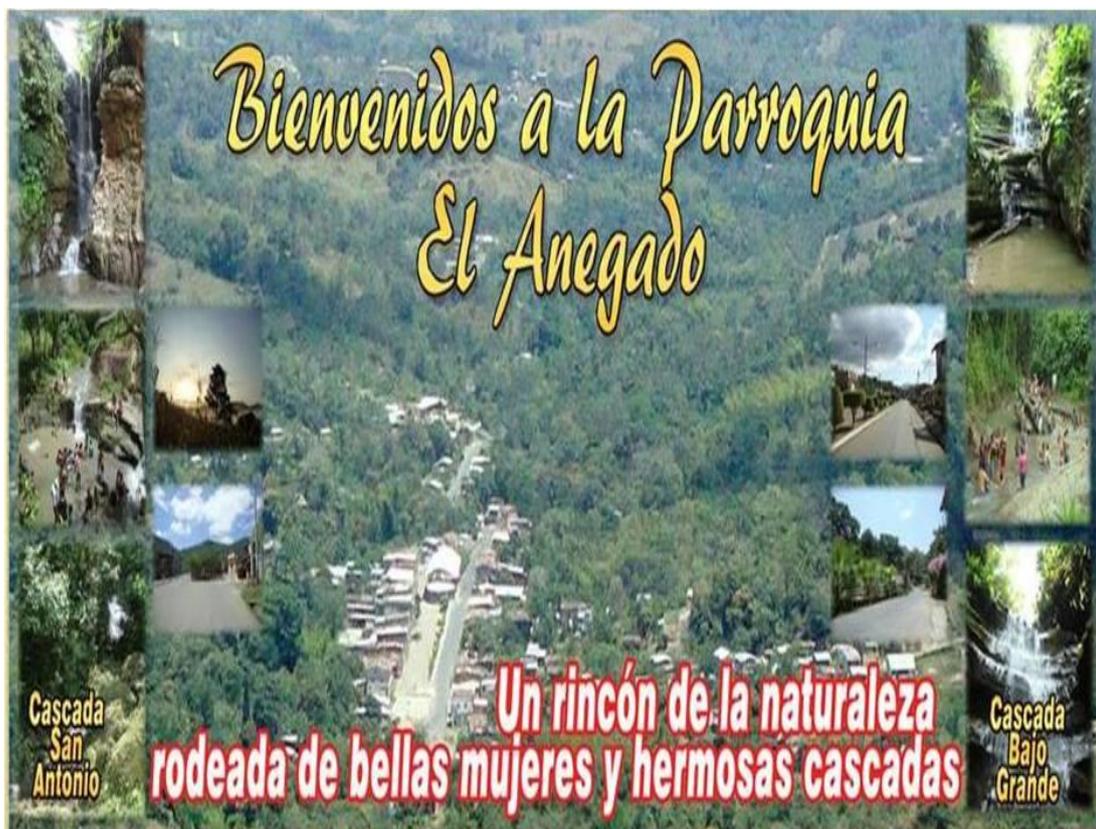
Anexo 19

CONOCE LA PARROQUIA EL ANEGADO Y SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

La parroquia El Anegado posee atractivos turísticos naturales y culturales que permiten realizar ecoturismo, agroturismo y turismo de montaña y donde el turista puede observar la identidad cultural y gastronómica de sus habitantes. Los principales destinos turísticos de la parroquia son:

<p>Cascada Bajo Grande</p> 	<p>Cascada Flor del Salto</p> 	<p>Fiestas patronales</p> 
<p>Cascada Sucre</p> 	<p>Mirador El Descanso</p> 	<p>Coliseo</p> 
<p>Iglesia Virgen de Monserrate</p> 	<p>Parque central</p> 	

Anexo 20



Anexo 21