



Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

PROYECTO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN MARKETING
Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL.

“ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS EN LA
PARROQUIA PUERTO EL MORRO CON POTENCIALIDAD DE TURISMO
COMUNITARIO, AÑO 2017”.

AUTORES:

TOMÁS XAVIER ANDRADE BRAVO

FIAMA JAQUELINE DUQUE UGSIÑA

TUTOR:

LCDA. LUCI SALAS NARVÁEZ

GUAYAQUIL, 2017



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Tema: “Análisis de las necesidades básicas insatisfechas en la Parroquia Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario, Año 2017”		
Título: “Diseño de estrategias de marketing digital para la parroquia Puerto El Morro en base a sus capacidades turísticas y demanda potencial, año 2017”.			
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Andrade Bravo Tomás Xavier Duque Ugsiña Fiama Jaqueline		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Tutor: Lcda. Luci Salas Narváz		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil	Facultad:	Ciencias Administrativas
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial		
GRADO OBTENIDO:	Pre-Grado		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	220
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación integral en la mercadotecnia		
PALABRAS CLAVES:	Necesidades básicas insatisfechas, Turismo comunitario, Marketing digital		
RESUMEN/ABSTRACT: La presente tesis tiene como objetivo analizar las necesidades básicas insatisfechas en la Parroquia de Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario, y así realizar recomendaciones de acuerdo con los resultados encontrados. La metodología que se desarrolló para lograr los datos del análisis es cualitativa y cuantitativa, se llevó a cabo mediante encuestas y entrevistas a través de los cuestionarios de preguntas que se analizaron y los resultados fueron validados mediante el programa SPSS. Se ejecutó un estudio mediante el método de las necesidades básicas insatisfechas desarrollada por CEPAL, para determinar los conceptos basados en la problemática y en el objetivo general como en los objetivos específicos. Se realizó conclusiones con los fundamentos obtenidos y se generó recomendaciones dirigidas al diseño de estrategias de marketing digital para comunicar y promocionar a la Parroquia Puerto El Morro.			
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0985012645 0982232976	E-mail: tomas.andradeb@ug.edu.ec fiama.duqueu@ug.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ab. Elizabeth Coronel Castillo		
	Teléfono: 04-259-6830		
	E-mail: elizabeth.coronelc@ug.edu.ec		



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Sr.

**ING. MARIO ZAMBRANO PALADINES. MAE.
DIRECTOR (A) DE LA CARRERA ING. MARKETING Y NEGOCIACIÓN
COMERCIAL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación, “**Análisis de las necesidades básicas insatisfechas en la Parroquia Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario, año 2017**”, de los estudiantes Andrade Bravo Tomás y Duque Ugsiña Fiana indicando han 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 los estudiantes están aptos para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Lcda. Luci Salas Narváez

C.I: 0921307559



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **Lcda. Luci Salas Narváez**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Tomás Xavier Andrade Bravo, C.C.: 0950428383** y **Fiama Jaqueline Duque Ugsiña, C.C: 0940970478**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Ingeniero en Marketing y Negociación Comercial**.

Se informa que el trabajo de titulación: **“Análisis de las necesidades básicas insatisfechas en la Parroquia Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario, año 2017”**, ha sido orientado Durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio **“URKUND”** quedando el **1%** de coincidencia.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL

"ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS EN LA PARROQUIA PUERTO EL MORRO CON POTENCIALIDAD DE TURISMO COMUNITARIO"

AUTORES: TOMÁS XAVIER ANDRADE BRAVO FIAMA JAQUELINE DUQUE UGSIÑA TUTORA: Lcda. LUCI SALAS NARVAEZ "Análisis de las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) en la Parroquia Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario"

Autores: Tomás Xavier Andrade Bravo Fiama Jaqueline Duque Ugsiña Tutora: Lcda. Luci Salas Narváez

Resumen La presente tesis posee como objetivo analizar las necesidades básicas insatisfechas en el sector de Puerto el Morro con potencialidad de turismo comunitario, para determinar las necesidades básicas insatisfechas para así mismo formar recomendaciones de acuerdo con los resultados encontrados. La metodología que se manejó para lograr los datos del análisis es cualitativa y cuantitativa, desarrollado mediante encuestas y entrevistas a través de los cuestionarios de preguntas que se analizaron y los resultados fueron validados mediante el programa SPSS. Se ejecutó un estudio mediante el método de las necesidades básicas

Lcda. Luci Salas Narváez
C.I: 0921307559



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICADO DE ANTI PLAGIO

Habiendo sido nombrado, Lcda. Luci Salas Narváez, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por los Egresados: Tomás Xavier Andrade Bravo, con C.C.: 0950428383 y Fiama Jaqueline Duque Ugsiña, con C.C: 0940970478, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial.

Tema: “Análisis de las necesidades básicas insatisfechas en la Parroquia Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario, año 2017”

Aseguro haber revisado el Informe arrojado por el Software de Anti plagio “URKUND” y que todas las fuentes utilizadas detectadas por el mismo en el trabajo en mención se encuentran debidamente citada de acuerdo a las normas APA vigente, por lo tanto, la presente tesis es de su autoría.

Lcda. Luci Salas Narváez

C.I. No: 0921307559



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

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

Yo, **Tomás Xavier Andrade Bravo con C.I. No. 0950428383** y **Fiama Jaqueline Duque Ugsiña con C.I No. 0940970478** certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“Análisis de las necesidades básicas insatisfechas en la Parroquia Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario, año 2017”**, son de nuestra 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

Tomás Andrade Bravo

C.I: 0950428383

Fiama Duque Ugsiña

C.I: 0940970478

*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.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por permitirme llegar hasta este momento tan especial para mí que es mi formación profesional, por darme las fuerzas de luchar con mi vida y cumplir con mis objetivos. A mi abuela por el sostén incondicional que me da desde pequeña con sus consejos, con la educación que me dio y con su cariño de madre. A mi abuelo que es como un padre para mí, me ayudado mucho en mi lapso estudiantil, y por mi abuelo es que he llegado hasta aquí. A mis tíos que me supieron guiar por el buen camino y han estado conmigo en todo momento. A mi compañero de tesis Tomás Andrade que ha llegado como compañero, amigo y enamorado, y hemos llegado hasta aquí para la culminación de la carrera profesional. A mi tutora Luci Salas por la guía y su sabiduría transmitida para la elaboración de la tesis.

Fiana Jaqueline Duque Ugsiña

Dedicatoria

A Dios, por permitirme llegar a culminar mi carrera profesional. A mi mamá por ser mi guía y apoyarme en todo, por su sabiduría y ahora estoy aquí a terminando mi carrera universitaria. A mi papá, mi ejemplo en mi vida y llenarme de mucha sabiduría y su sostén incondicional en mi formación académica. Mi hermana con sus consejos, experiencias y sabiduría que me sirve para afrontar mis retos en mi vida. A mi compañera de trabajo Fiana Duque quien se es una fortaleza que no permite que decaiga en el proceso. A Mi tutora Luci Salas por los conocimientos otorgados y la guía para así lograr completar la tesis.

Tomás Xavier Andrade Bravo

Agradecimiento

Agradezco a Dios por nunca desampararme y permitirme cumplir una de tantas metas que tengo. A mis abuelos que son mi pilar fundamental en mi vida, gracias por haberme dado la educación en el lapso estudiantil, me han formado con criterio profesional y me ha demostrado su amor de padres, desde pequeña me han guiado por el camino del bien y esto les debo a ellos que puedo culminar con mi carrera universitaria. A mis tíos por sus buenos deseos y por su ayuda tanto en lo moral y económico, gracias por confiar en mí, por creer en mí y este título obtenido es por y para ustedes mi familia.

Gracias a Tomás Andrade por guiarme y tenerme mucha paciencia, por aconsejarme, por estar en todo momento conmigo por apoyarme incondicionalmente en todo, juntos hemos llegado hasta el fin de la carrera profesional.

A mi tutora Lucí Salas, por todo el apoyo, sabiduría brindada, por la amistad, por toda la guía que nos dio para poder realizar esto trabajo juntos y llegar a la culminación.

Fiana Jaqueline Duque Ugsiña

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme las fuerzas para luchar y seguir con mis objetivos. Mis padres porque sin ellos no hubiese podido llegar hasta aquí, gracias por darme las fuerzas para luchar y formar mi vida estudiantil llena de aprendizajes enseñanzas que lo pondré a prueba en la vida laboral. Mi hermana por enseñarme y apoyarme en todo lo necesario, por estar conmigo en todo momento. Gracias a ustedes mi familia por su ayuda obtendré mi título. Gracias a Fiana Duque por ser compañera, por apoyarme en mis metas que tengo.

Gracias a los profesores por su ayuda, aprendizajes y sabiduría nos supieron guiar para llegar a formarnos profesionalmente. A mi tutora Lucí Salas que fue mi guía para poder realizar mi tesis gracias por su amistad, su tiempo, su sabiduría que me dio en mi lapso universitario.

Tomás Xavier Andrade Bravo

Tabla de contenido

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	ii
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	iv
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	vi
Dedicatoria	vii
Dedicatoria	viii
Agradecimiento	ix
Agradecimiento	x
Tabla de contenido.....	xi
Lista de tablas	xv
Lista de figuras	xix
Resumen	xxiv
Abstract	xxv
Lista de abreviaturas	xxvi
Introducción.....	1
1. Capítulo I.....	3
1.1. Planteamiento del Problema	3
1.2. Formulación y Sistematización del Problema	4
1.3. Objetivos de la Investigación	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4. Justificación	5
1.5. Delimitación	6
1.6. Hipótesis	7
1.7. Variables.....	7
1.7.1. Variable independiente	7
1.7.2. Variable dependiente-.....	7
2. Capítulo II	8
2.1. Antecedentes de la Investigación	8
2.2. Marco Teórico	10

2.2.1. Necesidades Básicas Insatisfechas en América Latina.....	10
2.2.2. Necesidades Básicas Insatisfechas en Ecuador.	12
2.2.3. Turismo.....	16
2.2.4. Turismo en Ecuador.....	17
2.2.5. Turismo Comunitario	20
2.3. Marco Contextual	25
2.4. Marco Conceptual.....	33
2.4.1. Pobreza	33
2.4.2. Necesidades Básicas Insatisfechas	33
2.4.3. Turismo.....	33
2.4.4. Turismo Comunitario	33
2.4.5. Comunas	33
2.4.6. Comunidades	34
2.4.7. Educación	34
2.4.8. Vivienda	34
2.4.9. Cultura	34
2.4.10. Marketing digital	35
2.4.11. Vivienda particular	35
2.4.12. Vivienda colectiva	35
2.4.13. Inbound marketing.....	35
2.5. Marco Legal.....	35
2.5.1. Derecho de las comunas en el Ecuador	35
2.5.2. Principios para la actividad turística en Ecuador.....	36
2.5.3. Organismo del turismo comunitario en Ecuador	36
2.5.4. Turismo Comunitario en el Plan Nacional del Buen Vivir	36
3. Capítulo III	37
3.1. Diseño de la Investigación.....	37

3.2. Tipo de Investigación	37
3.2.1. Investigación bibliográfica:	37
3.2.2. Investigación Exploratoria.....	37
3.2.3. Investigación de Campo	38
3.2.4. Investigación descriptiva	38
3.3. Metodología.....	38
3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación	39
3.5. Población y Muestra	40
3.5.1. Población	40
3.5.2. Muestra	41
3.6. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados	42
3.6.1. Potencialidades turísticas de Puerto El Morro.....	121
3.6.2. Satisfacción de los turistas de las actividades en Puerto El Morro	132
4. Capítulo IV propuesta.....	143
4.1. Título	143
4.2. Justificación.....	143
4.3. Objetivos.....	143
4.3.1. Objetivo General.....	143
4.3.2. Objetivos específicos.....	143
4.4. Fundamentación de la propuesta	144
4.5. Actividades a desarrollar	144
4.5.1. Crowdsourcing	145
4.5.2. Actividades turísticas en Puerto El Morro.....	145
4.5.3. Inbound marketing.....	150
4.6. Cronograma de Actividades	155
4.7. Análisis costo - beneficio	158
4.8. Análisis costo – beneficio.....	160

Conclusión.....	161
Recomendación	162
Referencia.....	163
Apéndice.....	169
Apéndice A: Preguntas de las encuestas a los habitantes de Puerto El Morro.....	169
Apéndice B: Preguntas de las encuestas a los operadores turísticos	173
Apéndice c: Preguntas de las encuestas a los turistas de Puerto El Morro.....	177
Apéndice D: Fotos de las actividades realizadas durante el proceso de tesis.....	181

Lista de tablas

Tabla 1 Necesidades básicas, dimensiones y variables Censales	12
Tabla 2 Indicadores de pobreza por NBI - Nacional	15
Tabla 3 Indicadores de pobreza por NBI - Urbana.....	15
Tabla 4 Indicadores de pobreza por NBI - Rural	15
Tabla 5 Líneas de productos y variedades de productos específicos del Ecuador	19
Tabla 6 Principales organizaciones de turismo comunitario en Latinoamérica y el Caribe	22
Tabla 7 Algunas redes de turismo comunitario en Ecuador	23
Tabla 8 Centros de turismo comunitario (CTC).....	24
Tabla 9 Turismo Comunitario en el Guayas.....	25
Tabla 10 Censo de población y vivienda (CPV 2010)	28
Tabla 11 Tipo de vivienda	43
Tabla 12 Vía de acceso principal a la vivienda	44
Tabla 13 Condición de ocupación de la vivienda.....	45
Tabla 14 ¿El material predominante del techo o cubierta de la vivienda es?.....	46
Tabla 15 ¿El estado del techo de la vivienda está?.....	47
Tabla 16 ¿El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es?.....	48
Tabla 17 ¿El estado de las paredes exteriores de la vivienda están?.....	49
Tabla 18 ¿El material predominante del piso de la vivienda es?.....	50
Tabla 19 ¿El estado del piso de la vivienda está?	51
Tabla 20 ¿De dónde proviene principalmente el agua que recibe la vivienda?	52
Tabla 21 ¿El agua que recibe la vivienda es?.....	53
Tabla 22 ¿El servicio higiénico o escusado de la vivienda es?	54
Tabla 23 ¿El servicio de luz (energía) eléctrica de la vivienda proviene principalmente de?.....	55
Tabla 24 ¿Dispone la vivienda de medidor de energía eléctrica?	56
Tabla 25 ¿Cuántos focos tiene su vivienda?.....	57
Tabla 26 Principalmente ¿Cómo elimina la basura de la vivienda?.....	58
Tabla 27 Sin contar la cocina el baño y cuartos, número de cuartos.....	59
Tabla 28 Todas las personas que duermen en esta vivienda, ¿cocinan sus alimentos en forma conjuntas y comparten un mismo gasto para la comida? (olla común)	60
Tabla 29 ¿Cuántos grupos de personas (hogares) duermen en su vivienda y cocinan los alimentos por separado? (incluya su hogar)	61

Tabla 30 Del total de cuartos de este hogar, ¿Cuántos son exclusivos para dormir?	62
Tabla 31 ¿Tiene este hogar cuarto o espacio exclusivo para cocinar?	63
Tabla 32 ¿El servicio higiénico o escusado que dispone el hogar es?	64
Tabla 33 ¿Dispone este hogar de espacio y/o instalaciones duchas para bañarse?	65
Tabla 34 ¿Cuál es el principal combustible o energía que utiliza este hogar para cocinar?	66
Tabla 35 Principalmente, ¿El agua que toman los miembros del hogar?.....	67
Tabla 36 ¿Dispone este hogar de servicio de teléfono convencional?	68
Tabla 37 ¿Algún miembro de este hogar dispone de servicio de teléfono celular?	69
Tabla 38 ¿Dispone este hogar de servicio de internet?	70
Tabla 39 ¿Dispone este hogar de computadora?	71
Tabla 40 ¿Dispone este hogar de servicio de televisión por cable?	72
Tabla 41 ¿Cuánto pagó el hogar la última vez por el servicio de luz eléctrica?	73
Tabla 42 ¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para trabajar?.....	74
Tabla 43 ¿La vivienda que ocupa este hogar es?.....	75
Tabla 44 ¿Cuál es el sexo?	76
Tabla 45 ¿Qué parentesco o relación tiene (...) con el /la?.....	77
Tabla 46 ¿Cuántos años cumplidos tiene?.....	78
Tabla 47 ¿Cuál es el año en que nació (...)?	79
Tabla 48 ¿Cuál es el mes en que nació (...)?	80
Tabla 49 ¿Tiene cedula de ciudadanía?.....	81
Tabla 50 ¿(...) está inscrito en el registro civil?.....	82
Tabla 51 ¿(...) tiene seguro de salud privado?	83
Tabla 52 ¿(...) tiene discapacidad permanente por mas de 8 un año?	84
Tabla 53 ¿La discapacidad de (...) es :.....	85
Tabla 54 Posee carnet CONADIS	86
Tabla 55 ¿Asiste (...) actualmente a un establecimiento de educación especial para personas con discapacidad?	87
Tabla 56 ¿En dónde nació (...)?.....	88
Tabla 57 ¿En qué lugar vive habitualmente (...)?.....	89
Tabla 58 Hace 6 años (Diciembre 2010) ¿En qué lugar vivía habitualmente (...)?.....	90
Tabla 59 ¿El papá y la mamá de (...) que idioma (s) o lengua (s) habla (ba) habitualmente?.....	91

Tabla 60 ¿Qué idioma (s) o lengua (s) habla (...):	92
Tabla 61 ¿Cómo se identifica (...) según su cultura y costumbres:	93
Tabla 62 ¿Cuál es la nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece (...)?	94
Tabla 63 ¿El la niño/a (...) participa en algún de los siguientes programas:	95
Tabla 64 ¿Sabe (...) leer y escribir?	96
Tabla 65 ¿En los últimos seis meses (...) ha utilizado:	97
Tabla 66 ¿Asiste actualmente a un establecimiento de enseñanza regular? (Centro de alfabetización, educación inicial, educación general básica, colegio, universidad).....	98
Tabla 67 El establecimiento de enseñanza regular al que asiste (...) es	99
Tabla 68 ¿Cuál es el nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió (...)?	100
Tabla 69 ¿Cuál es el grado, curso o año más alto al que asiste o asistió (...)?	101
Tabla 70 ¿(...) Tiene algún título de ciclo post bachillerato, superior o postgrado:	102
Tabla 71 ¿Qué hizo (...) la semana pasada:	103
Tabla 72 ¿Si NO ha trabajado (...):	104
Tabla 73 ¿En qué lugar indicado (...) trabaja o trabajo como:	105
Tabla 74 ¿Cuántas horas Trabajo la última Semana?	106
Tabla 75 ¿El trabajo que realiza o realizo (...) es o fue:	107
Tabla 76 ¿Actualmente (...) esta:	108
Tabla 77 Aporta o es afiliado al:	109
Tabla 78 ¿Cuántos hijos e hijas nacidos vivos han tenido (...) durante toda su vida? ¿Tenido (...) durante toda su vida?	110
Tabla 79 ¿Cuánto están vivos actualmente?	111
Tabla 80 ¿Está vivo el ultimo hijo o hija nacido vivo?	112
Tabla 81 ¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para estudiar?	113
Tabla 82 Calidad de la vivienda	115
Tabla 83 Hacinamiento.....	116
Tabla 84 Disponibilidad de agua potable	117
Tabla 85 Sistema de eliminación de excretas	118
Tabla 86 Educación	119
Tabla 87 Capacidad Económica	120
Tabla 88 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Clima	122

Tabla 89 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente:	
Cercanía al mar.....	123
Tabla 90 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente:	
Conservación del medio ambiente.....	124
Tabla 91 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente:	
Itinerarios culturales o naturaleza.....	125
Tabla 92 El entorno patrimonial de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente:	
Costumbre y cultura local.....	126
Tabla 93 Los tratamientos son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de los servicios ofertados: Variedad de tratamiento de salud.....	127
Tabla 94 Los siguientes ítems son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de las instalaciones y equipamientos de Puerto El Morro: Kiosco de souvenirs.....	128
Tabla 95 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Comercialización de paquetes a través de agencia de viajes	129
Tabla 96 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Aprovechamiento del turismo de salud.....	130
Tabla 97 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Uso de la marca "Puerto El Morro" como sinónimo de calidad	131
Tabla 98 Edad.....	133
Tabla 99 ¿Cómo ha venido?	134
Tabla 100 Restaurante (comida): Calidad de la comida.....	135
Tabla 101 Restaurante (comida): Relación calidad - precio.....	136
Tabla 102 Actividades deportivas: Varios (senderos, otras actividades deportivas) ...	137
Tabla 103 Ocio, cultura, compras: Excursiones organizadas.....	138
Tabla 104 Ocio, cultura, compras: Cultura y espectáculo (festivales)	139
Tabla 105 Ocio, cultura, compras: Comercio (venta de artesanías).....	140
Tabla 106 Entorno urbano y natural: Paisaje urbano	141
Tabla 107 Entorno urbano y natural: entorno urbano	142
Tabla 108 Actividades turísticas en Puerto El Morro.....	146
Tabla 109 Ecoturismo.....	147
Tabla 110 Turismo cultural	148
Tabla 111 Turismo de deporte y aventura	149

Lista de figuras

Figura 1. Las 5 dimensiones de las necesidades básicas insatisfechas en Ecuador.....	14
Figura 2. Sistema nacional de áreas protegidas del Ecuador	18
Figura 3. Turismo comunitario en América	21
Figura 4. Mapa de Ecuador.....	26
Figura 5. Mapa de la provincia del Guayas	27
Figura 6. Playas	27
Figura 7 Mapa El Morro	28
Figura 8. Iglesia patrimonial San Jacinto	29
Figura 9. Ruta puerto El Morro	30
Figura 10. Puerto El Morro.....	30
Figura 11. Delfín	31
Figura 12. Celebración de Cristo Rey	31
Figura 13. Cazuela de cangrejo	32
Figura 14. Festival de la lisa.....	32
Figura 15 Tipo de vivienda.....	43
Figura 16 Vía de acceso principal a la vivienda	44
Figura 17 Condición de ocupación de la vivienda	45
Figura 18. ¿El material pre dominante del techo o cubierta de la vivienda es?	46
Figura 19 ¿El estado del techo de la vivienda está?	47
Figura 20 ¿El material pre dominante de las paredes exteriores de la vivienda es?.....	48
Figura 21 ¿El estado de las paredes exteriores de la vivienda está?.....	49
Figura 22 ¿El material pre dominante del piso de la vivienda es?	50
Figura 23 ¿El estado del piso de la vivienda está?	51
Figura 24 ¿De dónde proviene principalmente el agua que recibe la vivienda?	52
Figura 25 ¿El agua que recibe la vivienda es?.....	53
Figura 26 ¿El servicio higiénico o escusado de la vivienda es?.....	54
Figura 27¿El servicio de luz (energía) eléctrica de la vivienda proviene principalmente de?.....	55
Figura 28 ¿Dispone la vivienda de medidor de energía eléctrica?	56
Figura 29 ¿Cuántos focos tiene su vivienda?	57
Figura 30 Principalmente ¿Cómo elimina la basura de la vivienda	58
Figura 31 Sin contar la cocina el baño y cuartos, número de cuartos	59

Figura 32 Todas las personas que duermen en esta vivienda, ¿cocinan sus alimentos en forma conjuntas y comparten un mismo gasto para la comida? (olla común)	60
Figura 33 ¿Cuántos grupos de personas (hogares) duermen en su vivienda y cocinan los alimentos por separado? (incluya su hogar)	61
Figura 34 Del total de cuartos de este hogar, ¿Cuántos son exclusivos para dormir?....	62
Figura 35 ¿Tiene este hogar cuarto o espacio exclusivo para cocinar?.....	63
Figura 36 ¿El servicio higiénico o escusado que dispone el hogar es?	64
Figura 37¿Dispone este hogar de espacio y/o instalaciones duchas para bañarse?.....	65
Figura 38 ¿Cuál es el principal combustible o energía que utiliza este hogar para cocinar?.....	66
Figura 39 Principalmente, ¿El agua que toman los miembros del hogar?	67
Figura 40 ¿Dispone este hogar de servicio de teléfono convencional?.....	68
Figura 41¿Algún miembro de este hogar dispone de servicio de teléfono celular?	69
Figura 42 ¿Dispone este hogar de servicio de internet?	70
Figura 43¿Dispone este hogar de computadora?.....	71
Figura 44 ¿Dispone este hogar de servicio de televisión por cable?	72
Figura 45¿Cuánto pagó el hogar la última vez por el servicio de luz eléctrica?	73
Figura 46¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural.....	74
Figura 47¿La vivienda que ocupa este hogar es?	75
Figura 48 ¿Cuál es el sexo?	76
Figura 49 ¿Qué parentesco o relación tiene (...) con el /la?	77
Figura 50 ¿Cuántos años cumplidos tiene?	78
Figura 51 ¿Cuál es el año en que nació (...)?.....	79
Figura 52 ¿Cuál es el mes en que nació (...)?	80
Figura 53 ¿Tiene cedula de ciudadanía?.....	81
Figura 54 ¿(...) está inscrito en el registro civil?	82
Figura 55 ¿(...) tiene seguro de salud privado?.....	83
Figura 56 ¿(...) tiene discapacidad permanente por más de 8 años?.....	84
Figura 57 La discapacidad de (...) es:	85
Figura 58 Posee carnet CONADIS	86
Figura 59 ¿Asiste (...) actualmente a un establecimiento de educación especial	87
Figura 60 ¿En dónde nació (...)?.....	88
Figura 61 ¿En qué lugar vive habitualmente (...)?.....	89

Figura 62 Hace 7 años (diciembre 2010) ¿En qué lugar vivía habitualmente (...)?	90
Figura 63 ¿El papá y la mamá de (...) que idioma (s) o lengua (s) habla (ba) habitualmente?.....	91
Figura 64 ¿Qué idioma (s) o lengua (s) habla (...):.....	92
Figura 65 Cómo se identifica (...) según su cultura y costumbres:.....	93
Figura 66 ¿Cuál es la nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece (...)?	94
Figura 67 El niño/a (...) participa en algún de los siguientes programas:	95
Figura 68 ¿Sabe (...) leer y escribir?.....	96
Figura 69 En los últimos seis meses (...) ha utilizado	97
Figura 70 ¿Asiste actualmente a un establecimiento de enseñanza regular? (Centro de alfabetización, educación inicial, educación general básica, colegio, universidad).....	98
Figura 71 El establecimiento de enseñanza regular al que asiste (...) es	99
Figura 72 ¿Cuál es el nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió (...)?	100
Figura 73 ¿Cuál es el grado, curso o año más alto al que asiste o asistió (...)?	101
Figura 74 Tiene algún título de ciclo post bachillerato, superior o postgrado:	102
Figura 75 Qué hizo (...) la semana pasada.....	103
Figura 76 Si NO ha trabajado	104
Figura 77 En qué lugar indicado (...) trabaja o trabajo como:	105
Figura 78 ¿Cuántas horas Trabajo la última Semana?	106
Figura 79 El trabajo que realiza o realizo (...) es o fue:.....	107
Figura 80 Actualmente (...) está:	108
Figura 81 Aporta o es afiliado al	109
Figura 82 ¿Cuántos hijos e hijas nacidos vivos han tenido (...) durante toda su vida? ¿Tenido (...) durante toda su vida?	110
Figura 83 ¿Cuánto están vivos actualmente?	111
Figura 84 ¿Está vivo el último hijo o hija nacido vivo?	112
Figura 85 ¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para estudiar?	113
Figura 86 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Clima	122
Figura 87 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Cercanía al mar	123
Figura 88 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Conservación del medio ambiente.....	124

Figura 89 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Itinerarios culturales o naturaleza.....	125
Figura 90 El entorno patrimonial de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Costumbre y cultura local.....	126
Figura 91 Los tratamientos son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de los servicios ofertados: Variedad de tratamiento de salud.....	127
Figura 92 Los siguientes ítems son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de las instalaciones y equipamientos de Puerto El Morro: Kiosco de souvenirs.....	128
Figura 93 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Comercialización de paquetes a través de agencia de viajes	129
Figura 94 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Aprovechamiento del turismo de salud.....	130
Figura 95 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Uso de la marca "Puerto El Morro" como sinónimo de calidad	131
Figura 96 Edad	133
Figura 97 ¿Cómo ha venido?.....	134
Figura 98 Restaurante (comida): Calidad de la comida	135
Figura 99 Restaurante (comida): Relación calidad - precio	136
Figura 100 Actividades deportivas: Varios (senderos, otras actividades deportivas)..	137
Figura 101 Ocio, cultura, compras: Excursiones organizadas.....	138
Figura 102 Ocio, cultura, compras: Cultura y espectáculo (festivales).....	139
Figura 103 Ocio, cultura, compras: Comercio (venta de artesanías).....	140
Figura 104 Entorno urbano y natural: Paisaje urbano	141
Figura 105 Proceso para diseñar estrategias de marketing digital.....	144
Figura 106 Puerto El Morro	146
Figura 107 Isla de los pájaros	147
Figura 108 Pesca.....	147
Figura 109 Avistamiento de delfines.....	147
Figura 110 Lisa azada.....	148
Figura 111 Festival de la lisa.....	148
Figura 112 Artesanías.....	148
Figura 113 Wakeboarding	149
Figura 114 Metodología Inbound	150

Figura 115 Blog de Puerto El Morro	150
Figura 116 Diseño página de Facebook	151
Figura 117 Diseño página de Instagram	152
Figura 118 Diseño de página de Twitter	152
Figura 119 Google Adwords	153
Figura 120 Estadísticas de Facebook.....	154
Figura 121 Estadísticas de Twitter	154
Figura 122 SumAll para instagram.....	155
Figura 123 Cronograma primer semestre	156
Figura 124 Cronograma segundo semestre	157
Figura 125 Costos.....	159
Figura 126 Tour delfines	181
Figura 127 Malecón Puerto el Morro	181
Figura 128 Delfín de Puerto El Morro	182
Figura 129 Embarcaciones pesqueras	182
Figura 130 Danza típica de Puerto el Morro	182
Figura 131 Festival de la lisa asada.....	182
Figura 132 Exposición en el festival de la lisa	182
Figura 133 Artesanías.....	182
Figura 134 Lisa asada.....	182
Figura 135 Lanchas en el malecón de Puerto el Morro.....	182
Figura 136 Comuna ancestral Puerto el Morro	182
Figura 137 Manglar de Puerto el Morro.....	182
Figura 138 Operadora turística.....	182
Figura 139 Entrevista con la operadora turística.....	182
Figura 140 Equipo de trabajo	182
Figura 141 Entrevista en GAD el Morro	182
Figura 142 Entrevista GAD el Morro.....	182
Figura 143 Afiche informativo de GAD el Morro	182
Figura 144 Parroquia el Morro	182
Figura 145 Encuesta a operadora turística.....	182
Figura 146 Equipo de trabajo de encuesta.....	182
Figura 147 Encuesta operario de turismo	182



**“Análisis de las necesidades básicas insatisfechas en la parroquia Puerto El Morro
con potencialidad de turismo comunitario, año 2017”**

Autores: Tomás Xavier Andrade Bravo

Fiama Jaqueline Duque Ugsiña

Tutora: Lcda. Luci Salas Narváez

Resumen

La presente tesis tiene como objetivo analizar las necesidades básicas insatisfechas en la Parroquia de Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario, y así realizar recomendaciones de acuerdo con los resultados encontrados. La metodología que se desarrolló para lograr los datos del análisis es cualitativa y cuantitativa, se llevó a cabo mediante encuestas y entrevistas a través de los cuestionarios de preguntas que se analizaron y los resultados fueron validados mediante el programa SPSS. Se ejecutó un estudio mediante el método de las necesidades básicas insatisfechas desarrollada por CEPAL, para determinar los conceptos basados en la problemática y en el objetivo general como en los objetivos específicos. Se realizó conclusiones con los fundamentos obtenidos y se generó recomendaciones dirigidas al diseño de estrategias de marketing digital para comunicar y promocionar a la Parroquia Puerto El Morro.

Palabras Claves: Necesidades básicas insatisfechas, Puerto El Morro, turismo comunitario.



"Analysis of the basic unsatisfied needs in the parish Puerto el Morro with potential of community tourism, 2017"

Authors: Tomás Xavier Andrade Bravo

Fiama Jaqueline Duque Ugsiña

Advisor: Lcda. Luci Salas Narváez

Abstract

The objective of this thesis is to analyze the unsatisfied basic needs in the Puerto El Morro area with potential for community-based tourism to determine what these needs are and provide recommendations according to the results found. The methodology used in this work is quantitative and qualitative, by the means of questionnaires used in surveys and interviews which were validated by the software SPSS. The method employed to study the unsatisfied basic needs of the community was developed by CEPAL and it determines the concepts based in the problem and the main and specific objectives. With the results, conclusions and recommendations were issued and aimed to the design of digital marketing strategies to communicate and promote Puerto El Morro.

Keywords: Unsatisfied basic needs, Puerto El Morro, community-based tourism

Lista de abreviaturas

CTC: Centro de Turismo Comunitario

NBI: Necesidades Básicas Insatisfechas

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

PNBV: Plan Nacional del Buen Vivir

MINTUR: Ministerio de Turismo

Introducción

El presente trabajo de tesis se realiza previo a la obtención del título de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. La investigación tiene por alcance analizar las necesidades básicas insatisfechas (NBI) en el sector de Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario.

Actualmente el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), en su tercera versión busca sembrar el turismo comunitario para que surja como una opción económica en las comunidades con sus planes estratégicos. En la investigación realizada se obtuvo información relevante relacionada a la Parroquia Puerto El Morro, la cual busca encaminar a las comunidades para poder ofrecer el turismo comunitario; es así que en la actualidad se está trabajando con organismos gubernamentales en coordinación de su sector.

Puerto El Morro, parroquia rural, está ubicado a veinte minutos del cantón General Villamil Playas; y a tan solo una hora y media de Guayaquil. Esta localidad está llena de mucha naturaleza, un amplio manglar, su biodiversidad de peces y aves; y los famosos delfines. Posee diferentes atracciones como artesanías paseo en canoa para poder estar cerca de las aves entre otros. Por aquello se podría catalogar que esta parroquia es hermosa para disfrutar.

Este trabajo muestra los siguientes capítulos realizados:

Dentro del capítulo I se presenta el planteamiento del problema, seguido de la formulación y sistematización del problema, los objetivos de la investigación tanto el general como el específico, además de la justificación, la delimitación, la hipótesis, las variables y su respectiva operacionalización.

El Capítulo II muestra los antecedentes de la investigación sobre el tema, seguido del marco teórico el cual contiene varias teorías relacionadas a lo establecido, tiene información que sirve de base a lo planteado, de igual forma se presenta el marco contextual que habla acerca del lugar en que se realiza la indagación a desarrollar es decir en la parroquia Puerto El Morro del cantón Playas en la provincia del Guayas.

En el capítulo III se presenta el diseño de la investigación, con la finalidad de realizar una correcta recolección de datos. Además, se indica la debida metodología a utilizar, siendo el método de las necesidades básicas insatisfechas diseñado por el CEPAL, él que nos permitió obtener los resultados en la investigación.

En el capítulo IV se centra en la presentación de la propuesta en la cual se da recomendaciones y conclusiones referentes a todo lo indagado, también se detalla la bibliografía estudiada y algunos anexos de mayor relevancia.

1. Capítulo I

1.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad Puerto El Morro se encuentra en proceso para poder convertirse en un Centro de Turismo Comunitario (CTC).

Dicha parroquia está dividida en dos comunas, las cuales buscan beneficios para su propia comunidad, lo cual ha complicado las conversaciones para la unificación comunal y así llegar a que Puerto El Morro se convierta en un centro de turismo comunitario.

Puerto El Morro es una parroquia que ofrece diversas opciones para realizar turismo, no obstante carece de algo muy importante como el posicionamiento en las preferencias dentro del mercado turístico.

El turismo en Puerto El Morro se ve afectado por la planta turística en su parroquia, la cual en algunos sectores sufren de la carencia de algunos servicios básicos como el alcantarillado.

La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, es la encargada de la administración en Puerto El Morro porque es una de sus parroquias rurales, no obstante dicha parroquia se encuentra descuidada por dicha entidad, dado que el municipio no ha elaborado trabajo de remodelación, y aquello afecta directamente a los visitantes del sector.

Otro factor que afecta Puerto El Morro y a la potencialidad turística, es la dificultad que genera la llegada al sector por el estado deteriorado de las carreteras.

En el año 2014 se ejecutó una regeneración de la vía, pero con el tiempo transcurrido y el aumento de transporte pesado que transita, las carreteras han sufrido daños y desde aquella época hasta la actualidad no ha existido mantenimiento respectivo.

1.2. Formulación y Sistematización del Problema

¿Cuáles son las necesidades básicas insatisfechas en Puerto El Morro?

¿Cuál es la influencia del turismo en las necesidades básicas insatisfechas en Puerto El Morro en el año 2017?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo general

Analizar las necesidades básicas insatisfechas en el sector de Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario.

1.3.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la investigación por medio de información bibliográfica y científica.
- Determinar cuáles son las necesidades básicas insatisfechas en Puerto El Morro.
- Generar conclusiones y recomendaciones basado en los resultados de la investigación.

1.4. Justificación

Los países han tenido un desarrollo en su población por lo cual se busca recursos para la investigación y planificación con el objetivo de mejorar las necesidades del sector.

Con la finalidad de mejorar la forma de medir los índices de pobreza, se desarrolló por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) el método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) en los años ochenta.

Para realizar la medición por medio de este método se utiliza datos obtenidos en los censos realizados en los países, luego se selecciona diferentes indicadores con la finalidad de determinar las principales necesidades de una población. Este método permite generar un mapa de pobreza para ubicar las necesidades de la población. (Eriz & Fernández, 2015)

El turismo comunitario se caracteriza por tener una organización directa que se determina por diferentes razones, como el desconocimiento del lugar y la falta de inversión por parte de las instituciones gubernamentales encargados del turismo, del lugar que se generan por carencia de comunicación, o por pocas fuerzas entre las alianzas del sector público como en lo privado, trabajando para mejorar razonablemente el espacio. (Cabanilla, 2015)

Actualmente en Ecuador, entre las principales actividades se encuentra el turismo que representa un rubro relevante que de acuerdo con diario El Comercio, esta actividad dinamizó en \$285,5 millones de dólares la economía para el año 2016, en los ingresos no petroleros.

El Ministerio de Turismo, institución que lidera las diversas actividades turísticas en Ecuador, tiene el objetivo de impulsar zonas potenciales para ser destino

turístico en el país, como es Puerto El Morro que ofrece a los turistas diversos atractivos.

Desde el año 2008 se empezó una potencialización de diversas actividades turísticas del país, esto desde la implementación del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), el cual entre los objetivos busca profundizar las relaciones entre el Estado con el sector popular y solidario, que dentro de sus planes se encuentra fomentar el turismo.

En la actualidad con la tercera versión del PNBV (2013 – 2017) se busca impulsar el turismo comunitario con el desarrollo y la aplicación de planes estratégicos que buscan cambiar la forma como se ofrece el servicio.

En la región costera, el turismo comunitario se está fortaleciendo dada la inversión realizada por el estado para estas áreas, además de la contribución de otros organismos gubernamentales como el Ministerio de Turismo (MINTUR), encargados de la capacitación de la población para mejorar así el servicio.

Puerto El Morro, busca convertirse en un CTC y así ofrecer turismo comunitario en la provincia del Guayas; se está trabajando para mejorar el sector en coordinación conjunta con organismos gubernamentales, así como la Prefectura del Guayas, el Ministerio de Turismo y la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

Después de definir estos conceptos se considera que las NBI se pueden considerar como un elemento negativo en las comunidades, siendo afectado el aspecto turístico debido a la falta de necesidades primarias para brindar un mejor servicio.

1.5. Delimitación

La parroquia Puerto El Morro es un pueblo pequeño donde la principal fuente de trabajo es la pesca, además cuenta con una diversidad de vegetación. Del mismo modo la parroquia se encuentra entre manglares, islas y la presencia de delfines nariz de botella.

1.6. Hipótesis

La elaboración de estrategias de marketing digital permitirá potenciar el turismo comunitario en Puerto El Morro

1.7. Variables

1.7.1. Variable independiente

Estrategias de marketing digital

1.7.2. Variable dependiente-

Turismo comunitario en Puerto El Morro

2. Capítulo II

2.1. Antecedentes de la Investigación

La pobreza era considerada como un estilo de vida en el cual no se cuenta con los ingresos ni los recursos suficientes para evitar la carencia de necesidades básicas de las personas.

En la actualidad se ha desarrollado un punto de vista moderno en lo que se refiere dicho termino, por lo cual la pobreza, ya no se considera la carencia de ingresos sino como la falta de capacidades que no se consideran realmente importantes, es una forma más razonable para identificar la pobreza dejando de lado los ingresos, que se deberían ver más como un instrumento. (Zambrano, 2015)

En Ecuador existen diversos sectores que tienen sus necesidades básicas insatisfechas, según el INEC en el año 2010, el porcentaje promedio cantonal de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) en el Ecuador fue de 76,43%, es decir, en general casi ocho de cada diez habitantes en el país no superaron el umbral de los cinco parámetros de medición de la pobreza, por esta razón el gobierno mediante varias formas busca satisfacer dichas necesidades.

Debido a esto, las zonas en desarrollo que tienen potencial turístico, como las comunas, están siendo apoyados por entidades estatales para así cambiar el estilo de vida y que en dichos sectores se practique el turismo comunitario.

El turismo es considerado una importante actividad en Ecuador, de manera que actualmente es un pilar estratégico para la transformación de la matriz productiva y por eso se produjo la reutilización del Ferrocarril de Ecuador. (Monge, Perales, & María, 2016). Con aquello se busca apoyar al crecimiento del turismo en el Ecuador.

Puerto El Morro es una parroquia rural, cuya ubicación es aproximadamente a una hora y media de la ciudad Guayaquil y desde el Cantón General Villamil a unos 11 km. La parroquia ofrece una experiencia de cercanía con la naturaleza debido a sus paisajes y otros atractivos. (Sacoto, 2016).

Desde la creación del PNBV, el gobierno nacional se encuentra trabajando para ofrecer un mejor estilo de vida para la población; es así que dentro de sus objetivos busca incentivar al turismo comunitario y social.

Desde el año 2014, Puerto El Morro entró en un proceso para convertirse en un CTC, por consiguiente, busca mejorar su oferta turística y así incrementar la afluencia de turistas que visitan el sector y como consiguiente empezar a generar empleo e ingresos, beneficiando a los hogares del sector como al desarrollo de la parroquia.

En la búsqueda de mejorar el servicio turístico en Puerto El Morro y otras comunas, a partir del año 2015, el Ministerio de Turismo ha desarrollado el plan nacional de turismo comunitario llamado “Minga Nacional del Turismo Comunitario”, con el cual se plantea dar asistencia a las comunidades, así como financiamiento, capacitación y promoción para generar desarrollo en el sector. (Ministerio de Turismo, 2014).

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Necesidades Básicas Insatisfechas en América Latina.

En América Latina, se desarrolló el método de las NBI, el cual fue creado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), de manera que es un relevante medio para determinar y analizar algunas carencias y características de la pobreza.

El método NBI tiene como objetivo el proveer un método directo para la identificación de la pobreza, el cual busca aspectos no identificados de forma convencional dentro del total de ingreso en el hogar y se realiza por medio del censo. (Feres & Mancero, 2001)

El método NBI se utiliza por medio de la recolección de información del censo de población y vivienda del país que requiera determinar el cálculo, este método es adaptable debido a la similitud de la información obtenida.

Los censos recolectan variedad de datos característicos de los habitantes de un país pero el método (NBI) solo requiere utilizar ciertos indicadores de las encuestas censales, para elegir los indicadores se hace base en 4 pasos según Feres & Mancero (2001) son:

- Establecer la gama de necesidades básicas pequeñas capaces de aprender con la indagación mediante el censo.
- Optar por los indicadores censales que simbolicen las necesidades.
- Concretar cuál es el nivel más avanzado para así poder satisfacer cada necesidad que se presente.
- Afirmar que los indicadores escogidos pertenezcan a un ambiente de escasez.

Feres & Mancero (2001) indicaron que no tienen información estadística sobre todo los tipos que se catalogan como carencia del hogar. Por ende, no tiene en que envasarse y por eso solo se pueden clasificar en cuatro tipos de categorías:

- Protección en la vivienda que certifique un esquema imperceptible de habitabilidad para cada hogar
- Facilidad en la obtención de los servicios básicos que afirmen un alto grado de satisfacción referente al sanitario
- Disposición para todos en la educación
- Capacidad económica para poder satisfacer sus carencias.

El método NBI debe tomar en cuenta otras necesidades básicas como la salud, pero estos aspectos no siempre se encuentran en los censos de la región. Dadas estas limitaciones, el segundo dentro de la selección de indicadores consiste en determinar cuáles son las dimensiones factibles de ser medidas por cada necesidad básica, además los aspectos censales serán utilizados para dar cuenta de dichas dimensiones. (Feres & Mancero, 2001)

Tabla 1*Necesidades básicas, dimensiones y variables censales*

Necesidades Básicas	Dimensiones	VARIABLES CENSALES
Vivienda	Calidad	Materiales de construcción utilizados en piso, paredes y techo
	Hacimiento	Número de personas en el hogar Número de cuartos en la vivienda
Servicios sanitarios	Agua potable	Fuente de abasteciendo de agua en la vivienda
	Tipo de sistema de eliminación de excretas	Disponibilidad de servicio sanitario Sistema de eliminación de excretas
Educación	Asistencia de niños en edad escolar a un centro educativo	Edad del miembro del hogar Asistencia a un centro educativo
Capacidad económica	Probabilidad de insuficiencia de ingresos	Edad de los miembros del hogar Ultimo nivel educativo aprobado Número de personas en el hogar Condición de actividad

Nota. Adaptado de: “El método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina” por J. C. Feres y X. Mancero, 2001
CEPAL División de Estadística y Proyecciones Económicas

2.2.2. Necesidades Básicas Insatisfechas en Ecuador.

La pobreza es un aspecto de carencia, y este término se ha relacionado a los ingresos que perciben las familias; siendo este el método en que se cuantifica el nivel de vida de la población, lo que significa que los hogares con un mayor ingreso tienen un mejor estilo de vida.

Con el apoyo del Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, indica que esta forma de identificar a la pobreza es criticable y lo resume en dos puntos:

Primero, el ingreso recibido sirve para satisfacer las necesidades ya que es un medio que se encarga de eso, no específicamente una persona con más ingreso de lo normal se lo cataloga como si tuviera un mejor nivel de vida. Segundo, el bienestar comprende de mayores aspectos que solo del nivel de vida o el gasto que realiza una

familia, que se encaja como en la vida estudiantil, hogares, bienestar nutricional, los cuales pueden ser satisfechos mediante los ingresos, pero también mediante los suministros de otorgan los servicios públicos. (Sistema Integrado de Indicadores, 2007).

La orientación de bienestar por capacidades es una forma distinta que permite medir la capacidad de los individuos que tiene por nivel, ya sea alta o baja, por consiguiente, ahora los bienes consumidos por los hogares proceden a generar otro grupo de bienes intermedios que afectan en el proceso de cada individuo en su funcionamiento normal. (Sistema Integrado de Indicadores, 2007).

Debido al nuevo enfoque del bienestar que habla de la carencia existen dos métodos que servirá para poder medir la pobreza, siendo estos el método indirecto y el método directo.

Para la medición de la pobreza a través del método indirecto del cálculo de la pobreza se maneja el nivel de cada persona por ingreso o el gasto que genera, para que sea mediante el cual puedan obtener una gama de mínimo de capacidades. Por ende, se considera pobre a una persona cuando le falte ingresos al momento de adquirir una compra ya sea para bienes o servicios que le permitan satisfacer un grado mínimo de necesidades para así poder formar un grupo básico de capacidades. (Sistema Integrado de Indicadores, 2007)

La técnica directa para calcular la pobreza define a un hogar pobre cuando sufran de carencias muy altas como la disponibilidad de educación, trabajo, salud entre otros. Las necesidades básicas para satisfacerlas serán mediante las capacidades que tenga cada persona para poner funcionar normalmente. A través de los métodos de medición de pobreza, mediante el método directo o también conocido como necesidades básicas insatisfechas (NBI) se lo conoce por ser un guía a corto plazo que permite

mostrar cuales son las tendencias templadas o de mayor carencia en el mediano plazo.
(Sistema Integrado de Indicadores, 2007)

Mediante el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se indica que para establecer las necesidades básicas insatisfechas en el Ecuador se realiza un régimen de pobreza multidimensional desarrollada en los 80's por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

El método abarca cinco dimensiones y dentro de cada dimensión existe indicadores que miden privaciones:

- 1** **Capacidad económica.**
El hogar se considera privado en esta dimensión si: i) los años de escolaridad del jefe(a) de hogar es menor o igual a 2 años y, ii) existen más de tres personas por cada persona ocupada del hogar.
- 2** **Acceso a educación básica**
El hogar se considera privado en esta dimensión si: existen en el hogar niños de 6 a 12 años de edad que no asisten a clases.
- 3** **Acceso a vivienda.**
El hogar está privado si: i) el material del piso es de tierra u otros materiales o, ii) el material de las paredes son de caña, estera u otros.
- 4** **Acceso a servicios básicos.**
La dimensión considera las condiciones sanitarias de la vivienda. El hogar es pobre si: i) la vivienda no tiene servicio higiénico o si lo tiene es por pozo ciego o letrina o, ii) si el agua que obtiene la vivienda no es por red pública o por otra fuente de tubería.
- 5** **Hacinamiento.**
El hogar se considera pobre si la relación de personas por dormitorio es mayor a tres.

Figura 1. Las 5 dimensiones de las necesidades básicas insatisfechas en Ecuador

Tomado de "Pobreza por necesidades básicas insatisfechas" por INEC, 2016

En Ecuador a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se desarrolló una encuesta denominada Encuesta Nacional de Empleo y Subempleo (ENEMDU) con el objetivo de identificar los índices de la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, además de identificarlos a nivel urbano y rural.

Tabla 2*Indicadores de pobreza por NBI - Nacional*

Período		Tasa
Diciembre	2008	47.0
	2009	44.9
	2010	41.8
	2011	39.4
	2012	36.8
	2013	38.7
	2014	35.4
	2015	32.9
	2016	32.0

Nota. Tomado de: “Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo (ENEMDU) - Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)
CEPAL División de Estadística y Proyecciones Económicas

Tabla 3*Indicadores de pobreza por NBI - Urbana*

Período		Tasa
Diciembre	2008	31.5
	2009	29.9
	2010	26.4
	2011	22.1
	2012	19.5
	2013	25.7
	2014	24.8
	2015	22.0
	2016	22.3

Nota. Tomado de: “Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo (ENEMDU) - Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)
CEPAL División de Estadística y Proyecciones Económicas

Tabla 4*Indicadores de pobreza por NBI - Rural*

Período		Tasa
Diciembre	2008	77.4
	2009	74.6
	2010	72.2
	2011	73.7
	2012	70.8
	2013	65.7
	2014	57.8
	2015	55.8
	2016	52.6

Nota. Tomado de: “Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo (ENEMDU) - Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)
CEPAL División de Estadística y Proyecciones Económicas

Mediante con los resultados alcanzados en la ENEMDU se establece que el porcentaje de pobreza por NBI tiene la tendencia de reducirse el porcentaje de personas dentro de este rango, lo que implica que en Ecuador existe un desarrollo a nivel nacional que está formando que un porcentaje este saliendo del rango y este satisfaciendo sus necesidades básicas.

2.2.3. Turismo.

El turismo afecta de manera directa a la economía, a la sociedad y a otros aspectos de una sociedad, aportando de manera positiva para lograr el desarrollo de un país, motivo por el cual se ha convertido en un indicador importante a nivel mundial, buscando el desarrollo con planificación estrategia por los diversos sectores de una sociedad. (Mendoza, Yumisaca, Rendón, & Ullauri, 2016)

El turismo se considera de mayor relevancia en generar fuentes de empleo, por consiguiente existe un alto número de consumidores en este sector, además representa un porcentaje considerable en el PIB a nivel mundial, por esta razón se convirtió en un rubro importante para la economía de algunos países. (Díaz & Onofri, 2017)

Las opciones de aumento y de creación de empleos brindan un comienzo para poder analizar esquemas de disminución de la pobreza mediante el turismo, buscando desarrollo y la implementación de planes estratégicos asociados. Pero que, sin embargo, se debe poseer un compromiso social que, según los principales indicadores, sería de gran magnitud con deficiencias en la infraestructura y calidad de vida. (Díaz & Onofri, 2017)

El turismo mediante la contribución realizada en la economía de varios países no siempre se la utiliza para medir que impacto relacionado a la economía de una población. El turismo comunitario no sólo se concierne con los aspectos que se indican

en cada comuna, sino que en cambio se relacionan con el aspecto social, es decir se puede determinar cómo participa la comunidad en el turismo, por esta razón el turismo comunitario es muy importante por el impacto que genera en las comunidades para lograr el desarrollo de la sociedad. (Rodas, Ullau, & Sanmartín, 2015)

En Latinoamérica y el caribe, los diversos países que los componen cuentan con organizaciones que se encargan de las comunidades del país.

2.2.4. Turismo en Ecuador

En los últimos años, en el Ecuador se ha generado de forma más relevante el papel del turismo dentro de la economía, así como en temas como el cuidado ambiental. (Villacís Mejía, Cantos Aguirre, Pons García, & Ludeña Villacís, 2016)

“Según el último informe estadístico de la Dirección de Investigación del Ministerio de Turismo del Ecuador, de enero a diciembre de 2014 se reportó un crecimiento de llegadas de extranjeros equivalente al 14 %”. (Villacís Mejía, Cantos Aguirre, Pons García, & Ludeña Villacís, 2016, p.122)

Por otro lado, el gobierno en Ecuador, por medio del Ministerio de Turismo, creo el Plan de Intervención en Sitios Turísticos Priorizados e indico de diversos destinos a los que se debía otorgar las habilidades turísticas, técnicas de sistematización territorial, señal turística, servicios y capacitación, a fin de satisfacer a las poblaciones nacionales a través el progreso turístico de estas zonas. (Villacís Mejía, Cantos Aguirre, Pons García, & Ludeña Villacís, 2016)

En Ecuador la población se determina por el mayor conjunto de etnias que existen.

En el Ecuador su cultura se puede ser vistas por sus diferentes etnias que se localizan en las regiones del país como costa, sierra, oriente e insular, por esta razón cada región tiene diferente cultura.

El área urbana aloja distintos destinos turísticos examinados por la UNESCO como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Por lo tanto, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta se han incluido en los últimos años en un asunto de reforma y renovación urbana que brindan nuevos atractivos turísticos. (Tourism & Leisure & Europraxis, 2007)

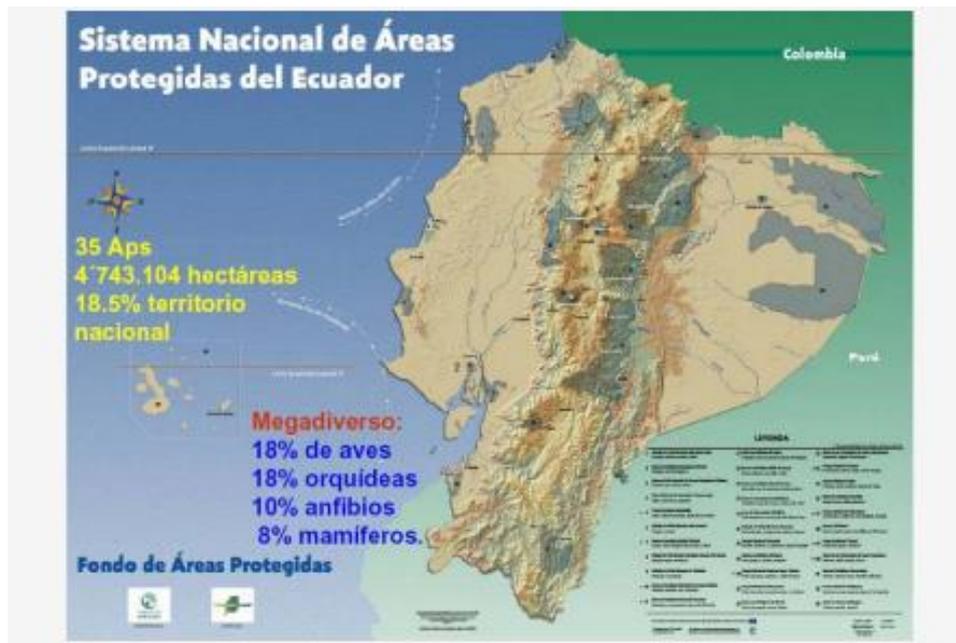


Figura 2. Sistema nacional de áreas protegidas del Ecuador
Tomado de “Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador” por Ministerio de Turismo, 2016

PLANDETUR 2020 es un instrumento que sirve para realizar una proyección importante que integra, decreta y ubica la misión profesional del desarrollo del turismo razonable en el Ecuador en todos los espacios de acción para el beneficio de los diferentes pobladores para que puedan desempeñarse en el mejor uso de los recursos otorgados. (Tourism & Leisure & Europraxis, 2007)

En Ecuador se ofrecen diversos productos turísticos los cuales se muestran a continuación:

Tabla 5*Líneas de productos y variedades de productos específicos del Ecuador*

Circuitos generales	Sol y playa	Turismo comunitario	Turismo cultural	Parques temáticos	Turismo de cruceros
Circuitos generales	Sol y playa	Turismo comunitario	Mercados y artesanías Patrimonios culturales y naturales Gastronomía Shamanismo Fiestas populares Turismo religioso Turismo urbano Turismo arqueológico CAVE, Científico, académico, voluntario y educativo Haciendas históricas	Parques temáticos	Cruceros
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Turismo de deporte y aventura	Turismo de salud	Agroturismo	Turismo de convenciones y congresos	
Parques nacionales Reservas y bosques Ríos, lagos, lagunas y cascadas Observación de flora y fauna	Deportes terrestres Deportes fluviales Deportes aéreos Deportes acuáticos	Termalismo Medicina ancestral SPA's	Haciendas, fincas y plantaciones	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias	

Nota. Adaptado de “Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador” por Ministerio de Turismo, 2016

“En Ecuador tomó forma la primera asociación de turismo comunitario en Latinoamérica llamada Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador (FEPTCE), que posteriormente, bajo decreto del Ministerio de Turismo”(Cabanilla, 2015, p.357).

En Ecuador, uno de los países considerado como los 12 países más diversos del mundo, por ende, este nombramiento genera unos de los rubros más significativos para el país. Mediante el cual pueden adaptarse a todas las nuevas tendencias mundiales que existen para tener una demanda turística, por lo cual es país está pasando por un momento de inspiración por os cambios para poder centrarse en las bases para la realización de varios modelos de turismo que mediante el cual puedan ofrecer varias oportunidades de visitas inmemoriales, para así poder ofrecer riqueza de los sitios naturales para poder permitir que muestren una mejora de calidad y así lograr que las

comunidades empiezan despacio a poder realizar una actividad turística presentando una propuesta de ellos mismo que se la denomina turismo comunitario. (Vargas, Ocaña, & Chaviano, 2015)

Es bien visto la importancia de la colaboración tanto en lo público como en lo privado y los agentes gubernamentales al tener la idea de ser utilizado al turismo como una buena opción para así generar más demanda turística y poder reducir la pobreza y por ende se mejorará la calidad de vida de cada persona. (Gracia & Torres, 2016)

2.2.5. Turismo Comunitario

El turismo comunitario es todo aquel lugar que se puede desarrollar geográficamente y sean bien específicos; que aprecien sus culturas sus saberes y dominios ancestrales, con su principal fin de animar el orgullo que tiene por sus tradiciones y tierras, colaboración de todos los pobladores en el sector turístico. (Santana & Atiencia, 2014)

En cuanto al turismo comunitario no solo se debe ver relacionado con que se oferta en el aspecto turístico de las comunas sino como la comuna se ve influenciada en los aspectos sociales por el turismo.

Se puede considerar como un plan de acción desarrollado por la colectividad de una comuna, con el objetivo ser un atractivo turístico activo dentro de su país, esto gracias a la acertada capacidad de las comunidades para formar parte el turismo. Estas actividades formarían parte de un proceso el cual tendrá su progreso cada vez que se avance en las etapas planificadas. (Cabanilla, 2015)

El turismo comunitario en diversos países del mundo también es conocido como turismo rural comunitario

Actualmente el turismo rural comunitario (TRC) es una de las principales oportunidades que se generan para las comunidades en especial a la comunidad indígena de escasos recursos económicos que tienen en su territorio atractivos turísticos, por consiguiente, pueden tener mayores actividades y podrán generar recursos económicos gracias al turismo. (Castillo, Aguirre, & Romero, 2015)

El turismo comunitario actualmente genera ingresos económicos para una sociedad, de esta forma se benefician todos los integrantes de una comunidad, así logrando una distribución igualitaria en cuanto a derechos y obligaciones. (Rodas et al., 2015)

El origen del turismo comunitario se da dentro de una comunidad que desea desarrollarse y para esto muestra a otros sus atractivos culturales, su forma de vivir dentro su comunidad. (Rodas et al., 2015)

El turismo rural comunitario busca el desarrollar actividades socioeconómicas en las comunidades, por consiguiente genera micro empresas, con finalidad de aumentar la calidad del servicio turístico que ofrezcan y así entregar el producto turístico de manera más atractiva. (Castillo et al., 2015)

En el año 2014 se realizó el 1er encuentro internacional de turismo comunitario y social de la UNASUR.



Figura 3. Turismo comunitario en América
Nota. Adaptado de: "Ecuador potencia turística"
Congreso Internacional de Turismo Comunitario

De igual forma algunos países de Latinoamérica tienen su propio organismo encargado del turismo comunitario del país, los cuales se encargan de identificar y reconocer a sitios turísticos con potencialidad de turismo comunitario.

Tabla 6

Principales organizaciones de turismo comunitario en Latinoamérica y el Caribe

País	Organización Comunitaria
Costa Rica	COOPRENA (Red de Turismo Rural Comunitario de Costa Rica)
Argentina	Red de Turismo Campesino, Valles Calchaquíes de Salta
Chile	Red de Parques Comunitarios, Asociación Mapu Lahual
Honduras	MUTU (Red de Turismo Comunitario Garífuna)
Ecuador	FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador)
México	RITA (Red Indígena de Turismo Alternativo de México)
Brasil	TURISOL (Red Brasileña de Turismo Solidario Comunitario)
Bolivia	TUSOCO (Red Boliviana de Turismo Solidario comunitario)
Venezuela	E Masensen II (Cooperativa Pemón de Turismo Comunitario)
Nicaragua	RENITURAL (Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario)
Guatemala	FENATUCGUA (Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala)
Colombia	Asociación de Turismo Rural Comunitario
Uruguay	Red de Turismo Comunitario Barrio Sur y Palermo
El Salvador	ADECOTUR (Asociación de Desarrollo Comunal y turístico)
Perú	Asociación de turismo comunitario Lachón, Puno
Panamá	REDTUCOMBO (Red de Turismo Comunitario Bocas del toro)

Nota. Adaptado de: “Las diversas manifestaciones del turismo comunitario en Latinoamérica y el apoyo de REDTURS”
Por Iliana Sanmartín, 2015

Universidad técnica de Machala - desarrollo socio económico v solidario

En Ecuador existen diferentes redes, asociaciones, proyectos e iniciativas sobre el turismo comunitario. En cuanto a las redes de turismo comunitario diversas provincias del país cuentan con su representante provincial entre las que tenemos a continuación:

Tabla 7
Algunas redes de turismo comunitario en Ecuador

En Ecuador se busca un cambio de paradigma, con el propósito de optimizar los

Nombre de la red	Área de cobertura	Dirección en Internet
Federación plurinacional de turismo comunitario de Ecuador. FEPTCE.	Todo el país	http://www.feptce.org/
Red de Solidaria de Turismo Comunitario en las Riberas del Río Napo. REST.	Provincias de Orellana y Sucumbios	http://www.rest.ec/index.php/es
Red de Turismo Huataraco- Suno. RETHUS.	Provincia de Orellana	http://www.puerta-yasuni.com/
Red de Turismo Comunitario del austro Pakariñan.	Provincias de Loja, Azuay, Cañar, Zamora	http://www.redpakarinan.com
Red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy.	Provincia de Loja	http://www.turismosaraguro.com/
Red de Turismo Comunitario del pueblo Cañari Sumak Pacha.	Provincia de Cañar	http://www.turismocanar.com/que-le-gustaría-hacer/turismo-comunitario
Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo. CORDTUCH.	Provincia de Chimborazo	http://www.cordtuch.org.ec/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=29
Red indígena de comunidades del Alto Napo para la convivencia intercultural y el ecoturismo. RICANCIE.	Provincia de Napo	http://ricancie.nativeweb.org/inicio.html
Corporación provincial de turismo comunitario de Sucumbios. CORTUS.	Provincia de Sucumbios	http://www.cortus.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=115
Red eco turística Intag.	Provincia de Imbabura	http://www.intagturismo.com/index.php?option=com_content&view=article&id=Itemid=30
Red de turismo comunitario Atuntaqui	Provincia de Imbabura	http://www.imbaburaturismo.gob.ec/cantones.php?vamenu=10005&id_organizacion=43

Nota. Tomado de: "impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del Chamán y los ritos mágico-religiosos" por Enrique Cabanilla, 2015

Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 24 (2015) pp 356 – 373 Volumen 24 (2015) pp 356 – 373

estándares que se brinda en los servicios turísticos en el país, por esto que se han desarrollado CTC por medio de los cuales, se busca ofrecer un turismo sostenible y de calidad, además de ser una forma de impulsar las alternativas de trabajo para las comunidades.

A nivel nacional en el Ministerio de Turismo, a noviembre del año 2014 se registran 17 CTC, además aproximadamente 100 emprendimientos comunitarios, los cuales no están registrados en el Ministerio de Turismo.

Tabla 8
Centros de turismo comunitario (CTC)

Centros de Turismo Comunitario (CTC) a nivel nacional	
Región	CTC
Costa	Sacachún – Santa Elena Comuna Subida Alta - Guayas
Andes	Comuna Pondoá – Tungurahua Comuna Palacio Real – Chimborazo Organización Comunitaria Lago Verde Quilotoa – Cotopaxi Piedra Blanca - Bolívar
Amazonía	Carachupa Pakcha – Orellana Iripari Jungle Camp – Orellana Sacha Ñampi – Orellana Napo Wildlife Center – Orellana Sani Lodge – Sucumbíos Ishkay Yaku – Pastaza Ecoaldea Shandia - Napo Comunidad Kichwa Unión Muyuna - Napo Sinchi Warmi – Napo Shiripuno – Napo Shinchi Pura – Napo

Nota. Adaptado de: “Ecuador potencia turística”
Congreso Internacional de Turismo Comunitario

Con el propósito de fomentar el turismo comunitario y convertir al Ecuador como un destino de esta actividad y así ofrecer un servicio y producto de calidad, se desarrolló Minga nacional de turismo comunitario, por el programa nacional con el que buscar otorgar capacitación y financiamiento a las comunidades que generen turismo.

En la región costera del país existen 2 centros de turismo comunitario de las cuales Subida Alta corresponde a la provincia del Guayas, pero en el año 2014 por medio de la minga nacional de turismo comunitario cuatro comunas entraron en un proceso de conformación para convertirse en un centro de turismo comunitario (CTC).

Estas comunas que se localizan en conformación reciben capacitaciones y charlas para sus habitantes con el propósito de capacitarlos en la manera de ofrecer un mejor servicio turístico a sus visitantes.

Otras actividades se encuentran las mejoras en la infraestructura de las comunas que se encuentran realizando dicho proceso. Las remodelaciones se localizan a cargo de la gobernación y de los municipios correspondientes a cada comuna.

Tabla 9

Turismo comunitario en el Guayas

COMUNIDAD	UBICACIÓN	ESTADO
Comuna Subida Alta	Parroquia Puná (Isla), Cantón Guayaquil	Registro Mintur
Comuna Cauchiche	Parroquia Puná (Isla), Cantón Guayaquil	En proceso de conformación
Comuna Puerto El Morro	Parroquia El Morro, Cantón Guayaquil	En proceso de conformación
Comuna Shuar Tsuer Entsa	Cantón Naranjal	En proceso de conformación
Asociación de habitantes San Jacinto de Santay	Isla Santay, Cantón Durán	En proceso de conformación

Nota. Adaptado de: “Ecuador potencia turística”
Congreso Internacional de Turismo Comunitario

2.3. Marco Contextual

Ecuador se ubicado en Latinoamérica exactamente al noroeste de esta, siendo Quito la capital del país, además de contar con otras ciudades importantes como Guayaquil o también conocida como la Perla del Pacífico. (EcuRed, 2014). En el Ecuador según el año 2010 elaborado por el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010b) se indica que “habitan 14’483.499 personas”.

Ecuador se identifica por ser exportador de banano, cacao y flores, las cuales son sus principales exportaciones. Además, Ecuador se identifica por los lugares turísticos que tiene el país. (EcuRed, 2014).



Figura 4. Mapa de Ecuador
Tomado de “foros Ecuador”

La provincia del Guayas se identifica por la diversidad a nivel geográfico, así como por su cultura, Guayas es una de las 24 provincias que integran el estado ecuatoriano. (EcuRed, 2016). Mediante INEC es la provincias más pobladas con 3'645.483 habitantes(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010b).



Figura 5. Mapa de la provincia del Guayas

Guayas se identifica por la variedad de su cultura, la belleza de sus playas y por sus formas de trabajo como la pesca la cual representa un ingreso característico en sus habitantes. Debido al clima coexiste una diversidad de vegetación como es la caña de azúcar, banano, arroz, cacao entre otros. Los pobladores se dedican a varias actividades como la pesca y a la agricultura, además su principal fuente de ingreso es el turismo debido a sus balnearios, y varios atractivos turísticos del sector. (EcuRed, 2016)



Figura 6. Playas
Tomado de "www.goberguayas.gob.ec"

El Morro parroquia de Guayaquil consta de 5019 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010b), con superficie de 283 km², consta mediante una conexión interna vial que accede a tener una corta extensión, que está ubicada a tan solo 20 minutos desde el cantón Playas y desde de Guayaquil se demora una hora con treinta minutos para dirigirse al Morro. (GAD El Morro, 2014a)

Tabla 10
Censo de población y vivienda (CPV 2010)

Parroquia	Porcentaje	Cantidad
El Morro (cabecera parroquial)	22,04%	1106
Rcto San Juan	2,93%	147
Rcto San Miguel	7,27%	365
Rcto Sitio Nuevo	4,76%	239
Puerto El Morro	40,35%	2025
Sectores dispersos	22,65%	1137

Nota Adaptado de: GAD de El Morro

El Morro, donde se realizan varias acciones como ganadería, la pesca y el turismo se realiza por sus habitantes entusiastas y luchadores que buscan la manera de vivir y gracias a sus esfuerzos han logrado mejorar su manera de vida que les permite tener una vida tranquila mediante el uso de su territorio y de la naturaleza. (Aragonez, 2014)



Figura 7 Mapa El Morro
Tomado de "larevista.ec"

El principal lugar atractivo del Morro es la Iglesia patrimonial San Jacinto del siglo XVIII que fue elaborada a base de madera. Pese a eso la mayor atracción que cautiva a los visitantes es el Puerto El Morro que consta de una flora y fauna, y vida silvestre. Se observan varios animales en especial las aves y los delfines mediante una lancha.(Alejandro, 2016)



Figura 8. Iglesia patrimonial San Jacinto
Tomado de “eluniverso.com”

Puerto El Morro, destino turístico caracterizado por la variedad de flora y fauna, cuentan el malecón el cual fue regenerado por el Municipio de Guayaquil, los turistas llegan al lugar para apreciar los manglares, la vida silvestre, y a disfrutar de las lanchas. (Ecuavisa, 2015)



Figura 9. Ruta puerto El Morro
Tomado de "puertoelmorro-ecuamrotours.blogspot.com"

Las actividades turísticas que realizan se conservan todo el día del año, el fin, de semana y los días feriados son donde más se aumentan de turistas en lo cual llegan al Puerto El Morro para poder complacerse del ambiente y de las vistas que se encuentran, donde todo eso lo pueden lograr mediante las embarcaciones que el puerto tiene. Gracias a esto los turistas podrán alegrarse de las aves y de los delfines nariz de botella y una magnífica experiencia que van obtener por todo este hermoso paisaje (GAD El Morro, 2014).



Figura 10. Puerto El Morro
Tomado de plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2015-2019 - LAN de desarrollo y ordenamiento territorial rural del morro 28 10 2015

Al llegar al Puerto El Morro se encontrará con guías turísticas quienes se encargarán de realizar el recorrido que es en lancha y en él se podrá observar la vida silvestre como las aves (las garzas rosadas), los delfines (nariz pico de botella), donde los delfines son los que realizan un espectáculo inesperado que llenan de alegría a los turistas. (Ecuavisa, 2015).



Figura 11. Delfín
Tomado de “blog.espol.edu.ec”

Una de las festividades que se realiza en la Parroquia Puerto El Morro es la conmemoración de Cristo Rey que se realiza cada año en el mes de octubre que está constituida por una caminata que participan todos los pobladores del lugar en una procesión acuática. (GAD El Morro, 2014).



Figura 12. Celebración de Cristo Rey
Tomado de eluniverso.com

El 9 de noviembre, donde se efectúa la Junta Parroquial que se la realiza con una reunión solemne memorable que se lo ejecuta con un desfile cívico. Por otro lado el aniversario de parroquialización es celebrado con las votaciones de las reinas que se

ejecuta mediante una fiesta que también es participe del desfile cívico (GAD El Morro, 2014).

Puerto El Morro hay una extensa gama de platos típicos marinos que se consigue disfrutar en el recinto desde ceviches de concha, ceviches de camarón, ceviches de pescado curtido, entre otros platos y el plato más tradicional que toda la gente degusta es el cangrejo (GAD El Morro, 2014).



Figura 13. Cazuela de cangrejo
Tomada de guayas.gob.ec

En mayo en cambio se ejecuta el famosísimo Festival de la lisa que se efectúa en Puerto El Morro. El Festival de la lisa consta por una amplia gama de comida que se logra obtener de la lisa (GAD El Morro, 2014).



Figura 14. Festival de la lisa
Tomado de guayas.gob.ec

2.4. Marco Conceptual

2.4.1. Pobreza

La pobreza se puede considerar como problema situacional el cual está relacionado por el poco consumo, desnutrición, estilos de vida en situaciones críticas, niveles bajos en la educación, precarias condiciones sanitarias, y problemas de desarrollo por parte de las empresas. (Eriz & Fernández, 2015)

2.4.2. Necesidades Básicas Insatisfechas

Las necesidades básicas insatisfechas en definición de pobreza convenio con las NBI se considera que todo hogar que carece de servicios básicos, empleo entre otros son hogares pobres. Al momento de poder satisfacer estas necesidades a los hogares pobres llegaran a poder habitar normalmente.(Sistema Integrado de Indicadores, 2007)

2.4.3. Turismo

Turismo se lo considera como toda acción que realizan las personas al momento que emprenden un viaje a varios lugares del mundo en distintas residencias.(Ley de Turismo, 2008)

2.4.4. Turismo Comunitario

El turismo comunitario es el desarrollo en un territorio rural que proviene a partir de características del turismo por definiciones de turismo de cultura o etnoturismo. Por ende, el turismo comunitario se entiende como una opción económica que se da del turismo cultural como rural.(Torres, 2015)

2.4.5. Comunas

Comuna es una representación de un grupo social y económico enlazado en la pertenencia agrupada y en la reducción de su cultura y los valores que inculca sus

familiares. Tiene intenciones de poder crear una sociedad que se siembre el autogobierno en semblantes de vida de la ciudadanía. (Chen Chi-Yi, 2012)

2.4.6. Comunidades

Comunidades es un conjunto de personajes de varias especies que habitan todos juntos en una zona determinada; también es conocido como personas que se unen para poder desarrollar sus metas comunes. Son relacionados como comuna porque todos pasan por necesidades iguales. .(EcuRed, 2017)

2.4.7. Educación

Educación es un elemento muy importante en la sociedad para poder promover el desarrollo, además de ser un factor más enérgico para poder luchar contra la pobreza y así poder mejorar la permanencia, ayudar con la identidad de género, con la salud.(Banco Mundial, 2016).

2.4.8. Vivienda

La vivienda representa correlación a la política como una acción para poder ayudar a las personas en sus casos recursos como fundamentos para salir de la pobreza.(Camargo & Hurtado, 2011). .

2.4.9. Cultura

La cultura es lo que cada ser humano tiene al momento de nacer y es la base en que nosotros representamos como persona, dándonos así un participación honesto e intelectual de nuestros ascendientes desde un principio y del ambiente que nos rodea.(Portugal, 2007).

2.4.10. Marketing digital

El Marketing Digital consiste en usar las tecnologías de la información basadas en Internet y todos los dispositivos que permitan su acceso para realizar comunicación, con intención comercial entre una empresa y sus clientes o potenciales clientes. (Red de asesores tecnológicos, 2012)

2.4.11. Vivienda particular

Es el lugar de alojamiento separado e independiente, destinado para que vivan uno o más hogares. Estas viviendas pueden estar ocupadas, desocupadas o en construcción.(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

2.4.12. Vivienda colectiva

Es un lugar de habitación estructuralmente separado e independiente, destinado a alojar a un conjunto de personas, generalmente sin vínculos familiares y que hacen vida en común.(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

2.4.13. Inbound marketing

El Inbound marketing es una metodología que combina técnicas de marketing no intrusivas con la finalidad de contactar con un usuario al principio de su proceso de compra y acompañarle hasta la transacción final. (Inbound Marketing: qué es, origen, metodología y filosofía, 2017)

2.5. Marco Legal

2.5.1. Derecho de las comunas en el Ecuador

Según el Art. 57 “se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos

humanos, los siguientes derechos colectivos” (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

“Se reconoce a las comunas que tienen propiedad colectiva de la tierra, como una forma ancestral de organización territorial”(Constitución de la República del Ecuador, 2008).

2.5.2. Principios para la actividad turística en Ecuador

Según el Art. 3, literal e) “La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos”(Ley de Turismo, 2008).

Según el Art, 4, literal a) “Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo” (Ley de Turismo, 2008).

2.5.3. Organismo del turismo comunitario en Ecuador

En la Ley de Turismo en el Artículo 14, indica que “el Consejo Consultivo de Turismo estará integrado además por un representante con voz y voto de la Federación Pluricultural de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE)” (Ley de Turismo, 2008).

2.5.4. Turismo Comunitario en el Plan Nacional del Buen Vivir

Según el Objetivo 8.9, literal k “se busca Fomentar el Turismo Comunitario y Social” (Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017, 2013).

3. Capítulo III

3.1. Diseño de la Investigación

Para poder realizar la investigación, se realizaron visitas con frecuencia a la Parroquia Puerto El Morro con el propósito confirmar la información previamente detallada en el anterior capítulo y así preparar la recolección de información obtenida para la investigación, se hizo necesario investigar datos y características del sector.

3.2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación se direcciona al método de estudio. Se dirige hacia el objetivo general de la investigación y los medios en que se recolectara la información necesaria. (Palella Stracuzzi & Martins Pestana, 2012)

Se realizó investigación de tipo bibliográfica, exploratoria, de campo y descriptiva.

3.2.1. Investigación bibliográfica:

La investigación bibliográfica se la efectúa en una fundamentación de estudio sistemático y profundo que pueden ser de distintos materiales. La persona investigadora utilizará varios documentos para la recolectar la información, seleccionar y analizar y mediante eso poder dar a conocer los resultados obtenidos.(Palella Stracuzzi & Martins Pestana, 2012)

3.2.2. Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria se la relaciona como un viaje a un lugar inexplorado, del cual no se ha llegado obtener ninguna clase de información, sino que puede ser porque una persona comentó sobre el lugar sin llegar a obtener una

información concreta del lugar. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2007)

3.2.3. Investigación de Campo

Se basa en recolectar datos necesarios para la investigación directamente en los lugares donde ocurra la problemática, sin controlar ninguna variable. (Palella Stracuzzi & Martins Pestana, 2012)

Se realizó un viaje a Puerto El Morro para estar al tanto de las tipologías de los pobladores y de las necesidades básicas insatisfechas en los que afecten.

3.2.4. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se centra que averiguar cuáles son las características, propiedades y los rasgos más altos de varias informaciones que se desea analizar. (Hernández Sampieri et al., 2007)

3.3. Metodología

La presente investigación tendrá un enfoque cualitativo.

El enfoque cualitativo se utiliza la recopilación de información sin cálculo numérico para manifestar o mejorar el cuestionario de investigación en el asunto de interpretación. (Hernández Sampieri et al., 2007)

La metodología a utilizarse en la investigación, será el método de las necesidades básicas insatisfechas diseñado por la CEPAL, por lo que se considera este documento válido para la ejecución de las encuestas y resultados, por lo que se podrá determinar cuáles son las necesidades básicas insatisfechas y los resultado que permitirá la elaboración del pertinente análisis para tomar las decisiones basada en el problema y objetivos de la investigación, para la recopilación de datos se trabajará en base al

método cualitativo, debido al desarrollo de encuestas a los pobladores de la parroquia Puerto El Morro y a expertos de convenio a los argumentos a desarrollar.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación

En la investigación para la recolección de información se utilizará la formulación de encuesta que según Hernández Sampieri et al. (2007) afirma que “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p.310), la cual se ejecutará a la población de Puerto El Morro y estará dirigida a las viviendas del sector. Las encuestas se consideran validadas porque son tomadas de la metodología del CEPAL para la medición de las necesidades básicas insatisfechas.

Además se realizaron encuestas a los turistas y a los operadores turísticos de Puerto El Morro, con la finalidad de determinar las potenciales actividades turísticas del sector y el nivel de satisfacción que produce en los turistas. Se considera a las encuestas como un documento válido porque son tomadas y adaptadas de la tesis doctoral “Diagnóstico y tendencias del turismo de Balnearios en Andalucía” perteneciente a Rosa María Anaya Aguilar.

“El cuestionario fue diseñado por un grupo de expertos formados por profesores del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Málaga, profesores de la Unidad Docente de Medicina Familiar y Comunitaria y la autora de este trabajo”. (Anaya Aguilar, 2011, p.135)

“El cuestionario inicial, que constaba de 57 variables, fue reducido a 40, renunciando con ello al análisis exhaustivo y específico para obtener conclusiones más generales y hacer más operativa la respuesta de los expertos”. (Anaya Aguilar, 2011, p.135)

El cuestionario realizado por Anaya Aguilar (2011) se compuso de los siguientes bloques:

“El cuestionario se compuso de los siguientes bloques:

1. Entorno.
2. Servicios.
3. Instalaciones y equipamientos.
4. Estrategias.”

“El grupo de expertos realizó una lectura del cuestionario corrigiendo la escala de medida, añadiendo a ésta la posibilidad de no contestar, eliminando las preguntas negativas y aquellas que no se entendían en la lectura”. (Anaya Aguilar, 2011, p.137)

3.5. Población y Muestra

3.5.1. Población

La población es todos los elementos que suman y que colaboran algún grupo en común de las mismas características y que forman el universo para los propósitos de la problemática de la investigación de mercados. (Malhotra, 2008)

En el proceso de la investigación se toma la población de Puerto El Morro que cuenta con 2025 habitantes tomado por la información otorgada del censo en el año 2010.

En la actualidad, Puerto El Morro tiene 3 operadoras turísticas que se encargan de ofrecer diferentes actividades para los turistas.

En relación a lo expuesto por la Sra. Mónica Morales, gerente general Puerto El Morro Tours, indico que el flujo de turistas durante un fin de semana es variable y se encuentra entre 100 a 150 turistas aproximadamente; dando un promedio de 500 turistas mensualmente.

3.5.2. Muestra

“Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”(Hernández Sampieri et al., 2007).

Mediante el criterio antes mencionado, se toma un subconjunto de los habitantes de la población de Puerto El Morro de 2025 habitantes, además en conjunto con el GAD El Morro para realizar los cálculos de la población de Puerto El Morro se anexa la población de los diferentes sectores dispersos que consta de 1137 habitantes.

Para el procesamiento de datos se dividirá el total de la población para 5, por que las encuestas se realizaran por hogar para así obtener información sobre las necesidades básicas insatisfechas.

Formula:

N= tamaño de la población

E=0.05

$$n = \frac{N}{\left(\frac{E}{100}\right)^2 (N - 1) + 1}$$

N= 2025+1137= 3162/5= 632,4

E=0.05

$$n = \frac{\left(\frac{3162}{5}\right)}{\left(\frac{5}{100}\right)^2 \left(\left(\frac{3162}{5}\right) - 1\right) + 1}$$

n= 245,26 ≈ 245

La muestra del trabajo investigativo es de 245 hogares de Puerto El Morro.

Para las encuestas a realizar a turistas y operadoras se harán por medio del muestreo no probabilístico, el cual según Hernández Sampieri et al. (2007) indica que

“la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra” (p.241).

Se utilizara el muestreo por conveniencia, según Blanco & Castro (2007) indico: “Se suele utilizar sobre todo al principio una muestra por conveniencia que se denomina muestra de voluntarios, y se utiliza si el investigador necesita que los posibles participantes se presenten por sí mismos”.

Se procederá a utilizar este tipo de muestreo porque en la población de los operadores de turismo solo existen 3 operadoras; mientras que en la encuesta a los turistas se tomara la muestra de 100 turistas, con la finalidad de obtener información sobre las experiencias generadas en las actividades turísticas de Puerto El Morro.

3.6. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados

Las encuestas se ejecutaron en la parroquia Puerto El Morro a la localidad del sector, para esto el cuestionario que se utilizó, se diseñó para determinar las necesidades básicas insatisfechas, donde las encuestas se realizaron por hogar encuestando a una persona por casa la cual procedió a responder las preguntas realizadas.

Tabla 11
Tipo de vivienda

		Tipo de vivienda			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Particular	205	83,7	83,7	83,7
	colectivo	40	16,3	16,3	100,0
Total		245	100,0	100,0	

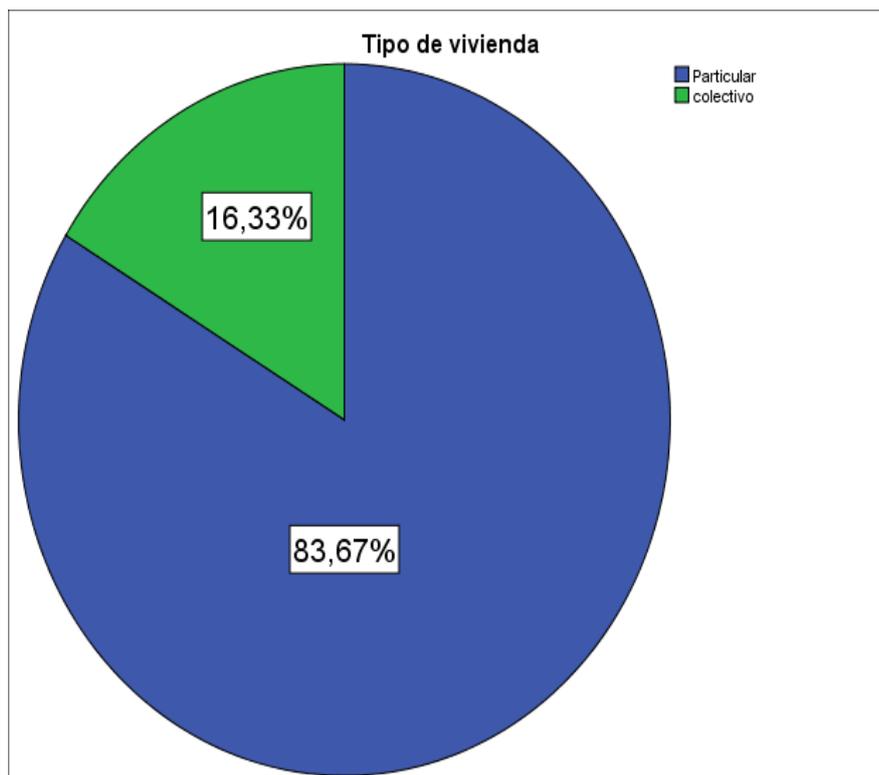


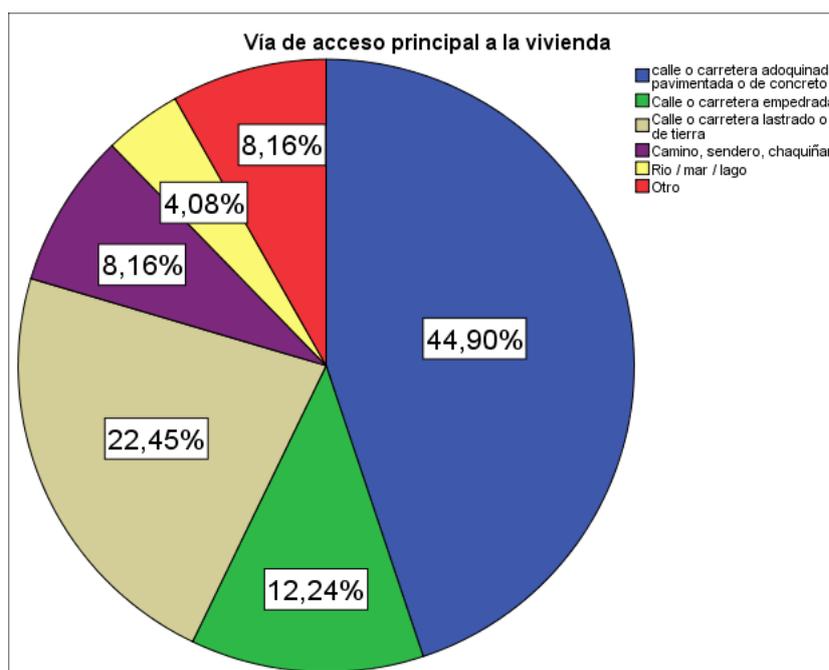
Figura 15 Tipo de vivienda

Análisis de resultado

En la parroquia Puerto El Morro se pudo determinar en 83,7% de la población cuenta con su casa de manera independiente, de acuerdo con lo constatado durante la realización de las encuestas, los hogares indicaron que en su mayoría compraron terrenos en el sector y luego procedieron a construir su casa, mientras que otros ya compraban casas hechas; mientras el 16.3% vive en casa colectiva debido a que habitantes del sector arriendan, prestan u venden un espacio en su terreno, de acuerdo con los habitantes adquirieron de esta forma la casa debido a que tenía un costo menor.

Tabla 12*Vía de acceso principal a la vivienda*

Vía de acceso principal a la vivienda				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Calle o carretera adoquinada pavimentada o de concreto	110	44,9	44,9	44,9
Calle o carretera empedrada	30	12,2	12,2	57,1
Calle o carretera lastrado o de tierra	55	22,4	22,4	79,6
Camino, sendero, chaquiñán	20	8,2	8,2	87,8
Rio / mar / lago	10	4,1	4,1	91,8
Otro	20	8,2	8,2	100,0
Total	245	100,0	100,0	

*Figura 16 Vía de acceso principal a la vivienda***Análisis de resultado**

Se pudo determinar que aproximadamente el 80% de la población tiene sus viviendas en donde las calles están en un estado óptimo para el acceso a dichas viviendas. El resto se sectores que se encuentran dispersos, generan una complicación a su acceso, especialmente para los habitantes del hogar.

Tabla 13
Condición de ocupación de la vivienda

Condición de ocupación de la vivienda		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocupada con personas presentes	239	97,6	97,6	97,6
	Ocupada con personas ausentes	2	,8	,8	98,4
	En construcción	4	1,6	1,6	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

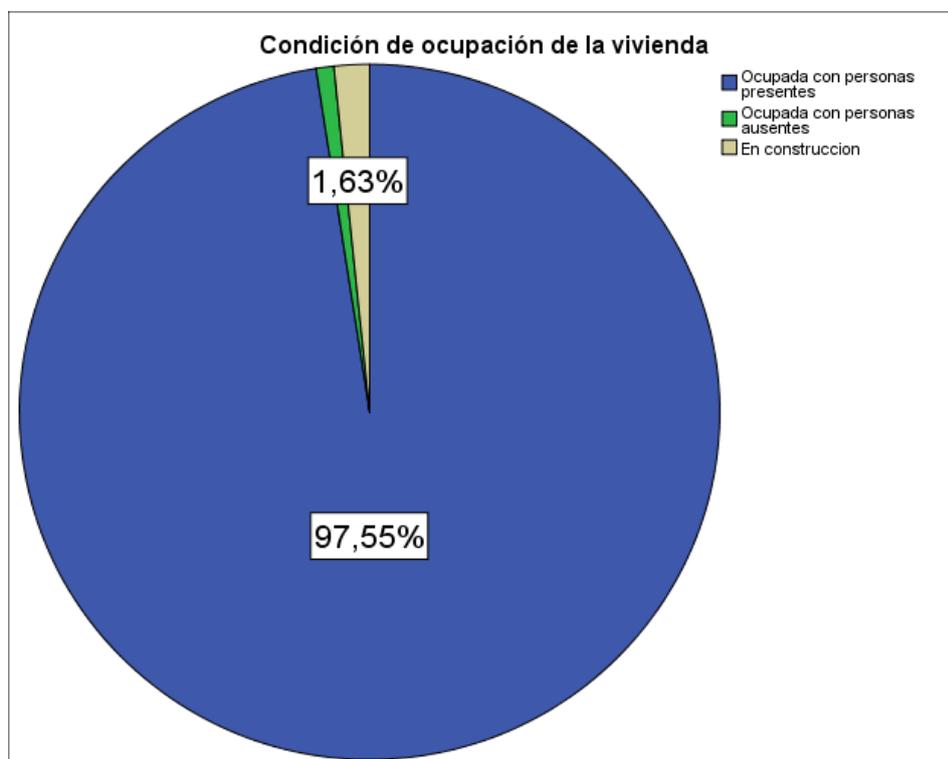


Figura 17 Condición de ocupación de la vivienda

Análisis de resultado

El 97,55% del total de los hogares encuestados se encontraba con la familia presente, mientras en menor porcentaje los hogares estaban ocupados por pocos miembros de la familia, los cuales se encontraban realizando comprar o en las escuelas del sector y en otros casos se encontró viviendas en construcción.

Tabla 14

¿El material pre dominante del techo o cubierta de la vivienda es?

¿El material pre dominante del techo o cubierta de la vivienda es?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hormigón (losa, cemento)	26	10,6	10,6	10,6
	Asbesto (eternit, eurolit)	18	7,3	7,3	18,0
	Zinc	196	80,0	80,0	98,0
	Teja	4	1,6	1,6	99,6
	Otros materiales	1	,4	,4	100,0
Total		245	100,0	100,0	

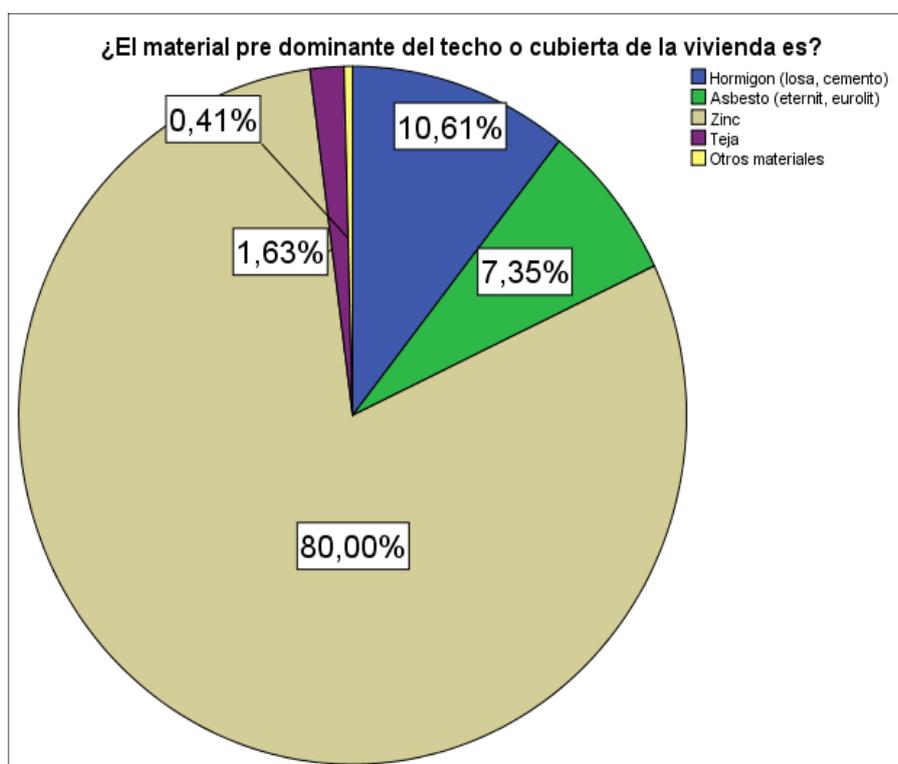


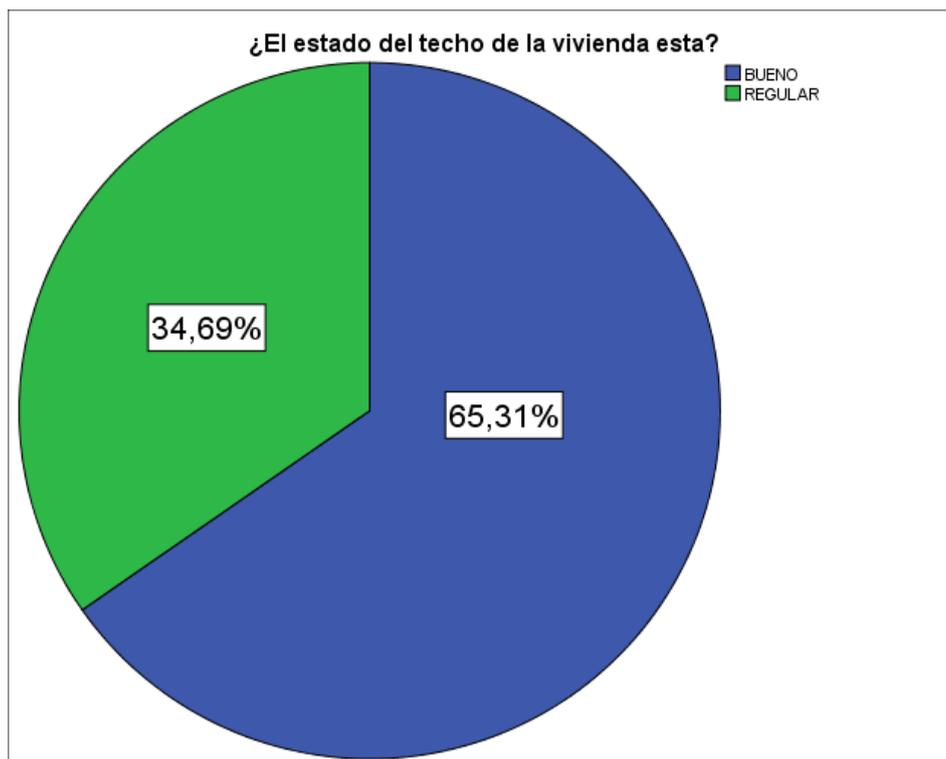
Figura 18. ¿El material pre dominante del techo o cubierta de la vivienda es?

Análisis de resultado

En Puerto El Morro el material más utilizado para la construcción de techos es el Zinc con un 80%, de acuerdo con los encuestados esto se debía al costo de este material lo cual lo vuelve más accesible para los habitantes de dicho sector.

Tabla 15*¿El estado del techo de la vivienda está?*

		¿El estado del techo de la vivienda está?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	160	65,3	65,3	65,3
	Regular	85	34,7	34,7	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 19 ¿El estado del techo de la vivienda está?***Análisis de resultado**

El 65,3% de los techos de Puerto El Morro se encuentran en buen estado; y en un 34,7% están en un estado regular, este porcentaje se vio afectado, por el fuerte invierno que se generó en la provincia de Guayas de donde proviene la parroquia.

Tabla 16

¿El material pre dominante de las paredes exteriores de la vivienda es?

¿El material pre dominante de las paredes exteriores de la vivienda es?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hormigón	29	11,8	11,8	11,8
	Ladrillo o Bloque	210	85,7	85,7	97,6
	Madera	4	1,6	1,6	99,2
	Caña revestida o bahareque	2	,8	,8	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

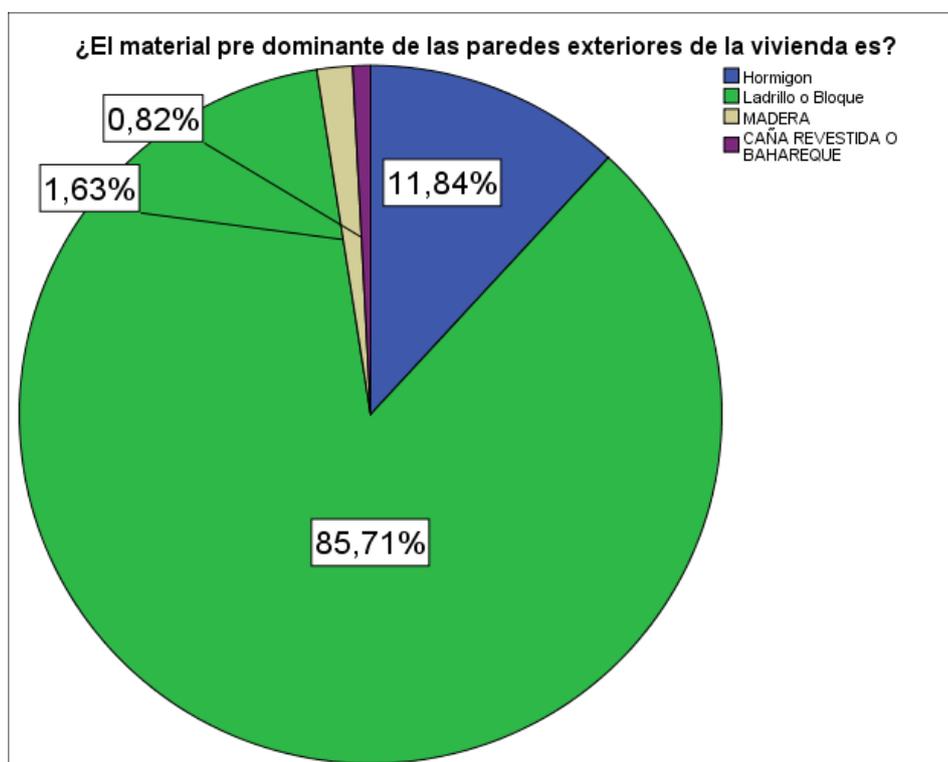


Figura 20 ¿El material pre dominante de las paredes exteriores de la vivienda es?

Análisis de resultado

En Puerto El Morro las casas se encuentran con paredes de bloque o ladrillo dando un total de 85.71%, según indicaron los encuestados al hacerlo de este material buscaban fortalecer su vivienda, además se observó en el sector la existencia de casas que están hechas con madera y caña, las cuales se encuentran en sectores alejado de la parroquia.

Tabla 17

¿El estado de las paredes exteriores de la vivienda está?

¿El estado de las paredes exteriores de la vivienda están?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buenas	171	69,8	69,8	69,8
	Regulares	55	22,4	22,4	92,2
	Malas	19	7,8	7,8	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

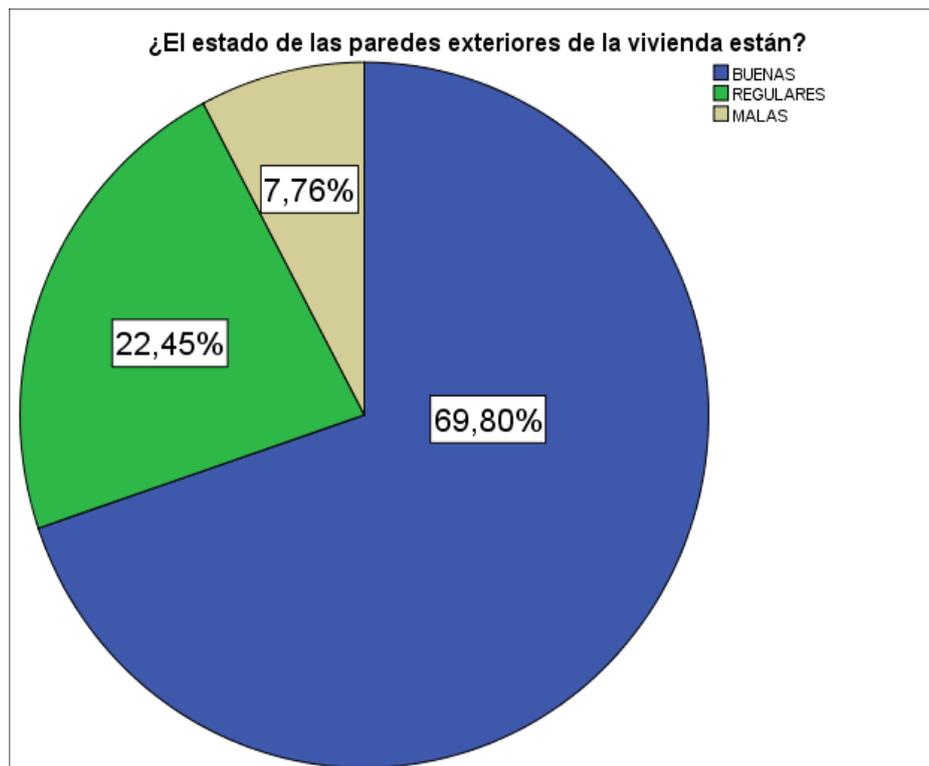


Figura 21 ¿El estado de las paredes exteriores de la vivienda está?

Análisis de resultado

Las paredes de las viviendas del sector de Puerto El Morro en su mayoría se encuentran en buen estado, pero un 30,20% se encuentran entre regular y mala, la afectación en las paredes se debe al deterioro generado por la antigüedad de algunas viviendas entre otros factores como son las lluvias en el sector durante el invierno.

Tabla 18

¿El material pre dominante del piso de la vivienda es?

¿El material pre dominante del piso de la vivienda es?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tabla sin tratar	7	2,9	2,9	2,9
	Cerámicas, baldosa, vinil o mármol	32	13,1	13,1	15,9
	Ladrillo cemento	186	75,9	75,9	91,8
	Caña	3	1,2	1,2	93,1
	Tierra	17	6,9	6,9	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

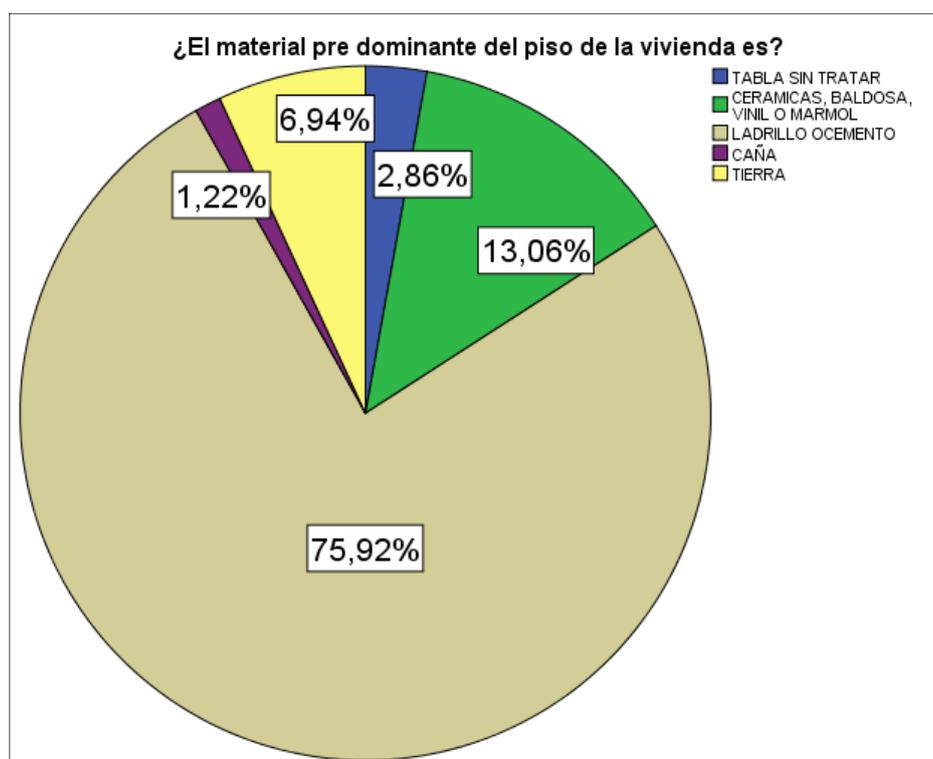


Figura 22 ¿El material pre dominante del piso de la vivienda es?

Análisis de resultado

El material predominante de los pisos de las viviendas del sector es el ladrillo o cemento, es decir, tienen el suelo cubierto para así no vivir en tierra. Un 13,10% de las viviendas cuentan con cerámica en sus pisos con la finalidad de darle un mejor aspecto a los pisos de las viviendas.

Tabla 19*¿El estado del piso de la vivienda está?*

¿El estado del piso de la vivienda está?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	158	64,5	64,5	64,5
	Regular	78	31,8	31,8	96,3
	Malo	9	3,7	3,7	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

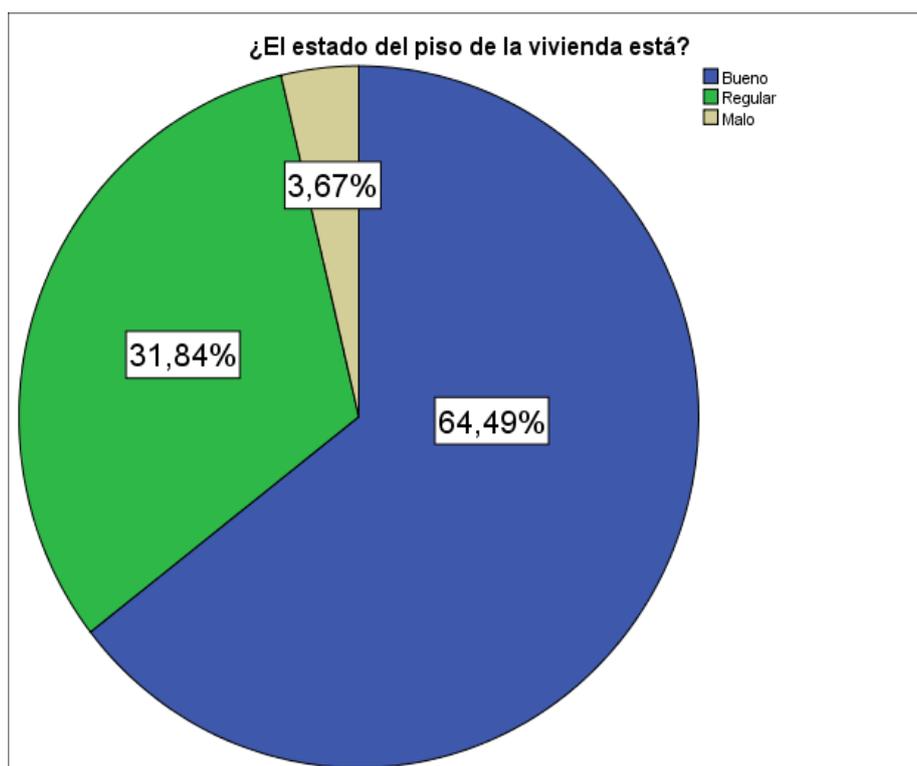


Figura 23 ¿El estado del piso de la vivienda está?

Análisis de resultado

Existe un 35,50% de los pisos de las viviendas de Puerto El Morro que se encuentran en regular a mal estado, este porcentaje se generaría debido al desgaste de los pisos, estos tenían huecos y en diversas partes se encontraba raspado, así como cierta cantidad tienen pisos de tierra que también se encontraban en mal estado.

Tabla 20

¿De dónde proviene principalmente el agua que recibe la vivienda?

¿De dónde proviene principalmente el agua que recibe la vivienda?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Red publica	241	98,4	98,4	98,4
	De pozo	4	1,6	1,6	100,0
	Total	245	100,0	100,0	



Figura 24 ¿De dónde proviene principalmente el agua que recibe la vivienda?

Análisis de resultado

Las viviendas de Puerto El Morro en un 98,40% reciben el agua que utilizan por medio de una red pública encargada de la distribución del agua en el sector, esto debido a la gestión del municipio de Guayaquil debido a que Puerto El Morro es uno de sus cantones rurales.

Tabla 21*¿El agua que recibe la vivienda es?*

		¿El agua que recibe la vivienda es?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por tubería dentro de la vivienda	176	71,8	71,8	71,8
	Por tubería fuera de la vivienda, pero dentro del edificio, lote o terreno	64	26,1	26,1	98,0
	Por tubería fuera del edificio, lote o terreno	5	2,0	2,0	100,0
Total		245	100,0	100,0	

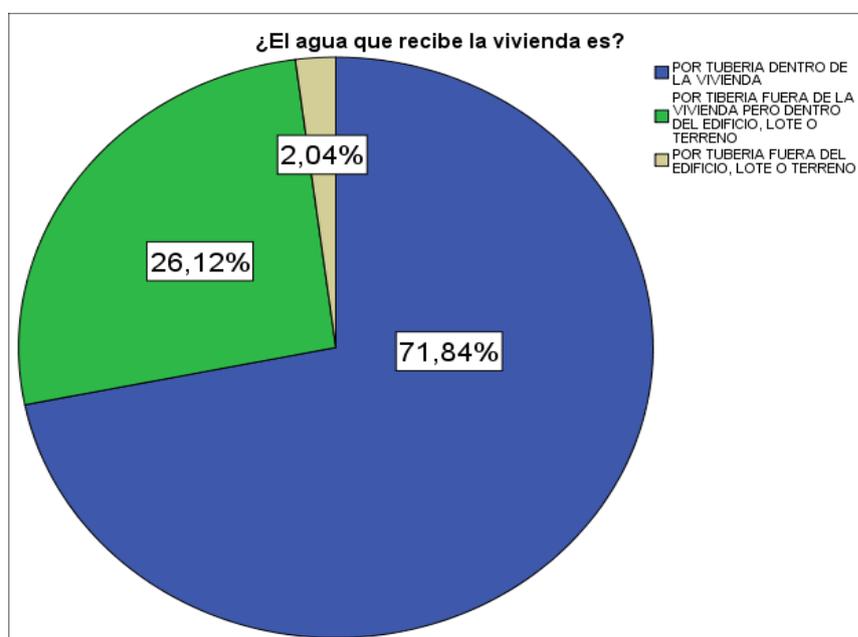


Figura 25 ¿El agua que recibe la vivienda es?

Análisis de resultado

Todas las viviendas en Puerto El Morro reciben el agua por medio de tuberías de la red pública distribuidora del agua, pero la diferencia entre las viviendas es que en mayor porcentaje tiene las tuberías dentro del hogar con un 71.84%, de las cuales algunas tienen cisternas que se encarga de distribuir por la casa, mientras otras las tienen afuera de la vivienda en tanques de agua, lo que provoca que tenga que ir a recolectar agua para llevarla al hogar.

Tabla 22

¿El servicio higiénico o escusado de la vivienda es?

¿El servicio higiénico o escusado de la vivienda es?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Conectado a red pública de alcantarillado	47	19,2	19,2	19,2
	Conectado a pozo séptico	198	80,8	80,8	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

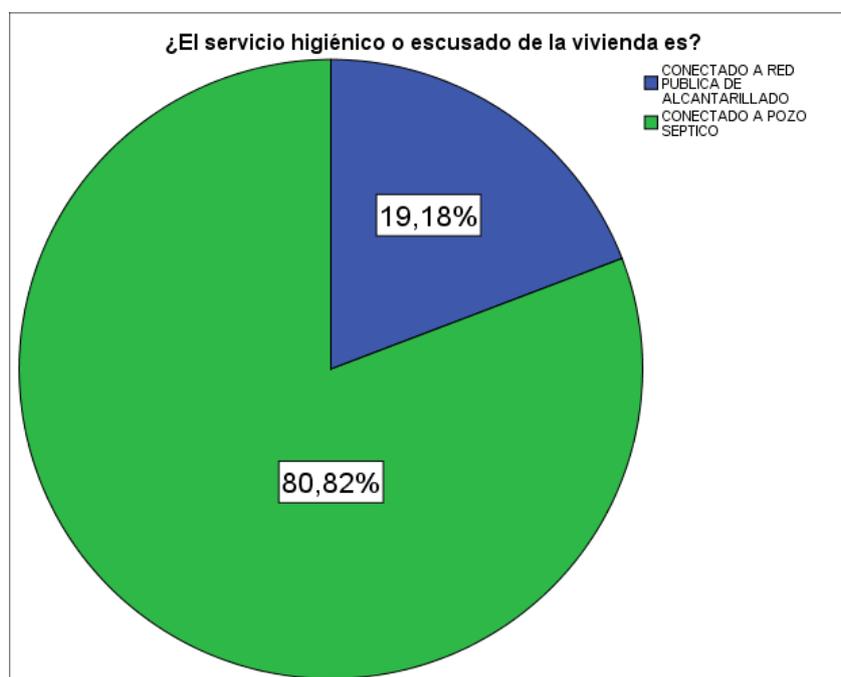


Figura 26 ¿El servicio higiénico o escusado de la vivienda es?

Análisis de resultado

El 88,80% de la población cuenta con pozo séptico para la utilización de su servicio higiénico, mientras un 19,2% de la población cuenta con alcantarillado, esto se podría deber a que la población que cuenta con alcantarillado se encuentre en sectores dispersos que este cercanos a sitios que cuentan con dicho servicio.

Además, según lo indicado por una representante del GAD del Morro, ya se está buscando la forma de crear alcantarillado en todo el sector y esto lo realizan en conjunto con el municipio de Guayaquil.

Tabla 23

¿El servicio de luz (energía) eléctrica de la vivienda proviene principalmente de?

¿El servicio de luz (energía) eléctrica de la vivienda proviene principalmente de?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Red de empresa eléctrica de servicio publico	221	90,2	90,2	90,2
	Panel solar	13	5,3	5,3	95,5
	No tiene	11	4,5	4,5	100,0
Total		245	100,0	100,0	

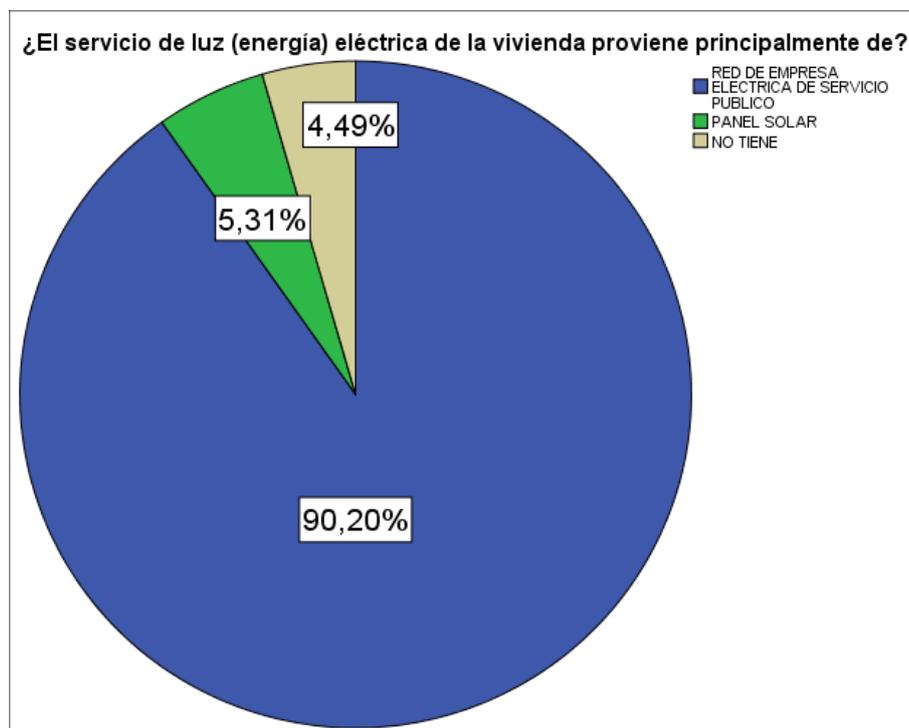


Figura 27 ¿El servicio de luz (energía) eléctrica de la vivienda proviene principalmente de?

Análisis de resultado

En su mayoría la población de Puerto El Morro con un 90,2% cuenta con servicio de energía eléctrica gracias a la red pública, la cual tiene distribuido el cableado para ofrecer este servicio a la población, aunque aún existe un 4,5% que carece de este servicio debido a que no tienen realizada las conexiones para recibir este servicio.

Tabla 24

¿Dispone la vivienda de medidor de energía eléctrica?

		¿Dispone la vivienda de medidor de energía eléctrica?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De uso exclusivo	212	86,5	86,5	86,5
	De uso común a varias viviendas	8	3,3	3,3	89,8
	No tiene medidor	25	10,2	10,2	100,0
Total		245	100,0	100,0	

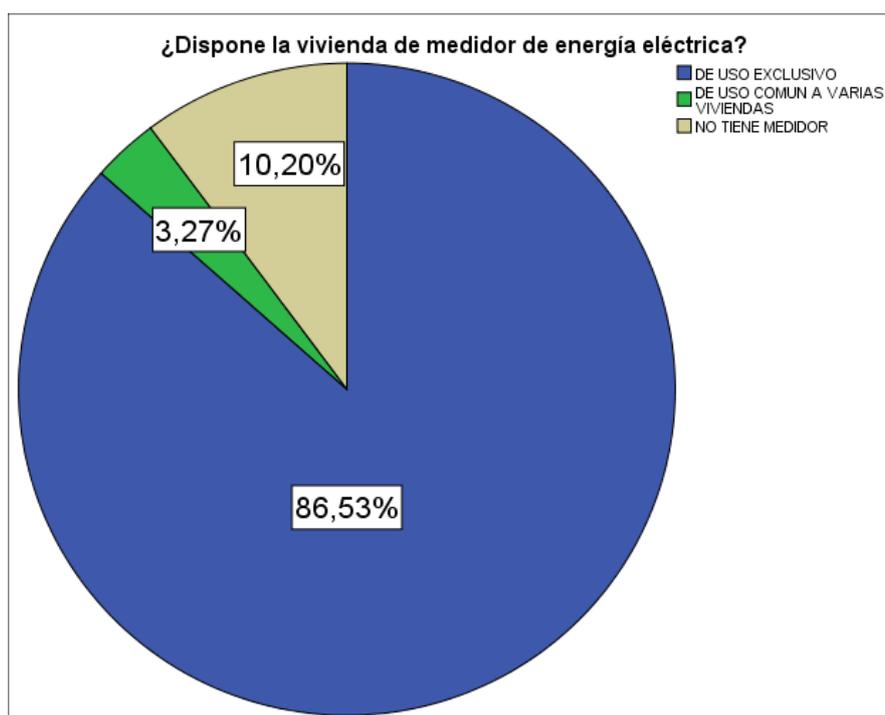


Figura 28 ¿Dispone la vivienda de medidor de energía eléctrica?

Análisis de resultado

Las viviendas de Puerto El Morro que tienen medidor de uso exclusivo son del 86,5%, pero existe un 10,2% que no cuenta con medidor, dentro de este porcentaje estarían quienes no tienen energía eléctrica o generan electricidad de otros modos como son las conexiones clandestinas a la red pública.

Tabla 25*¿Cuántos focos tienen su vivienda?*

¿Cuántos focos tiene su vivienda?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Focos ahorradores	164	66,9	66,9	66,9
	Focos convencionales	81	33,1	33,1	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

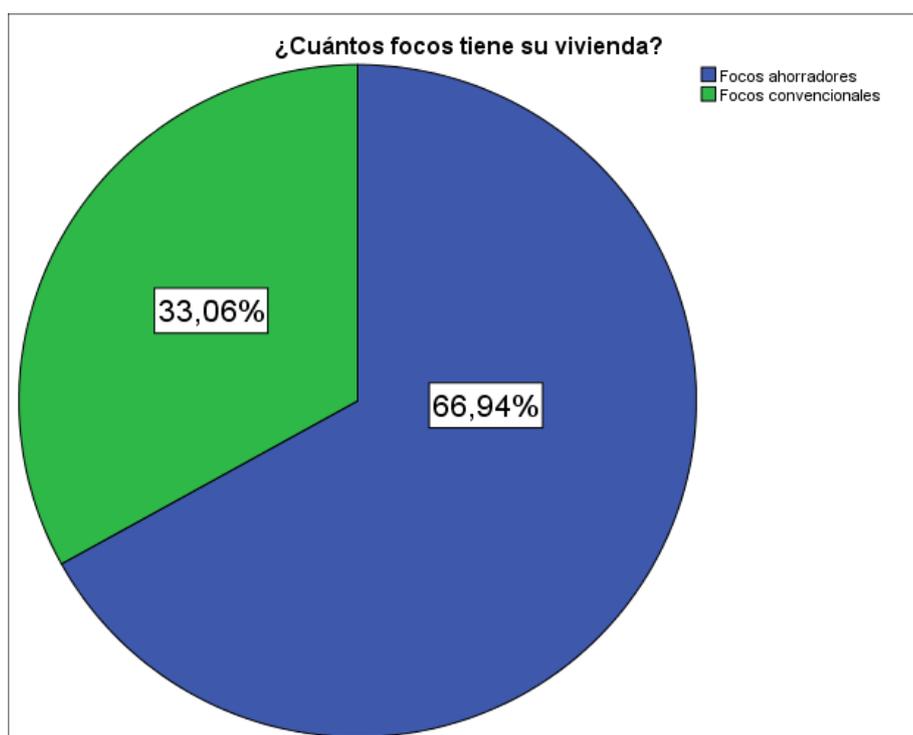


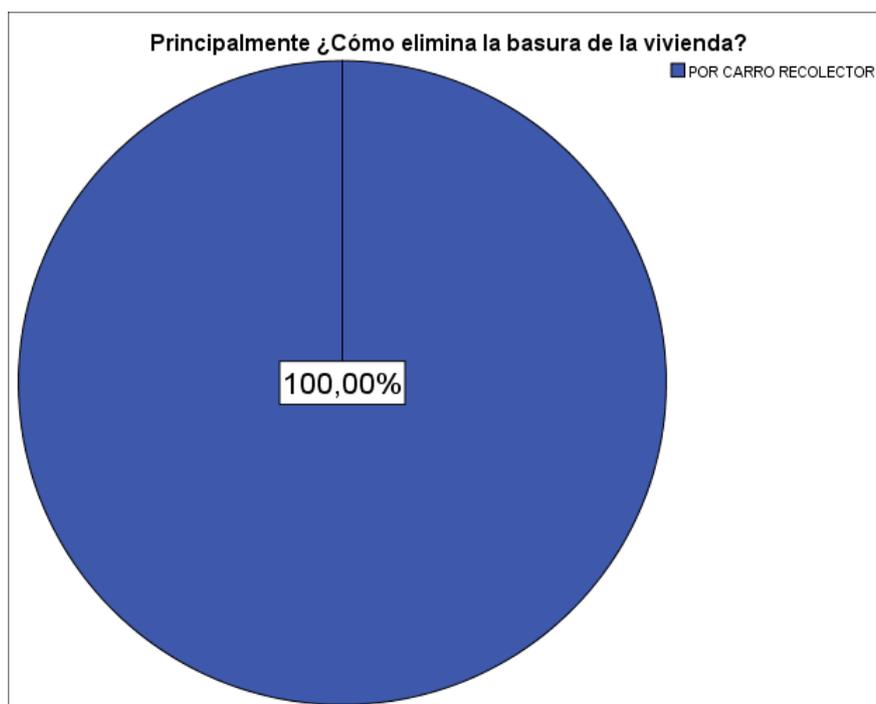
Figura 29 ¿Cuántos focos tiene su vivienda?

Análisis de resultado

La tendencia en la utilización de focos en Puerto El Morro es la adquisición de focos ahorradores con un 66,9%, los cuales según indicaron que algunos los compraron y otros realizaban el cambio de los focos incandescentes con los ahorradores de acuerdo a un plan realizado por el gobierno nacional.

Tabla 26*Principalmente ¿Cómo elimina la basura de la vivienda?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por carro recolector	245	100,0	100,0	100,0

*Figura 30* Principalmente ¿Cómo elimina la basura de la vivienda**Análisis de resultado**

Los hogares en su totalidad en Puerto El Morro el 100% eliminan su basura por medio del carro recolector, lo cual ha permitido que se deje de quemar la basura en los hogares del sector según indicaron los encuestados.

Tabla 27

Sin contar la cocina el baño y cuartos, número de cuartos

Sin contar la cocina el baño y cuartos, número de cuartos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 cuarto	76	31,0	31,0	31,0
	2 cuartos	147	60,0	60,0	91,0
	3 cuartos	13	5,3	5,3	96,3
	4 cuartos	9	3,7	3,7	100,0
Total		245	100,0	100,0	

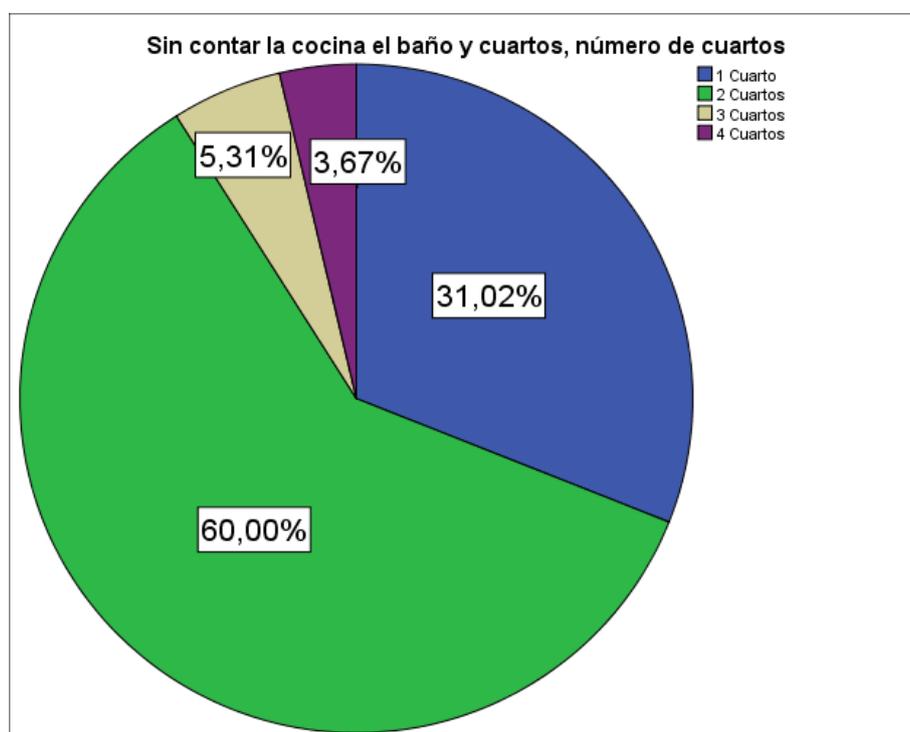


Figura 31 Sin contar la cocina el baño y cuartos, número de cuartos

Análisis de resultado

El número de cuartos con mayor coincidencia en las viviendas de Puerto El Morro es de 2 cuartos con un 60%, lo cual en familias de pocos miembros les otorga la suficiente comodidad en sus hogares.

Tabla 28

Todas las personas que duermen en esta vivienda, ¿cocinan sus alimentos en forma conjuntas y comparten un mismo gasto para la comida? (olla común)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	209	85,3	85,3	85,3
	No	36	14,7	14,7	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

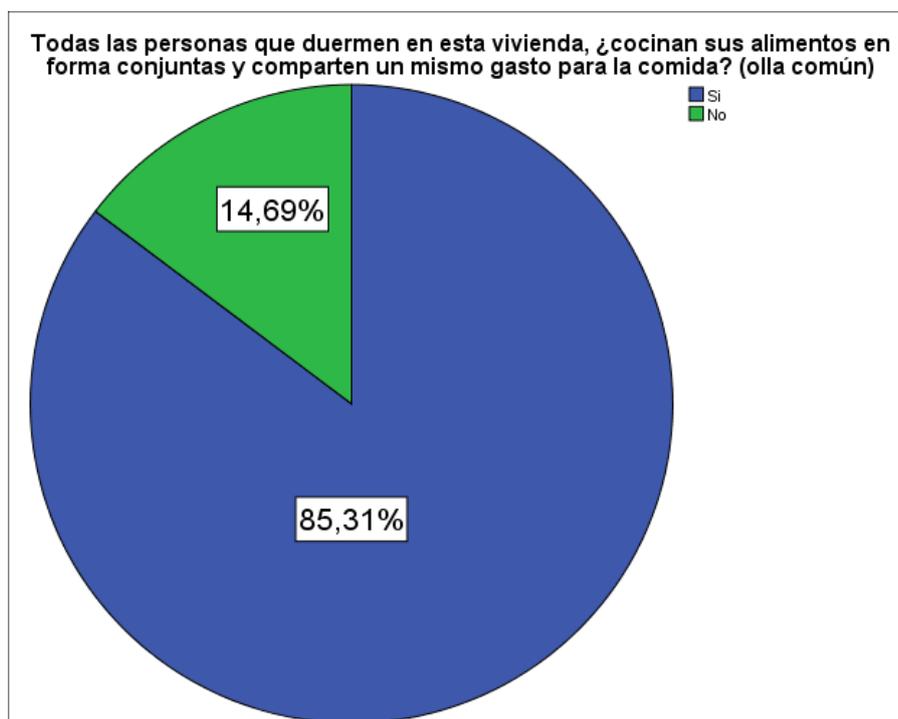


Figura 32 Todas las personas que duermen en esta vivienda, ¿cocinan sus alimentos en forma conjuntas y comparten un mismo gasto para la comida? (olla común)

Análisis de resultado

Los hogares de Puerto El Morro tienen la tendencia de compartir los alimentos, así como sus gastos en un 85,3%, entre los miembros de las familias que trabajan aportan económicamente para satisfacer los gastos de comida.

Tabla 29

¿Cuántos grupos de personas (hogares) duermen en su vivienda y cocinan los alimentos por separado? (incluya su hogar)

¿Cuántos grupos de personas (hogares) duermen en su vivienda y cocinan los alimentos por separado? (incluya su hogar)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 hogar	180	73,5	73,5	73,5
	2 hogares	60	24,5	24,5	98,0
	3 hogares	5	2,0	2,0	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

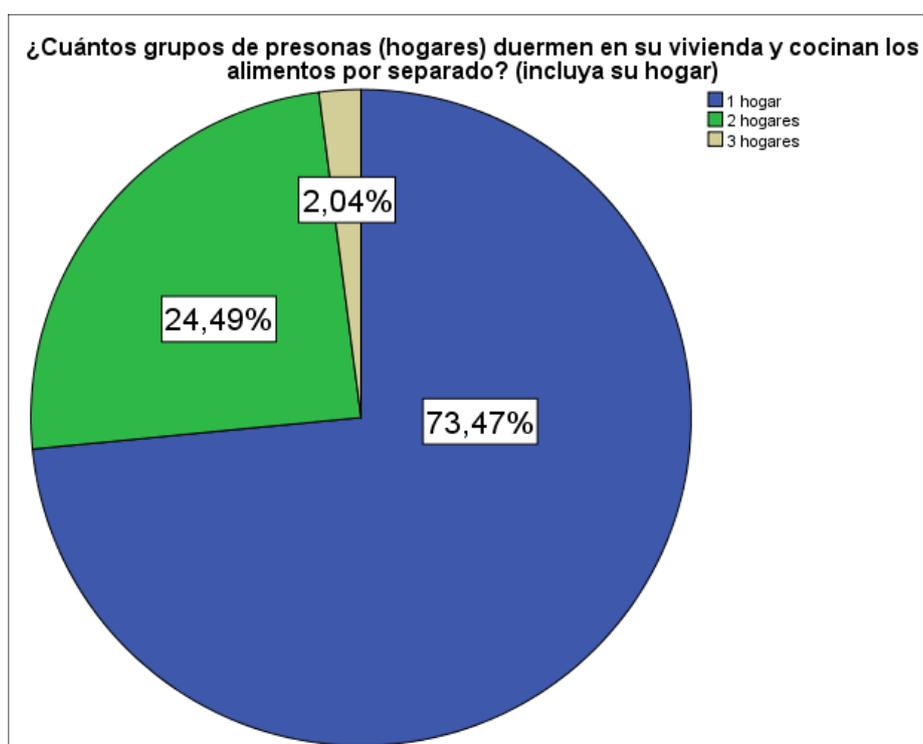


Figura 33 ¿Cuántos grupos de personas (hogares) duermen en su vivienda y cocinan los alimentos por separado? (incluya su hogar)

Análisis de resultado

En Puerto El Morro tienen la tendencia de vivir con un 73,5% de 1 hogar por vivienda, de esta manera indican que decidieron vivir porque les otorga mayor comodidad, tranquilidad e independencia de sus demás familiares de acuerdo con lo indicado por los habitantes encuestados.

Tabla 30

Del total de cuartos de este hogar, ¿Cuántos son exclusivos para dormir?

Del total de cuartos de este hogar, ¿Cuántos son exclusivos para dormir?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 dormitorio	49	20,0	20,0	20,0
	2 dormitorios	65	26,5	26,5	46,5
	3 dormitorios	131	53,5	53,5	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

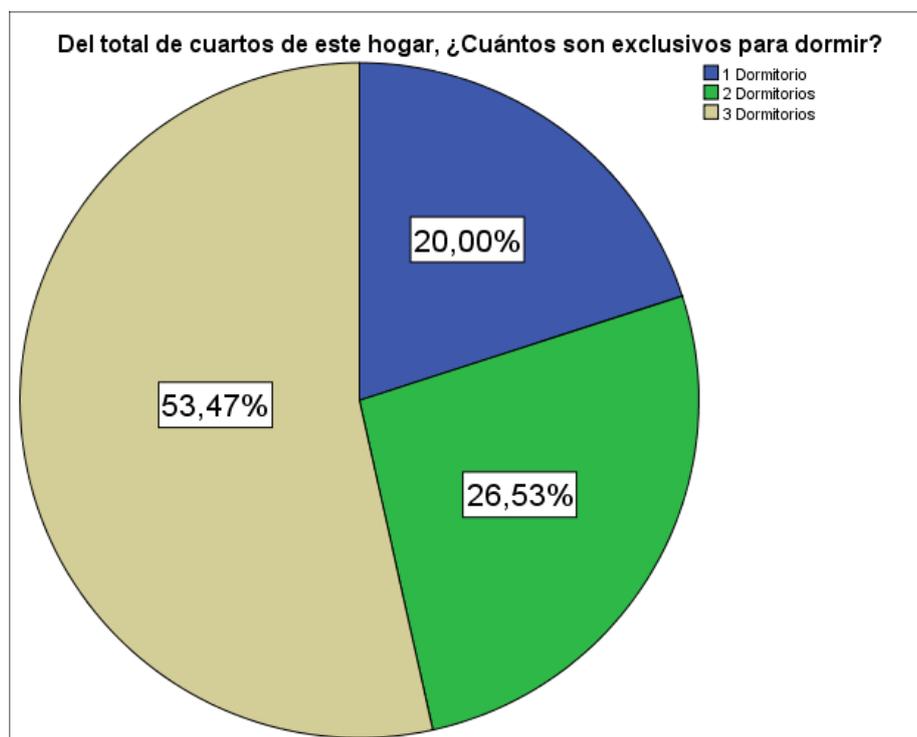


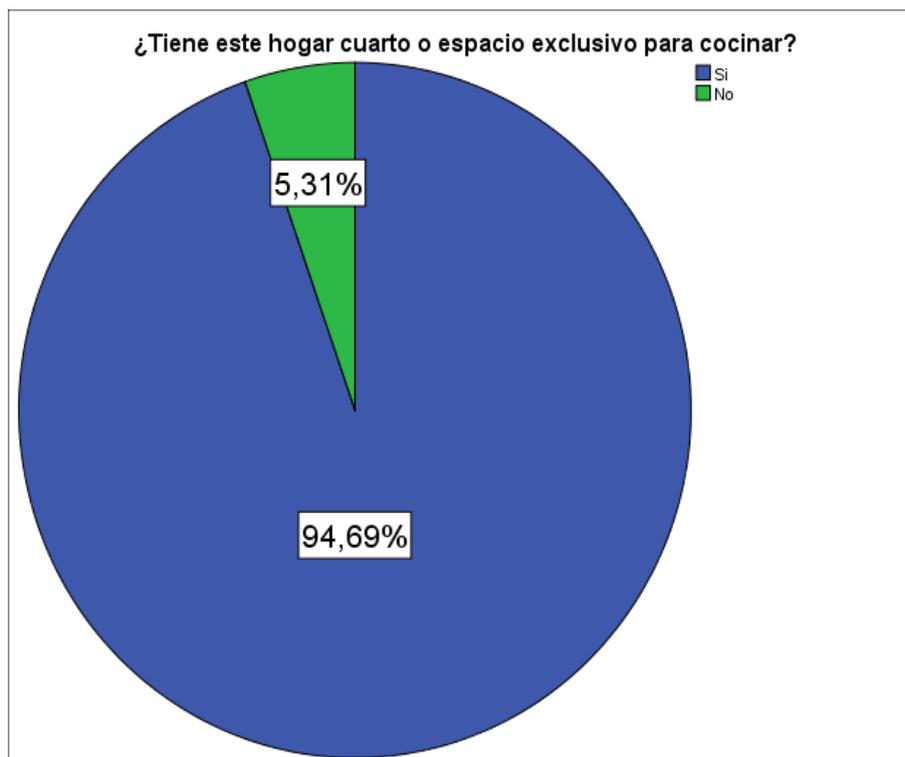
Figura 34 Del total de cuartos de este hogar, ¿Cuántos son exclusivos para dormir?

Análisis de resultado

En cuanto a dormitorios en Puerto El Morro las viviendas cuentan con un 53,5% con 3 dormitorios, de acuerdo con los habitantes indican la creación de una alta cantidad de dormitorios debido a que esto es posible con los terrenos amplios en el sector.

Tabla 31*¿Tiene este hogar cuarto o espacio exclusivo para cocinar?*

¿Tiene este hogar cuarto o espacio exclusivo para cocinar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	232	94,7	94,7	94,7
	No	13	5,3	5,3	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 35 ¿Tiene este hogar cuarto o espacio exclusivo para cocinar?***Análisis de resultado**

En Puerto E Morro las viviendas en su mayoría cuentan con su sector designado solo para la cocina con un 94.6%, de acuerdo con las personas encuestadas indicaban que preferían tener un sitio independiente para la cocina por motivos como la higiene u el calor que se genera al cocinar.

Tabla 32

¿El servicio higiénico o escusado que dispone el hogar es?

¿El servicio higiénico o escusado que dispone el hogar es?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿De uso exclusivo del hogar?	220	89,8	89,8	89,8
	¿Compartido con varios hogares?	17	6,9	6,9	96,7
	No tiene	8	3,3	3,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

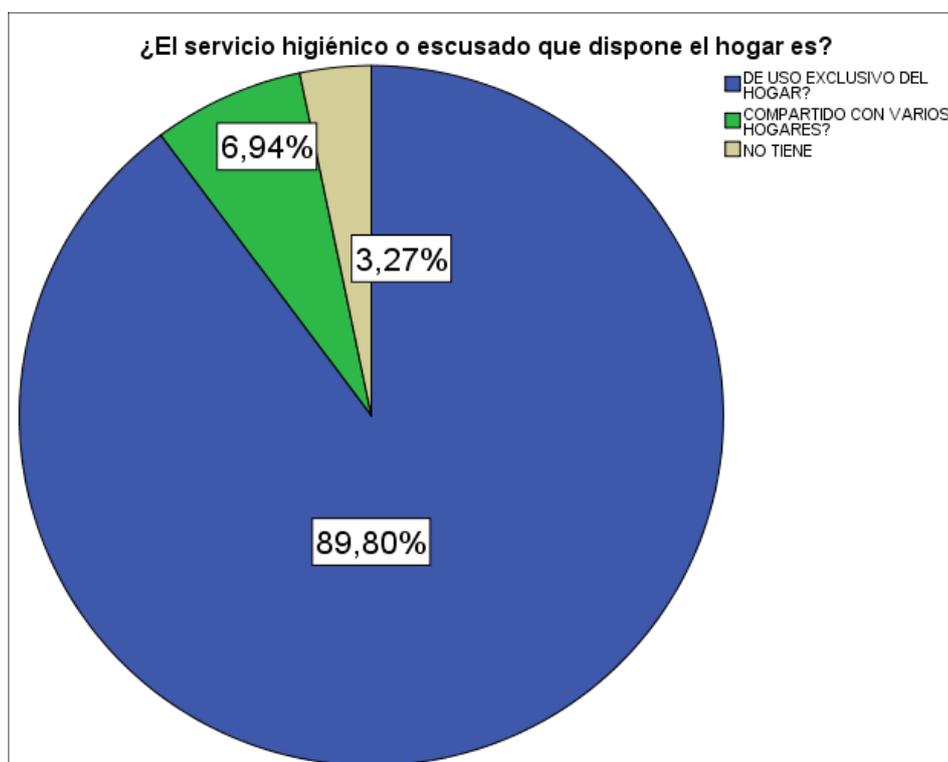


Figura 36 ¿El servicio higiénico o escusado que dispone el hogar es?

Análisis de resultado

En Puerto El Morro los habitantes encuestados en su mayoría indicaron que tienen su propio servicio higiénico en su población, aunque aún existen aún hogares que no cuentan con escusado estando estos con un 3,3% de las viviendas.

Tabla 33

¿Dispone este hogar de espacio y/o instalaciones duchas para bañarse?

¿Dispone este hogar de espacio y/o instalaciones duchas para bañarse?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De uso exclusivo del hogar	185	75,5	75,5	75,5
	Compartido con varios hogares	44	18,0	18,0	93,5
	No tiene	16	6,5	6,5	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

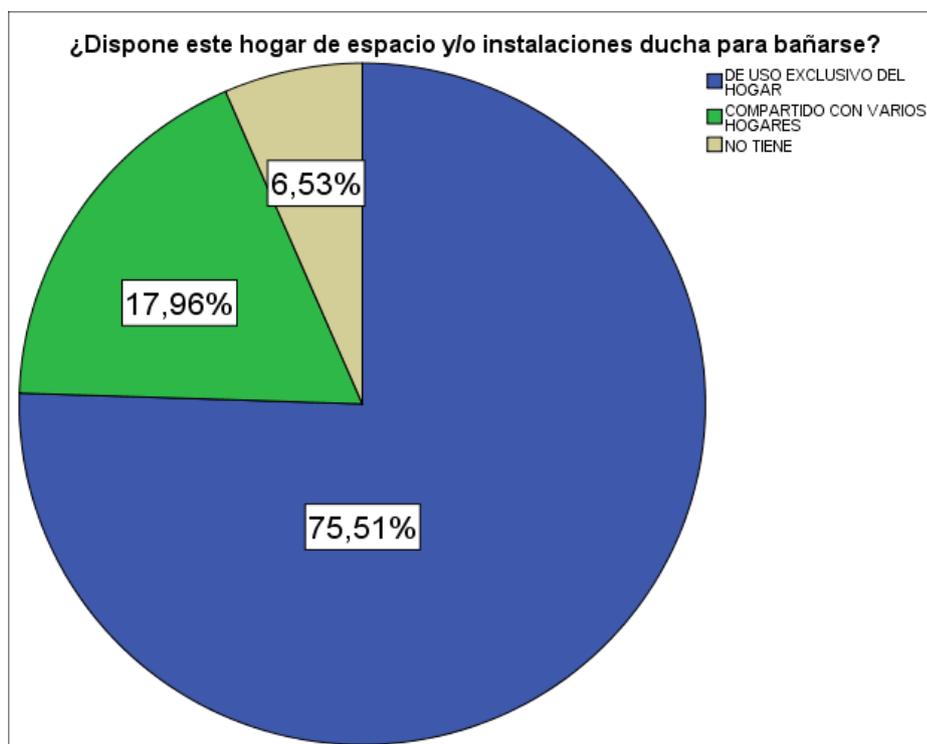


Figura 37 ¿Dispone este hogar de espacio y/o instalaciones duchas para bañarse?

Análisis de resultado

De acuerdo con los resultados de las encuestas el 75,51% de los hogares cuentan con duchas propias, es decir no la comparten con otras familias, esto se debe a que tienen vivienda propia. En sectores de Puerto El Morro existen viviendas que no cuentan con las instalaciones de duchas para bañarse, estas viviendas representan un 6,5% de la población.

Tabla 34

¿Cuál es el principal combustible o energía que utiliza este hogar para cocinar?

¿Cuál es el principal combustible o energía que utiliza este hogar para cocinar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gas (tanque o cilindro)	241	98,4	98,4	98,4
	Leña, carbón	4	1,6	1,6	100,0
	Total	245	100,0	100,0	



Figura 38 ¿Cuál es el principal combustible o energía que utiliza este hogar para cocinar?

Análisis de resultado

Los hogares en Puerto El Morro para la preparación de sus alimentos cocinan en su mayoría con tanques de gas con el 98,4% debido a que tienen las cocinas a gas y no han cambiado a las cocinas de inducción por el costo que este genera, mientras hay viviendas que aun cocinan sus alimentos de manera artesanal en base a leña o carbón.

Tabla 35

Principalmente, ¿El agua que toman los miembros del hogar?

Principalmente, ¿El agua que toman los miembros del hogar?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿La beben tal como llega al hogar?	2	,8	,8	,8
	¿La hierben?	100	40,8	40,8	41,6
	¿Le ponen cloro?	10	4,1	4,1	45,7
	¿Compran agua purificada?	133	54,3	54,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

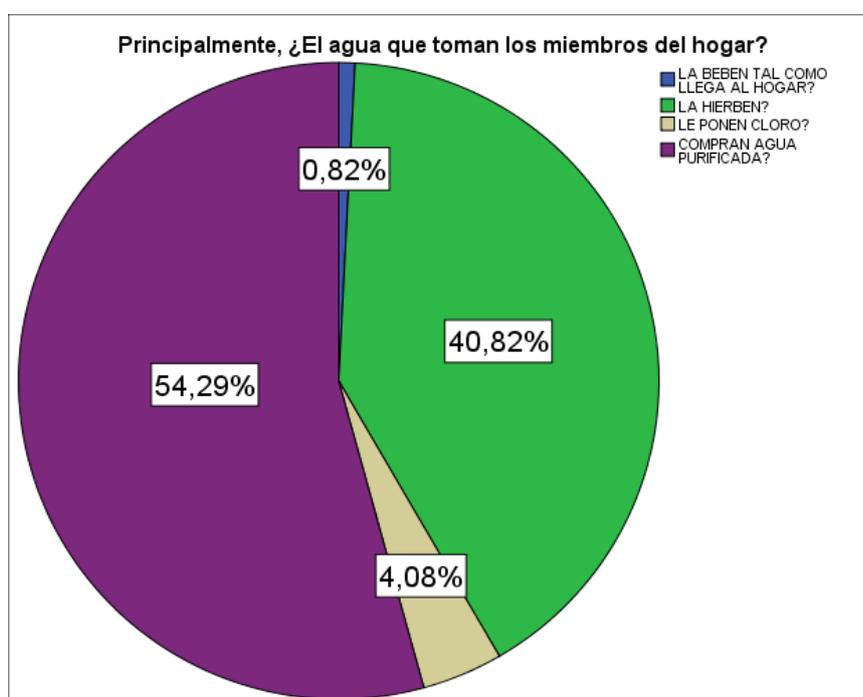


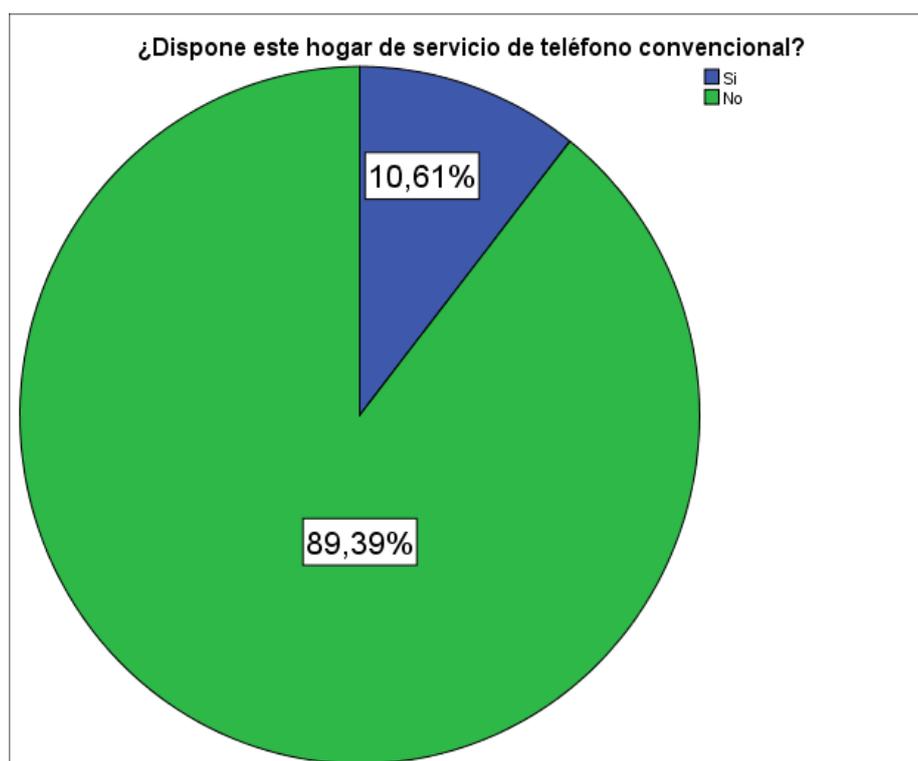
Figura 39 Principalmente, ¿El agua que toman los miembros del hogar?

Análisis de resultado

Los hogares en Puerto El Morro para consumir agua tienen dos tendencias bien marcadas. Con un 54,3% prefieren comprar agua ya sea por pomas o galones porque indicaron que se les facilitaba la forma de consumir el agua y otros hogares prefieren hervir el agua antes de consumirla para así tratar de tomarla de un poco más saludable.

Tabla 36*¿Dispone este hogar de servicio de teléfono convencional?*

¿Dispone este hogar de servicio de teléfono convencional?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	26	10,6	10,6	10,6
	No	219	89,4	89,4	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 40 ¿Dispone este hogar de servicio de teléfono convencional?***Análisis de resultado**

Solo el 10,6% de la población encuestada de Puerto El Morro cuenta con el servicio de teléfono convencional. Esta tendencia de no utilizar teléfono convencional se puede generar debido a la utilización de los teléfonos celulares o porque no cuentan con una línea propia ya que esto crea más gasto y no lo ven como algo necesario.

Tabla 37

¿Algún miembro de este hogar dispone de servicio de teléfono celular?

		¿Algún miembro de este hogar dispone de servicio de teléfono celular?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	188	76,7	76,7	76,7
	No	57	23,3	23,3	100,0
Total		245	100,0	100,0	

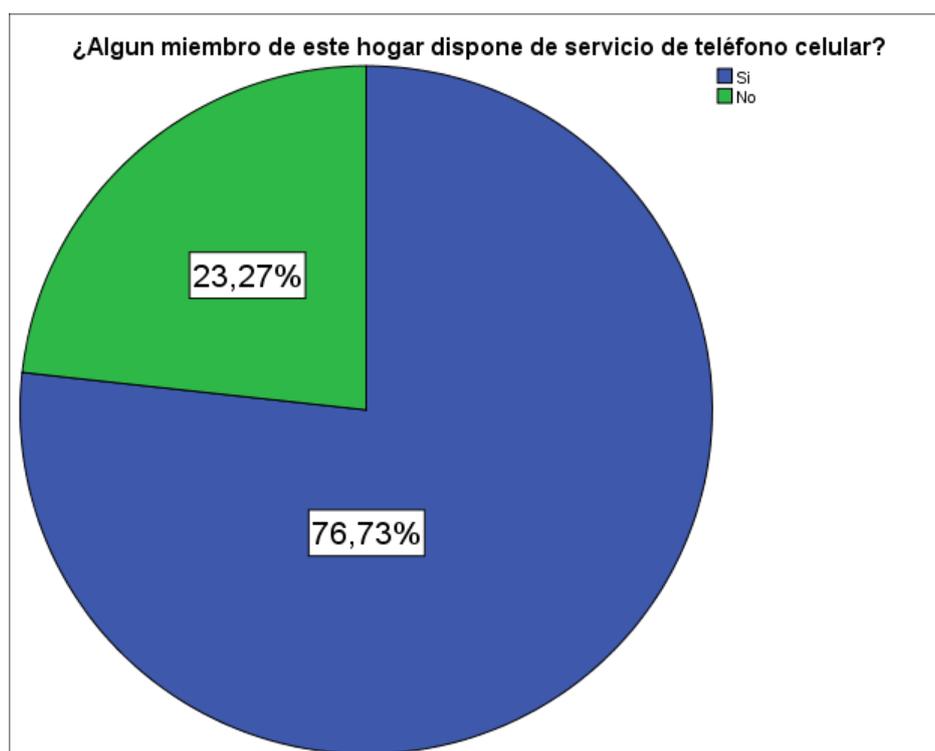


Figura 41 ¿Algún miembro de este hogar dispone de servicio de teléfono celular?

Análisis de resultado

En cuanto a la disposición de un teléfono celular de acuerdo con los resultados se demuestra que la población de Puerto El Morro con un 76,7% si tiene un teléfono celular para comunicarse de una manera rápida y segura.

Tabla 38*¿Dispone este hogar de servicio de internet?*

¿Dispone este hogar de servicio de internet?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	31	12,7	12,7	12,7
	No	214	87,3	87,3	100,0
Total		245	100,0	100,0	

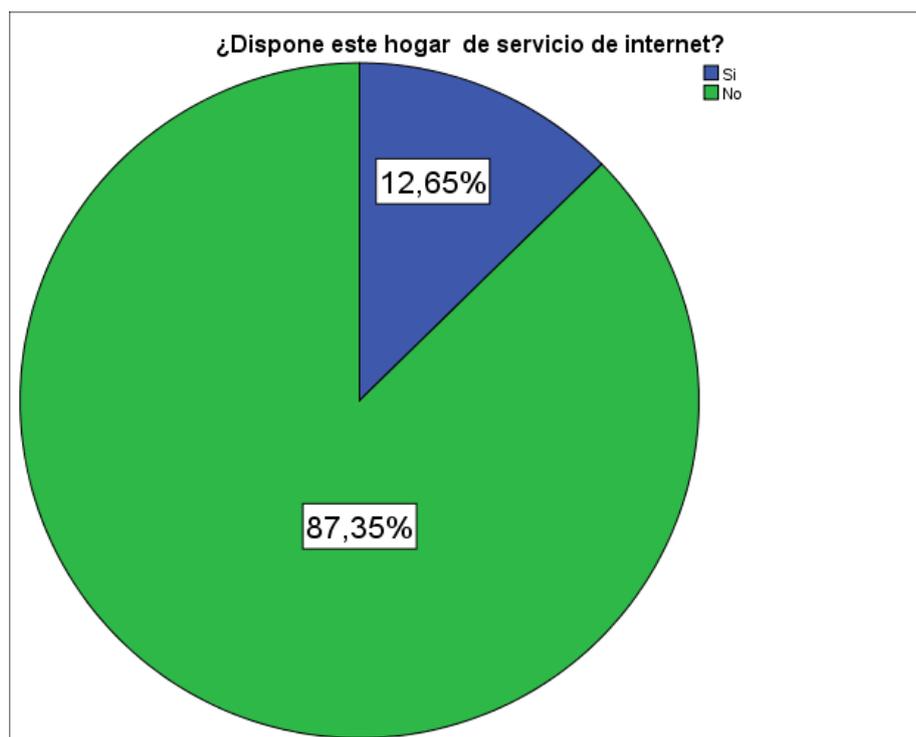


Figura 42 ¿Dispone este hogar de servicio de internet?

Análisis de resultado

En los hogares de Puerto El Morro solo el 12,7% dispone del servicio de internet. De acuerdo con los hogares encuestados consideran que el costo por el servicio de internet es alto para ellos por lo cual prefieren abstenerse de contratar este servicio.

Tabla 39

¿Dispone este hogar de computadora?

		¿Dispone este hogar de computadora?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	11	4,5	4,5	4,5
	No	234	95,5	95,5	100,0
Total		245	100,0	100,0	

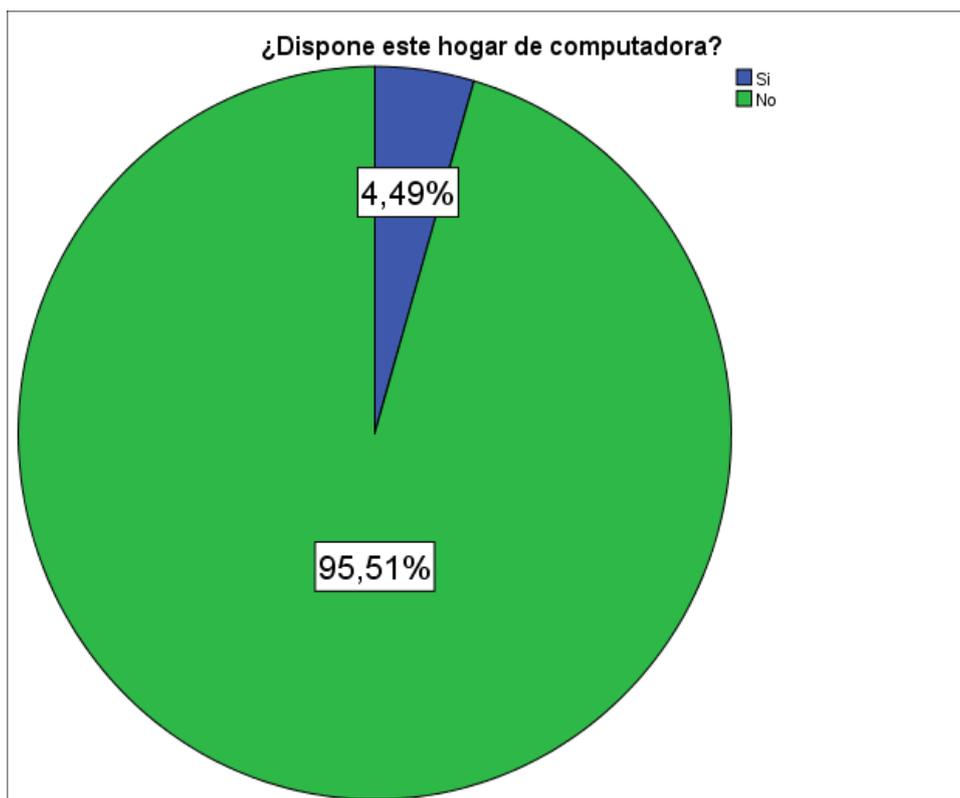


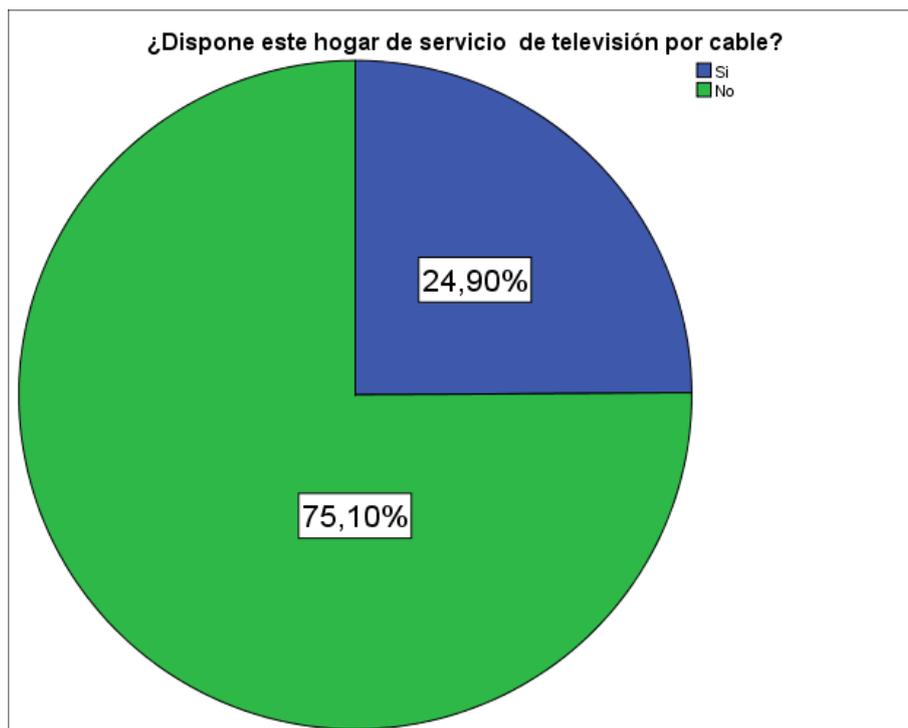
Figura 43 ¿Dispone este hogar de computadora?

Análisis de resultado

En Puerto El Morro el 95,5% de los hogares encuestados no tienen computadora, esto debido a que no tienen los ingresos necesarios para adquirir una, por lo cual indicaron que en caso de necesitar prefieren ir a un cyber. De los hogares encuestados solo el 4,5% tenían computadora en su vivienda.

Tabla 40*¿Dispone este hogar de servicio de televisión por cable?*

¿Dispone este hogar de servicio de televisión por cable?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	61	24,9	24,9	24,9
	No	184	75,1	75,1	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 44 ¿Dispone este hogar de servicio de televisión por cable?***Análisis de resultado**

La televisión por cable se encuentra disponible en el 24,9% de los hogares de Puerto El Morro, siendo este servicio el segundo con más disponibilidad de los habitantes del sector. A pesar de contar con este servicio algunos de los hogares encuestados indicaron que no todos son legales.

Tabla 41

¿Cuánto pagó el hogar la última vez por el servicio de luz eléctrica?

¿Cuánto pagó el hogar la última vez por el servicio de luz eléctrica?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	de \$5 a \$10	24	9,8	9,8	9,8
	de \$11 a \$20	136	55,5	55,5	65,3
	De \$21 a \$30	73	29,8	29,8	95,1
	De \$31 a \$40	10	4,1	4,1	99,2
	No paga	2	,8	,8	100,0
Total		245	100,0	100,0	

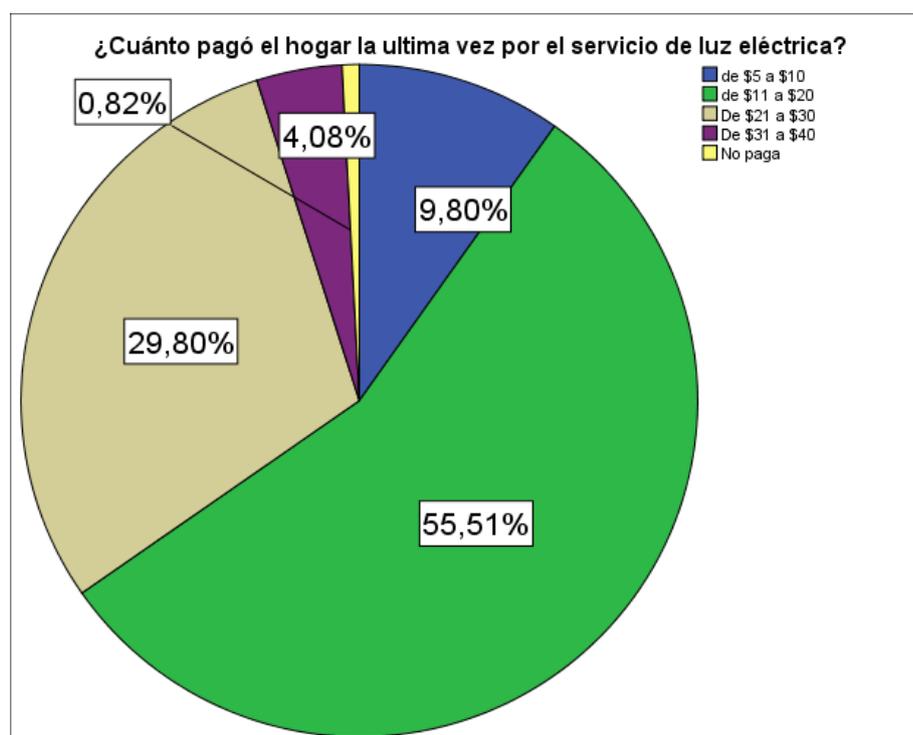


Figura 45 ¿Cuánto pagó el hogar la última vez por el servicio de luz eléctrica?

Análisis de resultado

Los hogares en Puerto El Morro tienen la tendencia a pagar entre \$11 a \$20 de luz eléctrica que representa el 55,5% de los hogares en este rango por lo que indicaron que ese costo es aceptable para lo que ellos no tienen aparatos electrónicos que les consuman energía.

Tabla 42

¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para trabajar?

¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para trabajar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	114	46,5	46,5	46,5
	No	131	53,5	53,5	100,0
	Total	245	100,0	100,0	



Figura 46 ¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para trabajar?

Análisis de resultado

En cuanto al lugar de trabajo de los miembros de los hogares de Puerto El Morro se determina que el 53,5% de los hogares no hay nadie que viaje a otro cantón o ciudad a trabajar. Y a su vez en el 46,5% si tienen miembros que salen a trabajar a otros lugares fuera de Puerto El Morro y estos se dirigen a otros cantones como Villamil o Guayaquil.

Tabla 43

¿La vivienda que ocupa este hogar es?

		¿La vivienda que ocupa este hogar es?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿Propia y totalmente pagada?	187	76,3	76,3	76,3
	¿Propia y la está pagando?	2	,8	,8	77,1
	¿Propia? (regalada, donada, heredada o por posesión)	45	18,4	18,4	95,5
	¿Prestada o cedida? (no paga)	2	,8	,8	96,3
	¿Arrendada?	9	3,7	3,7	100,0
Total		245	100,0	100,0	

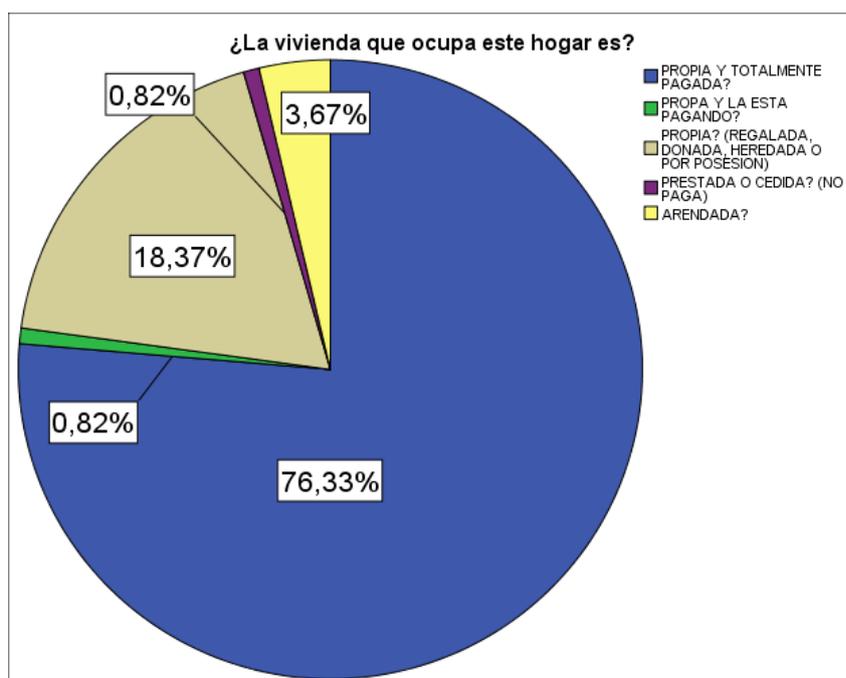


Figura 47 ¿La vivienda que ocupa este hogar es?

Análisis de resultado

Las viviendas de los hogares de Puerto El Morro en un 76,3% es propia de sus habitantes y además está totalmente pagada debido que antes ellos habían comprado los terrenos baratos. Mientras otros que se han cambiado recientemente aún siguen pagando sus casas.

Tabla 44
¿Cuál es el sexo?

¿Cuál es el sexo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	106	43,3	43,3	43,3
	Mujer	139	56,7	56,7	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

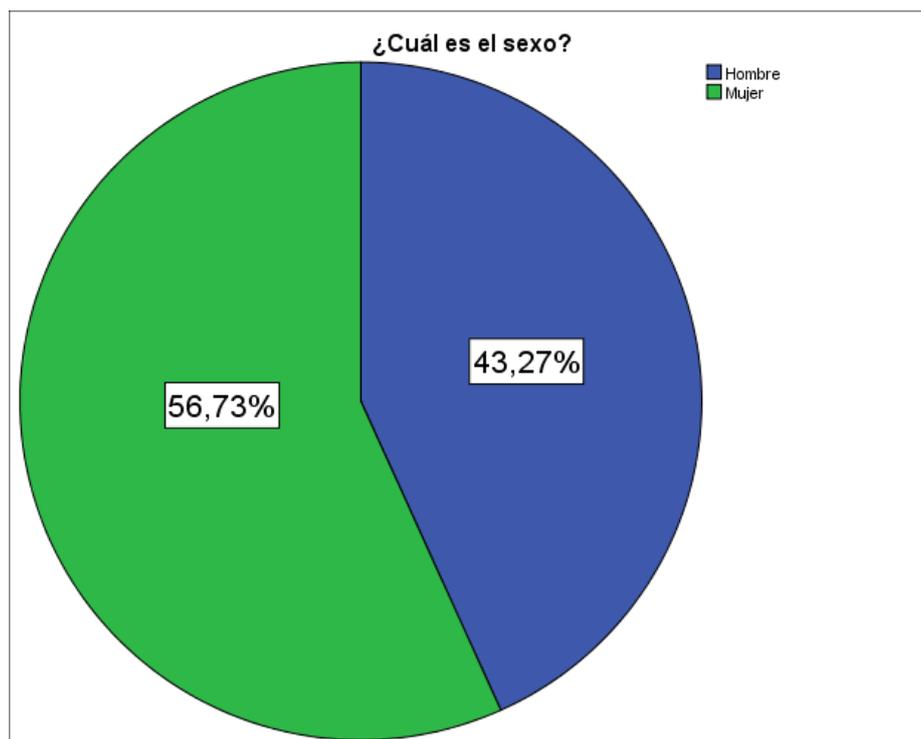


Figura 48 ¿Cuál es el sexo?

Análisis de resultado

El 56,7% del miembro del hogar encuestado en las viviendas fueron mujeres y en un 43,3% fueron hombres, debido a que fueron las personas que nos atendieron al momento de realizar las encuestas

Tabla 45*¿Qué parentesco o relación tiene (...) con el /la?*

¿Qué parentesco o relación tiene (...) con el /la?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Jefe o jefa de hogar	74	30,2	30,2	30,2
	Cónyuge o conviviente	51	20,8	20,8	51,0
	Hijo o hija	42	17,1	17,1	68,2
	Yerno o nuera	1	,4	,4	68,6
	Nieto o nieta	70	28,6	28,6	97,1
	Otro no pariente	7	2,9	2,9	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

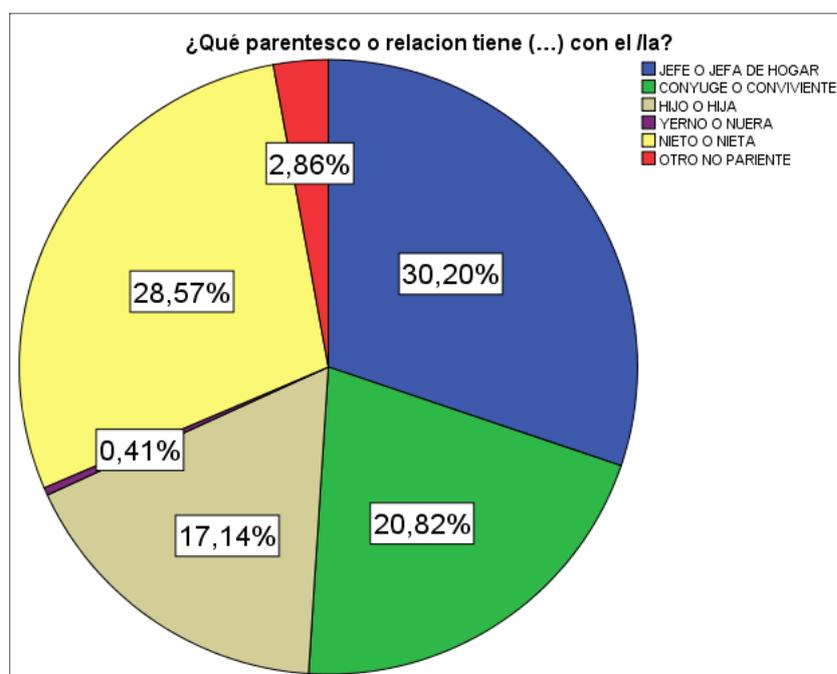


Figura 49 ¿Qué parentesco o relación tiene (...) con el /la?

Análisis de resultado

Entre las personas que más atendieron para responder las encuestas están los jefes o jefas de hogar con un 30.2%, los nietos de la vivienda y el conyuge. Debido a que las encuestas se realizaron en fin de semana hubo la posibilidad de poder encuestar a diferentes tipos de personas de las cuales nos atendía una por hogar.

Tabla 46*¿Cuántos años cumplidos tiene?*

¿Cuántos años cumplidos tiene?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 5 a 20 años	46	18,8	18,8	18,8
	De 21 a 40 años	129	52,7	52,7	71,4
	De 41 a 65 años	70	28,6	28,6	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

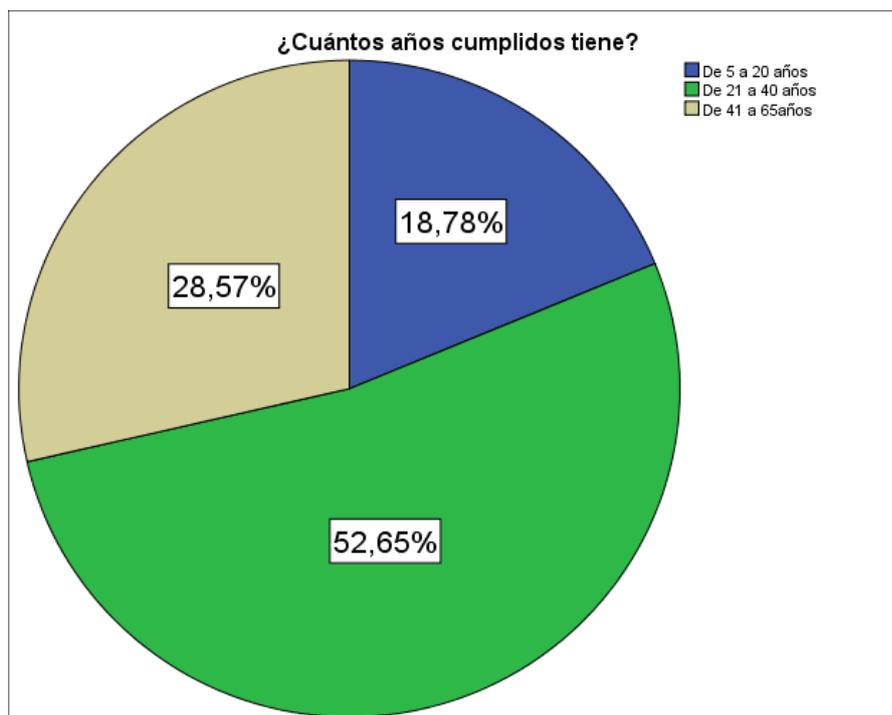


Figura 50 ¿Cuántos años cumplidos tiene?

Análisis de resultado

El 52,7% de las personas encuestadas tenían el rango de edad de 21 a 40 años lo que demuestra que en cada hogar nos encontramos que la población de Puerto El Morro se la pueda considerar como joven.

Tabla 47

¿Cuál es el año en que nació (...)?

¿Cuál es el año en que nació (...)?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1950 a 1960	70	28,6	28,6	28,6
	De 1966 a 1980	118	48,2	48,2	76,7
	De 1981 a 2000	57	23,3	23,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

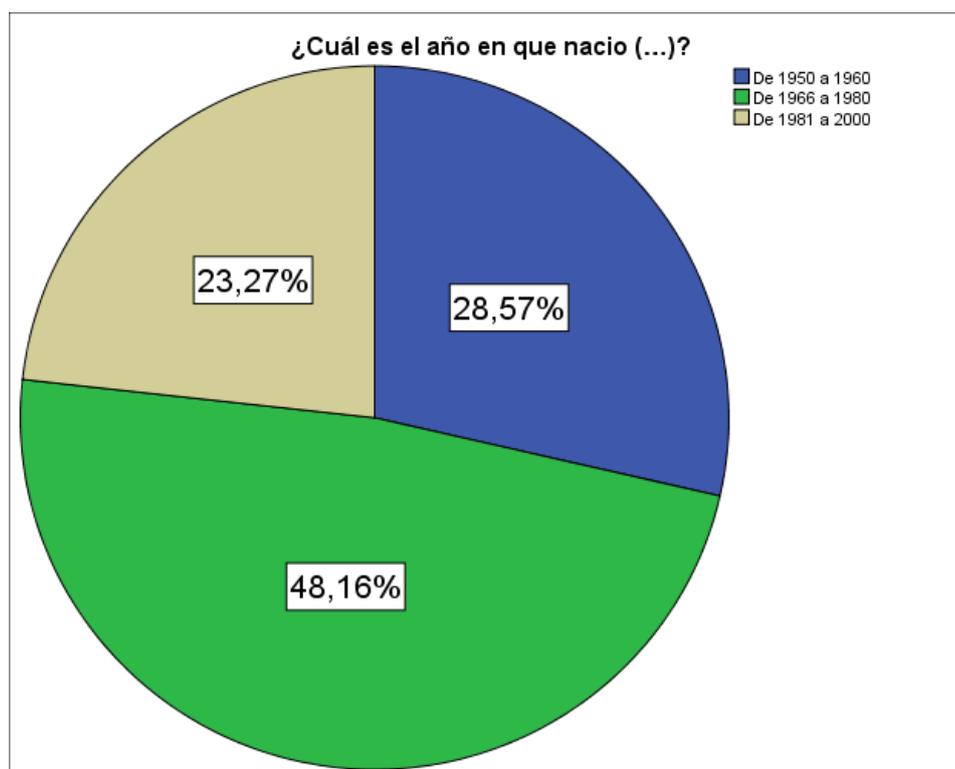


Figura 51 ¿Cuál es el año en que nació (...)?

Análisis de resultado

El 48,3% de las personas encuestadas tenían el rango de año de nacimiento de 1966 a 1980 años.

Tabla 48

¿Cuál es el mes en que nació (...)?

		¿Cuál es el mes en que nació (...)?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Enero	26	10,6	10,6	10,6
	Febrero	25	10,2	10,2	20,8
	Marzo	14	5,7	5,7	26,5
	Abril	29	11,8	11,8	38,4
	Mayo	19	7,8	7,8	46,1
	Junio	20	8,2	8,2	54,3
	Julio	19	7,8	7,8	62,0
	Agosto	18	7,3	7,3	69,4
	Septiembre	22	9,0	9,0	78,4
	Octubre	18	7,3	7,3	85,7
	Noviembre	21	8,6	8,6	94,3
	Diciembre	14	5,7	5,7	100,0
Total		245	100,0	100,0	

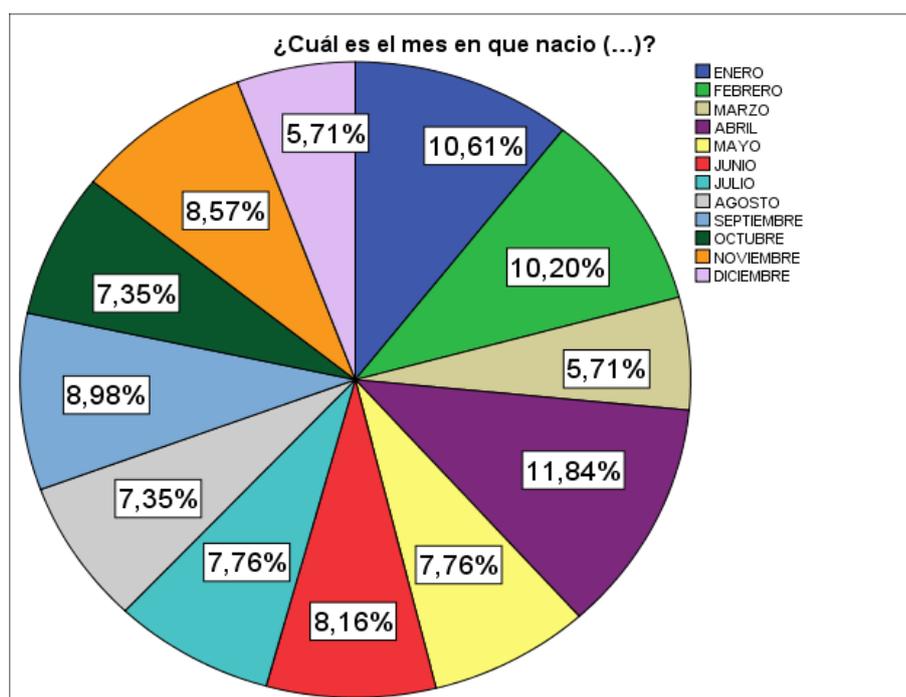


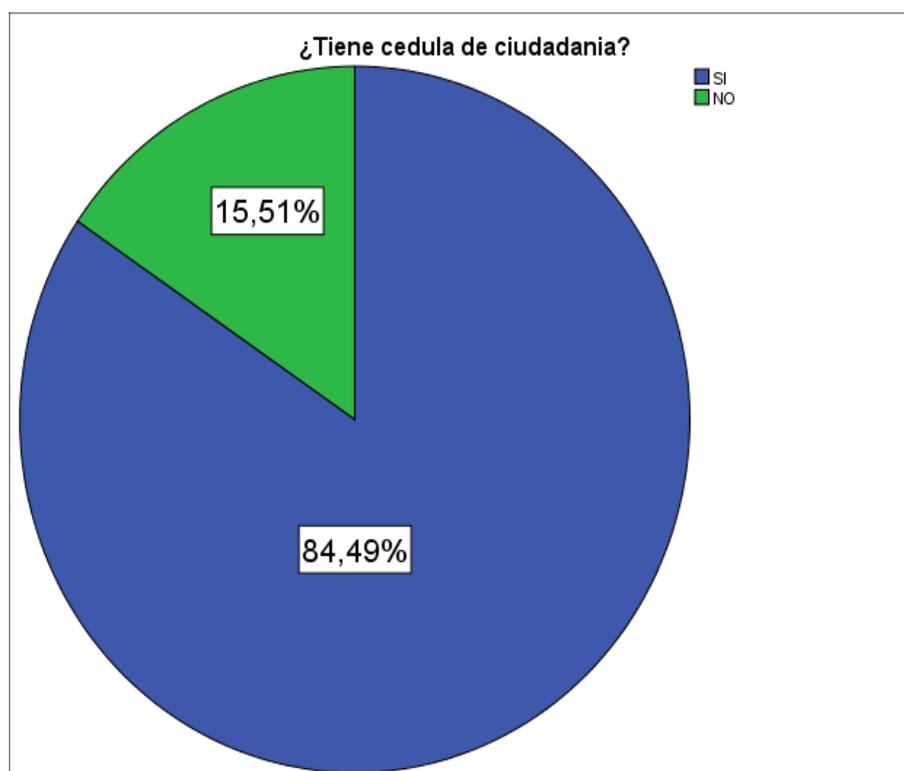
Figura 52 ¿Cuál es el mes en que nació (...)?

Análisis de resultado

Entre los principales meses de nacimiento de las personas encuestadas están abril con 11.8%, enero con 10.6% y febrero con 10.2%..

Tabla 49*¿Tiene cedula de ciudadanía?*

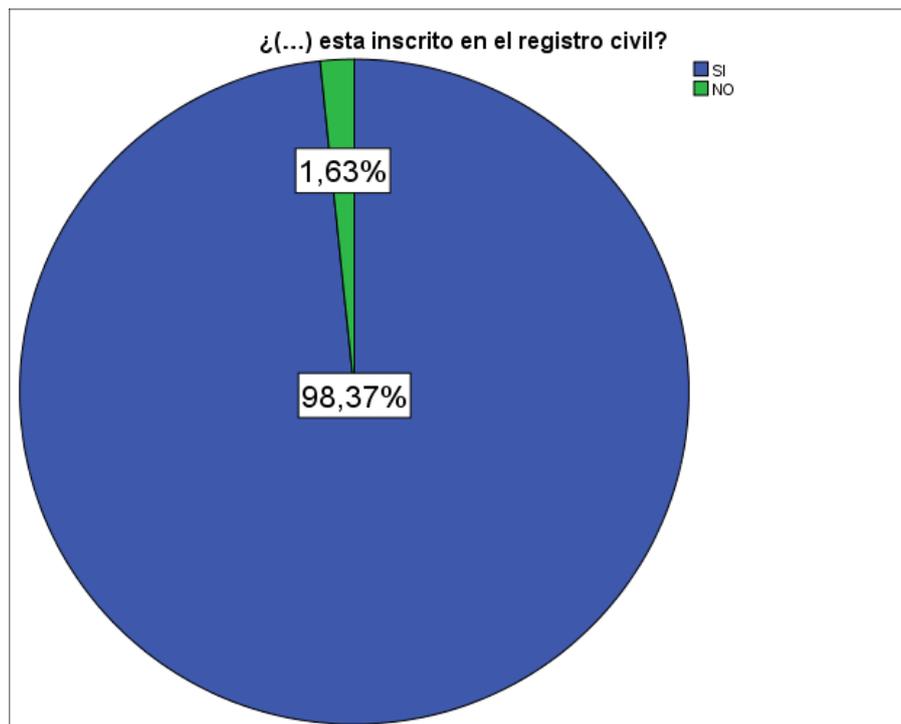
¿Tiene cedula de ciudadanía?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	207	84,5	84,5	84,5
	No	38	15,5	15,5	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 53 ¿Tiene cedula de ciudadanía?***Análisis de resultado**

El 84,5% de la población de Puerto El Morro cuenta actualmente con cedula de identidad, mientras que un 15,5% no la tiene, esto podría ser porque se les perdió el documento o nunca lo han sacado.

Tabla 50*¿(...) está inscrito en el registro civil?*

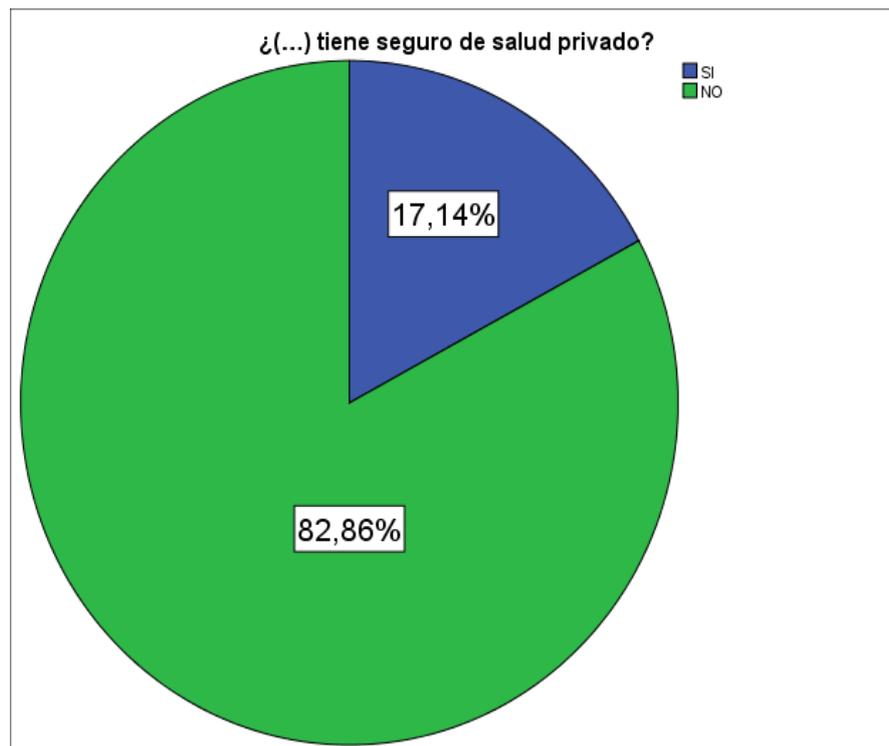
¿(...) está inscrito en el registro civil?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	241	98,4	98,4	98,4
	No	4	1,6	1,6	100,0
Total		245	100,0	100,0	

Figura 54 *¿(...) está inscrito en el registro civil?***Análisis de resultado**

En Puerto El Morro el 98,37% de los habitantes se encuentra registrado dentro del registro civil mientras solo un 1,6% de los habitantes de Puerto El Morro no se encuentra inscrito en el registro civil.

Tabla 51*¿(...) tiene seguro de salud privado?*

		¿(...) tiene seguro de salud privado?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	42	17,1	17,1	17,1
	No	203	82,9	82,9	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 55 ¿(...) tiene seguro de salud privado?***Análisis de resultado**

Los hogares de Puerto El Morro en un 17,1% cuentan con un seguro privado el cual podría darse debido a un seguro otorgado por el lugar de trabajo de un habitante del hogar o por adquisición propia.

Tabla 52*¿(...) tiene discapacidad permanente por más de 8 años?*

¿(...) tiene discapacidad permanente por más de 8 años?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	4,1	4,1	4,1
	No	235	95,9	95,9	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 56 ¿(...) tiene discapacidad permanente por más de 8 años?***Análisis de resultado**

En los hogares de Puerto El Morro existe un 4,1% de habitantes con discapacidad permanente por más de 8 años.

Tabla 53

La discapacidad de (...) es:

		¿La discapacidad de (...) es :			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Física - motora (parálisis y amputación)	6	2,4	2,4	2,4
	Visual- (ceguera)	3	1,2	1,2	3,7
	Auditivos (sordera)	1	,4	,4	4,1
	Ninguna	235	95,9	95,9	100,0
Total		245	100,0	100,0	

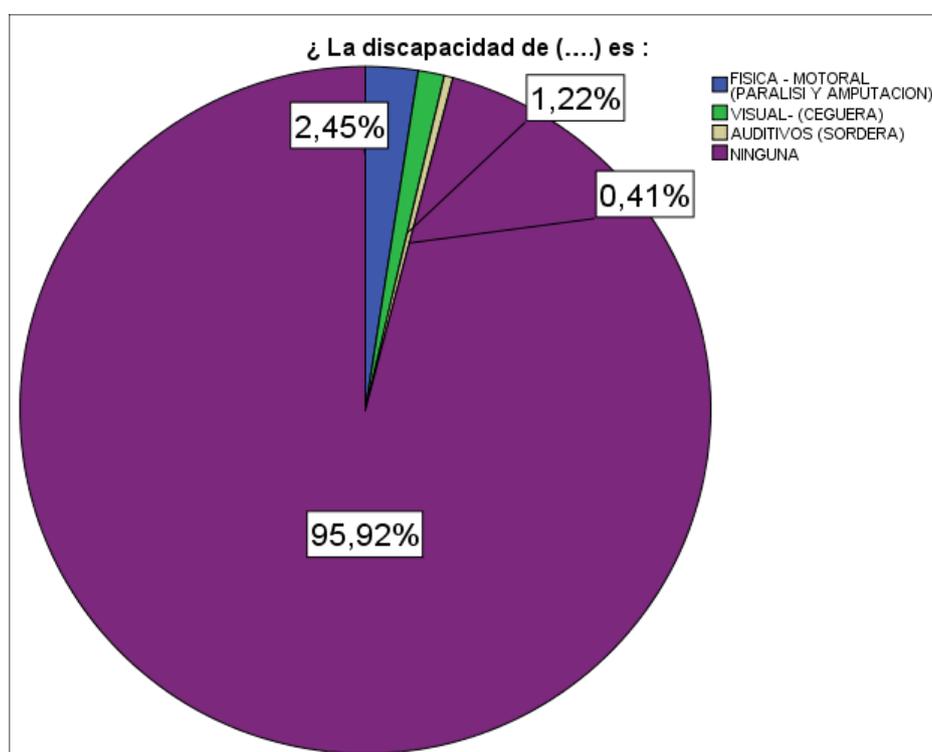


Figura 57 La discapacidad de (...):

Análisis de resultado

Entre los hogares que tienen personas con discapacidad la que más está afectando es la física o motora como la parálisis o la amputación con un 2.4%.

Tabla 54
Posee carnet CONADIS

Posee carnet CONADIS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	4,1	4,1	4,1
	No	235	95,9	95,9	100,0
Total		245	100,0	100,0	

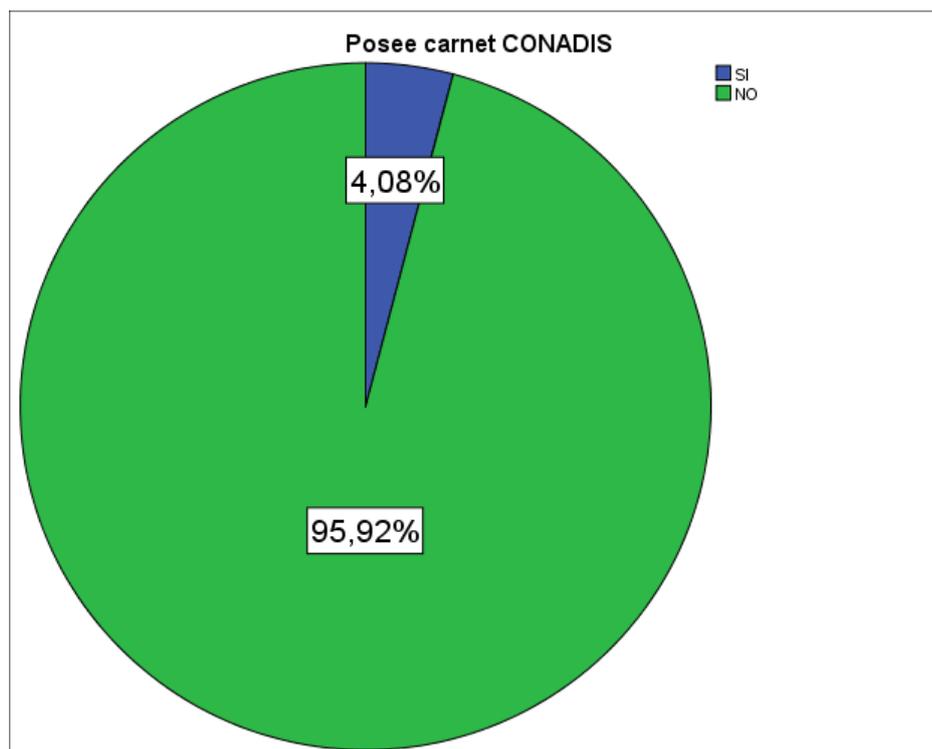


Figura 58 Posee carnet CONADIS

Análisis de resultado

El total de las personas con discapacidad cuenta con carnet del CONADIS.

Tabla 55

¿Asiste (...) actualmente a un establecimiento de educación especial para personas con discapacidad?

¿Asiste (...) actualmente a un establecimiento de educación especial para personas con discapacidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	4,1	4,1	4,1
	No	235	95,9	95,9	100,0
Total		245	100,0	100,0	

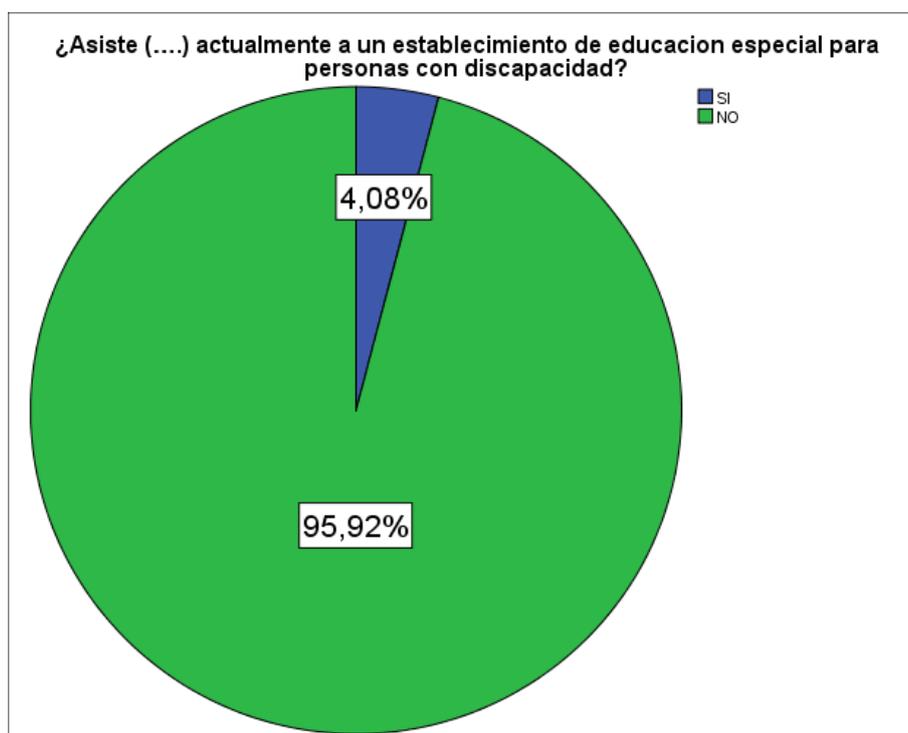


Figura 59 ¿Asiste (...) actualmente a un establecimiento de educación especial para personas con discapacidad?

Análisis de resultado

Actualmente el total de las personas con discapacidad asiste a establecimientos de educación especial de acuerdo con su discapacidad con 4.08%.

Tabla 56*¿En dónde nació (...)?*

		¿En dónde nació (...)?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿En esta ciudad o parroquia rural?	124	50,6	50,6	50,6
	¿En otro lugar o país?	115	46,9	46,9	97,6
	Provincia	6	2,4	2,4	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

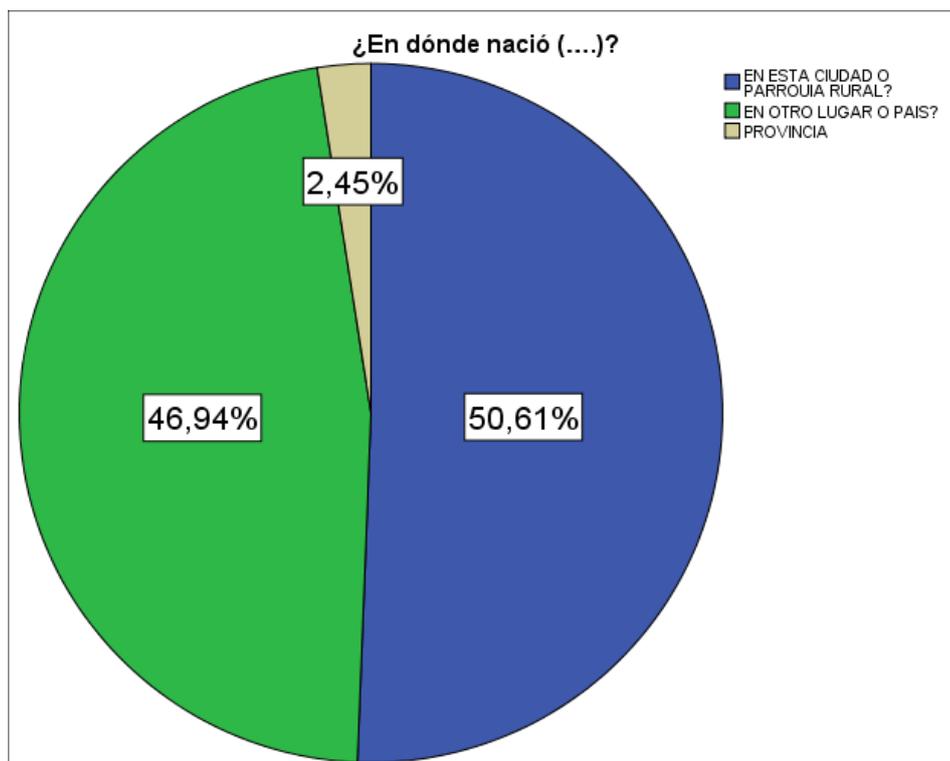


Figura 60 ¿En dónde nació (...)?

Análisis de resultado

El 50,5% de los habitantes de los hogares de Puerto El Morro son nacidos en la misma parroquia, pero un 46,9% no nació en Puerto El Morro, este último porcentaje radica, de acuerdo con los encuestados, que no cuentan con una maternidad o un doctor que atienda los partos en Puerto El Morro y la mayoría le toca ir a dar a luz a Playas.

Tabla 57*¿En qué lugar vive habitualmente (...)?*

¿En que lugar vive habitualmente (...)?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿En esta ciudad o parroquia rural?	226	92,2	92,2	92,2
	¿En otro lugar o país?	1	,4	,4	92,7
	Provincia	18	7,3	7,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

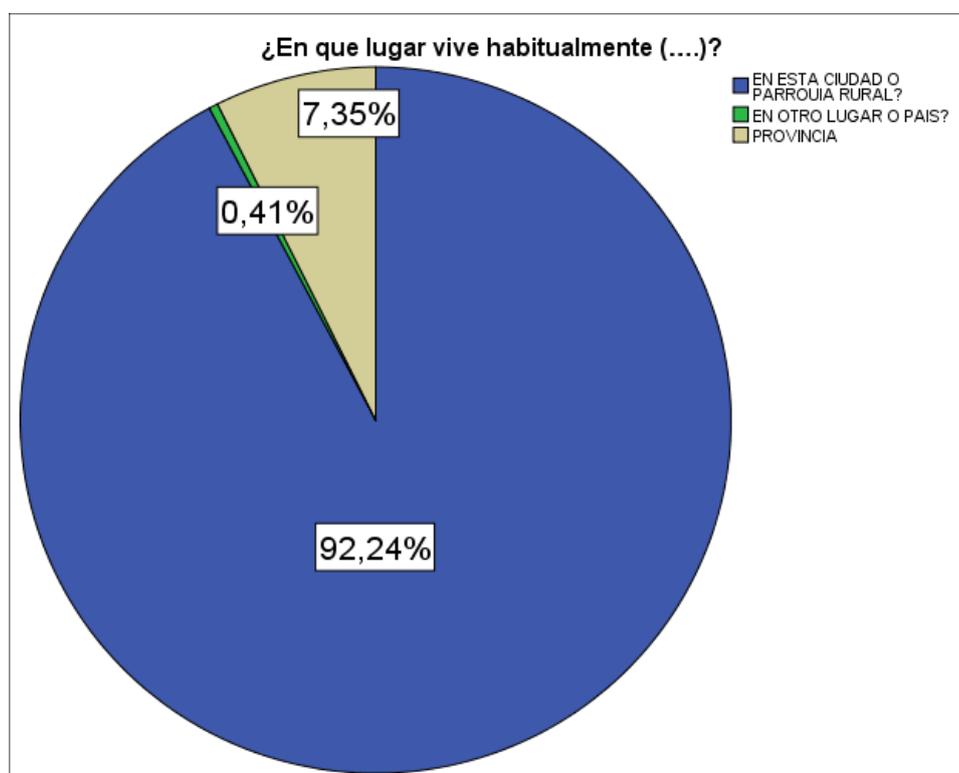


Figura 61 ¿En qué lugar vive habitualmente (...)?

Análisis de resultado

En la actualidad en Puerto El Morro el total de hogares que habitan son de un 92,2% por lo cual, en base al resultado anterior demuestra el incremento de personas que decidieron ir a vivir al sector porque indicaron que el sitio es tranquilo para tener un hogar.

Tabla 58

Hace 7 años (diciembre 2010) ¿En qué lugar vivía habitualmente (...)?

Hace 7 años (diciembre 2010) ¿En que lugar vivía habitualmente (...)?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿En esta ciudad o parroquia rural?	227	92,7	92,7	92,7
	¿En otro lugar o país?	9	3,7	3,7	96,3
	Provincia	9	3,7	3,7	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

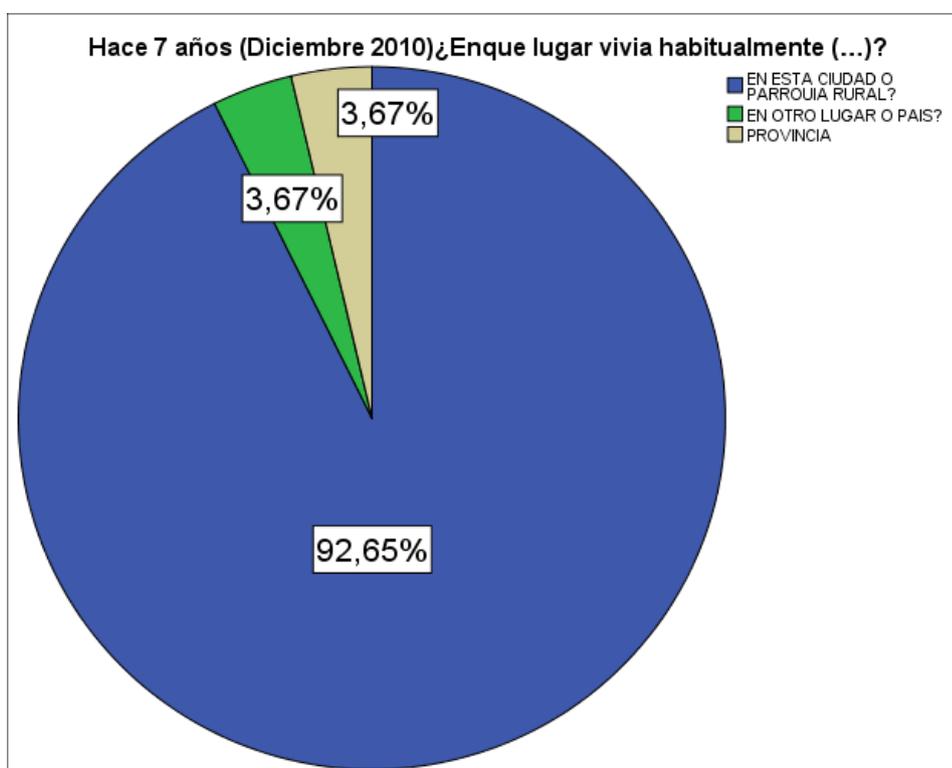


Figura 62 Hace 7 años (diciembre 2010) ¿En qué lugar vivía habitualmente (...)?

Análisis de resultado

El porcentaje de hogares que hace 7 años vivía en Puerto El Morro era de 92,7%, comparando este resultado con el anterior demuestra un leve decrecimiento en los hogares que actualmente viven en la parroquia, esto se da debido a que buscan trasladarse a cantones con mayores posibilidades de trabajo.

Tabla 59

¿El papá y la mamá de (...) que idioma (s) o lengua (s) habla (ba) habitualmente?

¿El papá y la mamá de (...) que idioma (s) o lengua (s) habla (ba) habitualmente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indígena	3	1,2	1,2	1,2
	Castellano / español	233	95,1	95,1	96,3
	Idioma Extranjero	8	3,3	3,3	99,6
	Ninguna	1	,4	,4	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

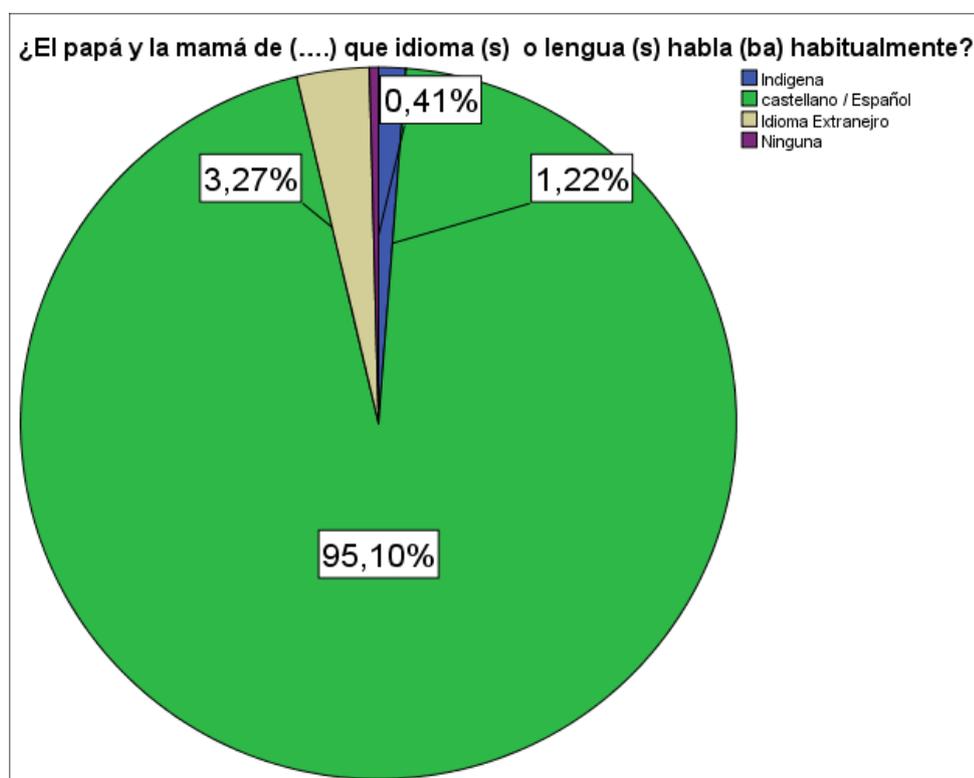


Figura 63 ¿El papá y la mamá de (...) que idioma (s) o lengua (s) habla (ba) habitualmente?

Análisis de resultado

De acuerdo con la cultura de los padres de las personas de los hogares de Puerto El Morro hablan el idioma castellano en su mayoría con un 95.10% debido a que ese es su idioma natal.

Tabla 60

¿Qué idioma (s) o lengua (s) habla (...):

¿Que idioma (s) o lengua (s) habla (...):					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indígena	3	1,2	1,2	1,2
	Castellano / español	238	97,1	97,1	98,4
	Idioma Extranjero	3	1,2	1,2	99,6
	No habla	1	,4	,4	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

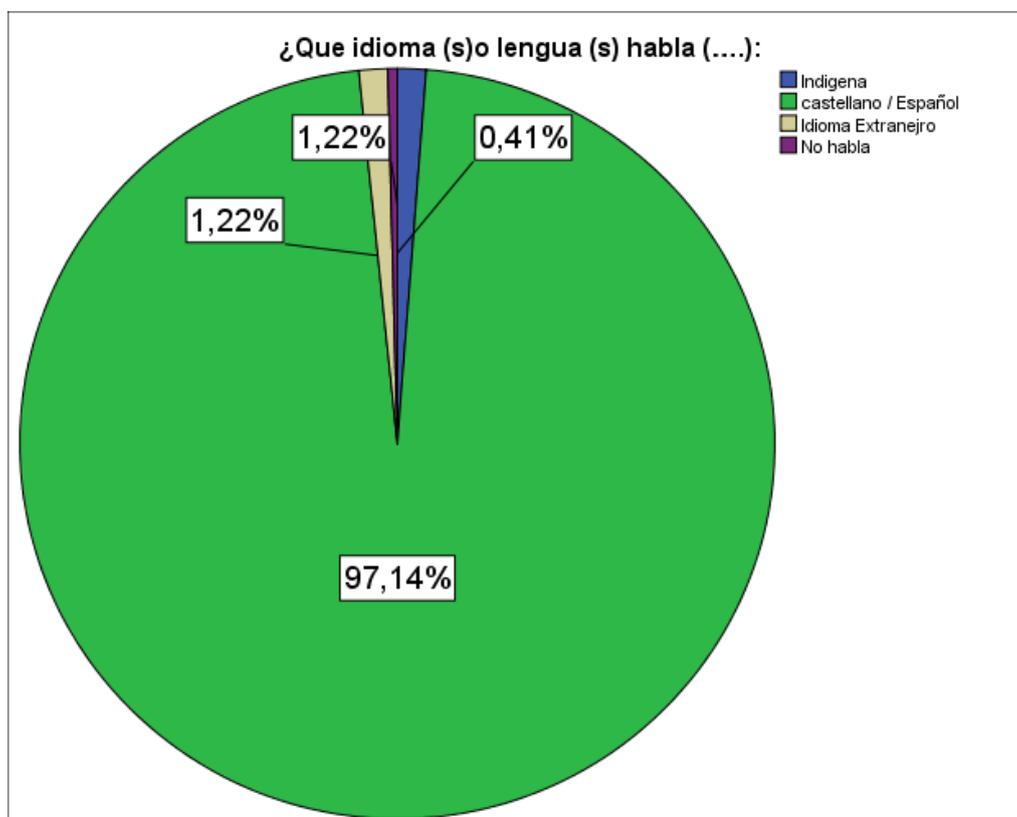


Figura 64 ¿Qué idioma (s) o lengua (s) habla (...):

Análisis de resultado

El porcentaje de las personas encuestadas que hablan castellano es del 97.1% siendo este el idioma de mayor tendencia en el resultado anterior lo que indica que la mayoría aprende la lengua que sus padres predominan.

Tabla 61

Cómo se identifica (...) según su cultura y costumbres:

¿Cómo se identifica (...) según su cultura y costumbres:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indígena?	3	1,2	1,2	1,2
	Negro/a?	2	,8	,8	2,0
	Mestizo/a?	240	98,0	98,0	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

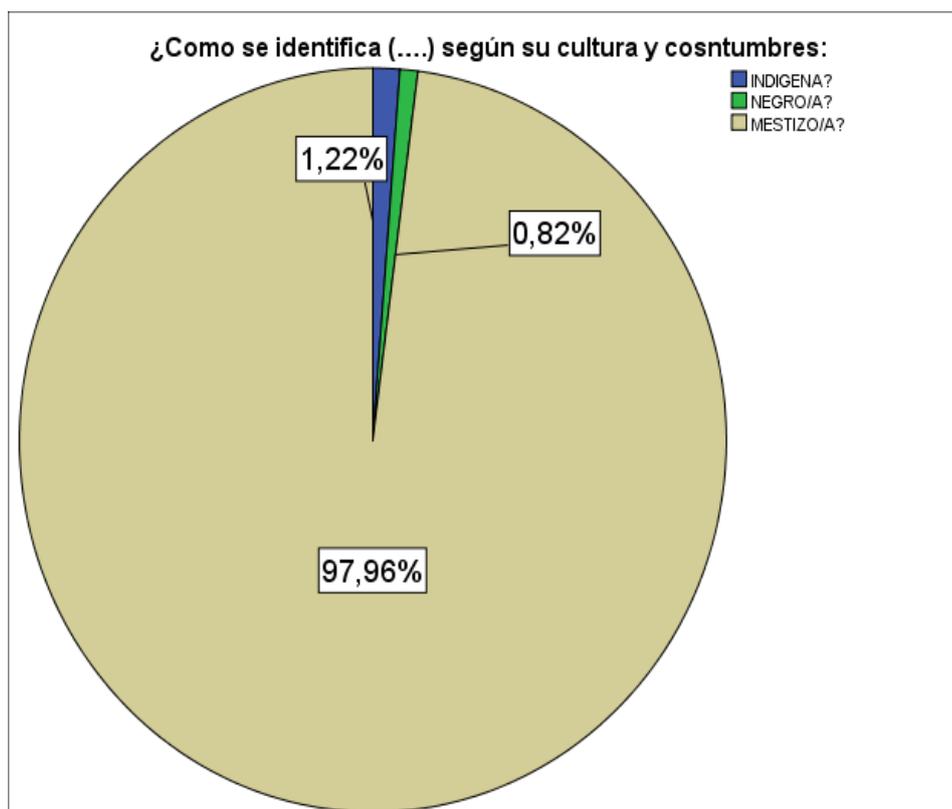


Figura 65 Cómo se identifica (...) según su cultura y costumbres:

Análisis de resultado

En los hogares de Puerto El Morro se identifican en su mayoría como mestizos con un 98% siendo las culturas indígenas y negras que representan el 2% restante.

Tabla 62

¿Cuál es la nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece (...)?

¿Cuál es la nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece (...)?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ecuatoriana	245	100,0	100,0	100,0

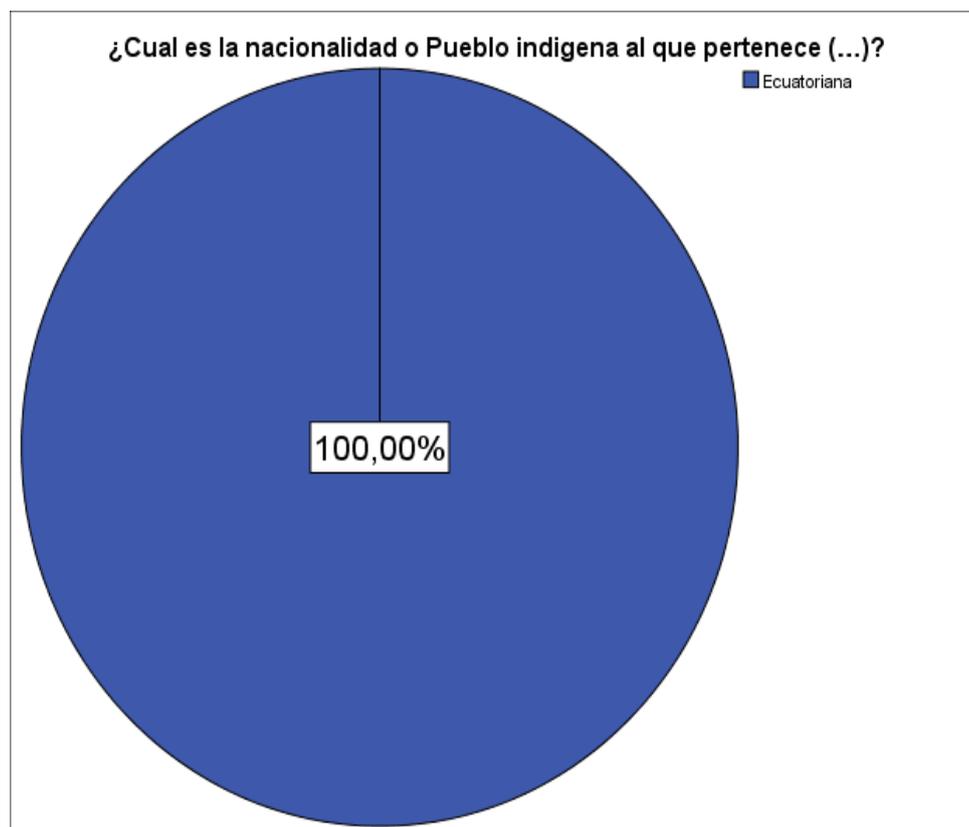


Figura 66 ¿Cuál es la nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece (...)?

Análisis de resultado

El 100% de los habitantes de Puerto El Morro son ecuatorianos.

Tabla 63

El niño/a (...) participa en algún de los siguientes programas:

¿El la niño/a (...) participa en algun de los siguientes programas:		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿Programa del ministerio de educación (eifc)?	6	2,4	2,4	2,4
	Centro infantil privado (guardería, jardín, material)	2	,8	,8	3,3
	¿Centro infantil público de municipio y gobierno local?	2	,8	,8	4,1
	Le cuida la madre, el padre, familiar o conocidos gratis	11	4,5	4,5	8,6
	Ninguna	224	91,4	91,4	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

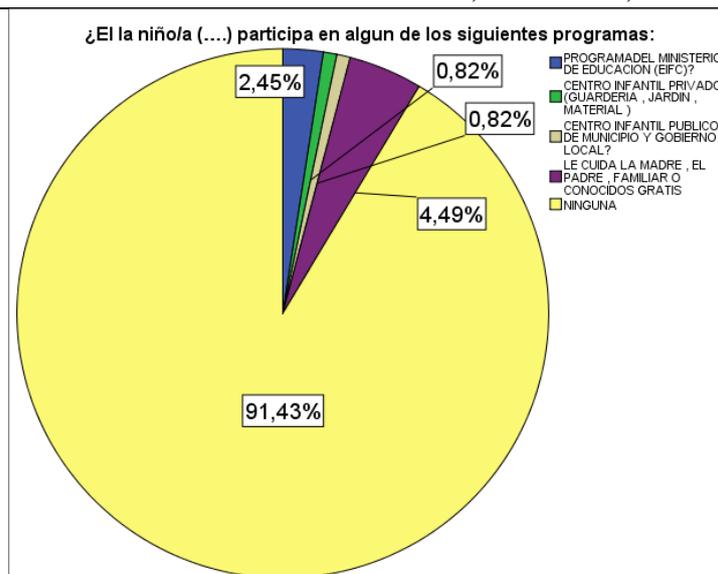


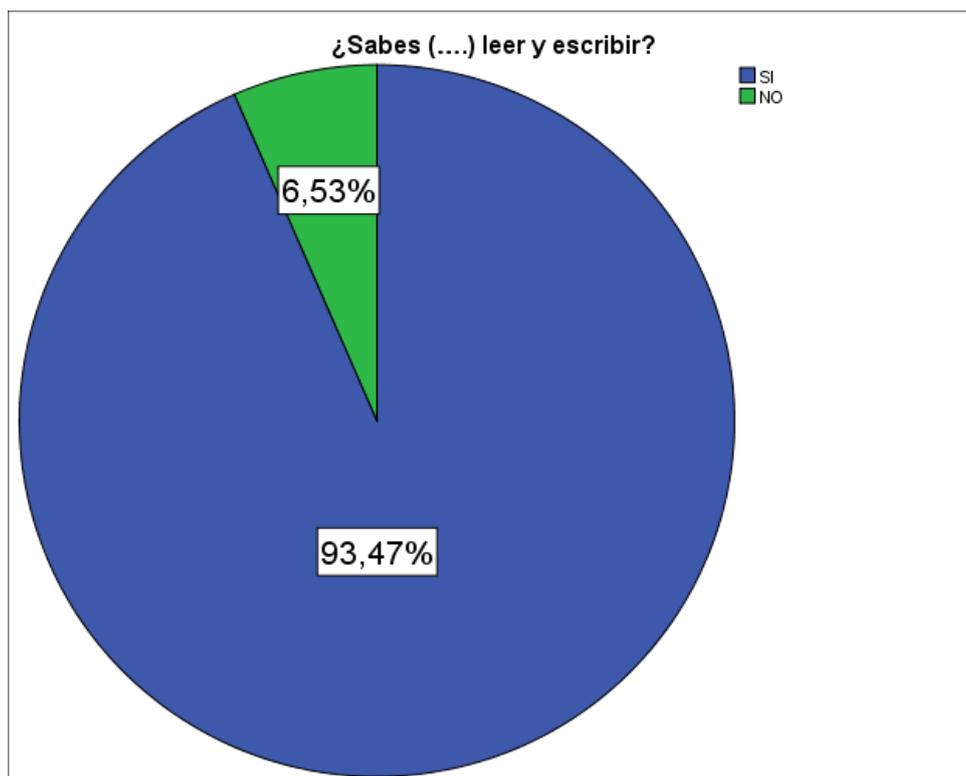
Figura 67 El niño/a (...) participa en algún de los siguientes programas:

Análisis de resultado

Este resultado se genera en base a los niños menores a cinco años, que en Puerto El Morro representan en sus hogares el 8,6%, el cual indica que son pocos los niños menores a cinco años de los cuales en su mayoría se encuentran en cuidado de sus padres ya que no participan en ningún programa educacional.

Tabla 64*¿Sabe (...) leer y escribir?*

		¿Sabes (...) leer y escribir?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	229	93,5	93,5	93,5
	No	16	6,5	6,5	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 68 ¿Sabe (...) leer y escribir?***Análisis de resultado**

En Puerto El Morro aún existe una tasa de analfabetismo del 6,5% de la población de los hogares puede ser que el rango de este porcentaje sean personas de tercera edad, ya que aprender se les hace complicado por su edad avanzada y en su tiempo no tuvieron posibilidades de estudiar.

Tabla 65

En los últimos seis meses (...) ha utilizado:

¿En los últimos seis meses (...) ha utilizado:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	teléfono celular	186	75,9	75,9	75,9
	internet	27	11,0	11,0	86,9
	Computadoras	32	13,1	13,1	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

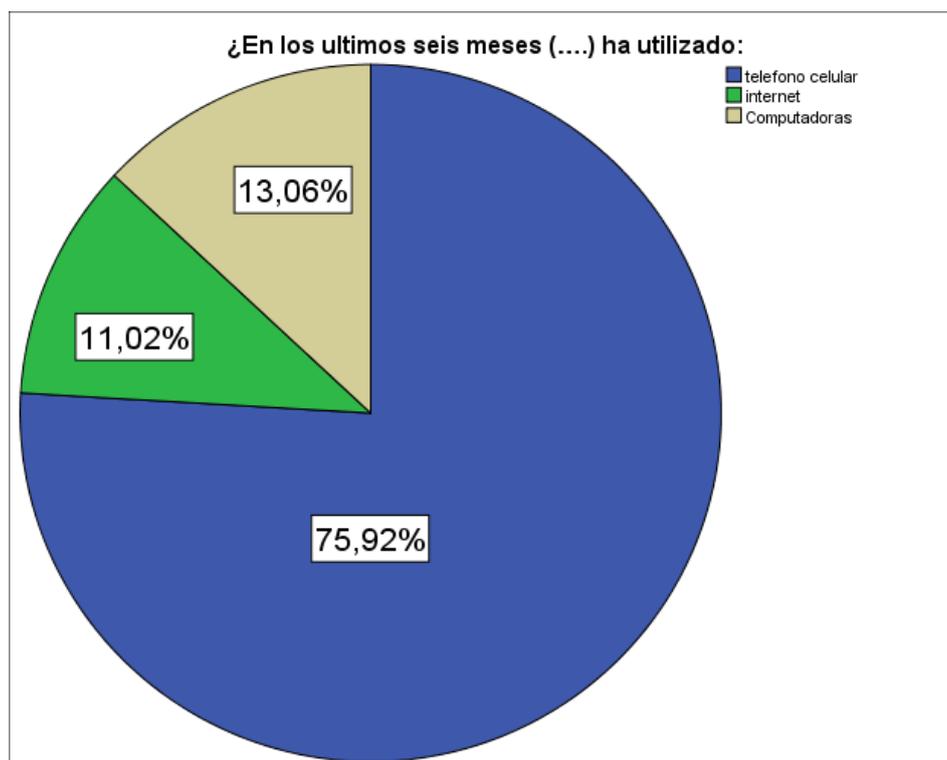


Figura 69 En los últimos seis meses (...) ha utilizado

Análisis de resultado

El instrumento electrónico más utilizado en Puerto El Morro es el teléfono celular con un 75,9% lo que indica que de las personas encuestadas por hogar no necesariamente tienen un teléfono celular ellos, sino un familiar en la vivienda debido que la obtención de un teléfono celular es cada vez más fácil.

Tabla 66

¿Asiste actualmente a un establecimiento de enseñanza regular? (Centro de alfabetización, educación inicial, educación general básica, colegio, universidad)

¿Asiste actualmente a un establecimiento de enseñanza regular? (Centro de alfabetización, educación inicial, educación general básica, colegio, universidad)		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	23	9,4	9,4	9,4
	No	222	90,6	90,6	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

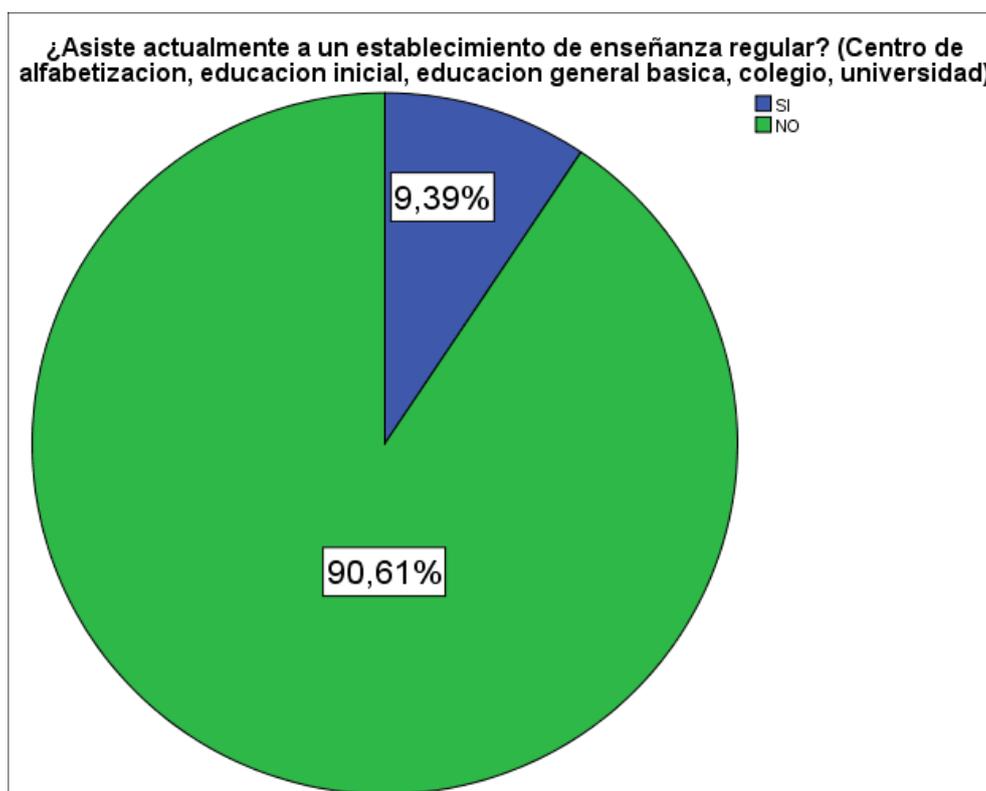


Figura 70 ¿Asiste actualmente a un establecimiento de enseñanza regular? (Centro de alfabetización, educación inicial, educación general básica, colegio, universidad)

Análisis de resultado

Actualmente las personas que se encuentran estudiando de los encuestados son del 9,4%, el porcentaje bajo se podría deber a el rango de edad de las personas fueron encuestadas y aun así en el menor rango de 5-20 años se encuentran potenciales estudiantes que no están realizando esta actividad.

Tabla 67

El establecimiento de enseñanza regular al que asiste (...) es

¿El establecimiento de enseñanza regular al que asiste (...) es		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿Fiscal (estado)?	19	7,8	7,8	7,8
	¿Particular (privado)?	2	,8	,8	8,6
	Municipal	2	,8	,8	9,4
	Ninguna	222	90,6	90,6	100,0
Total		245	100,0	100,0	

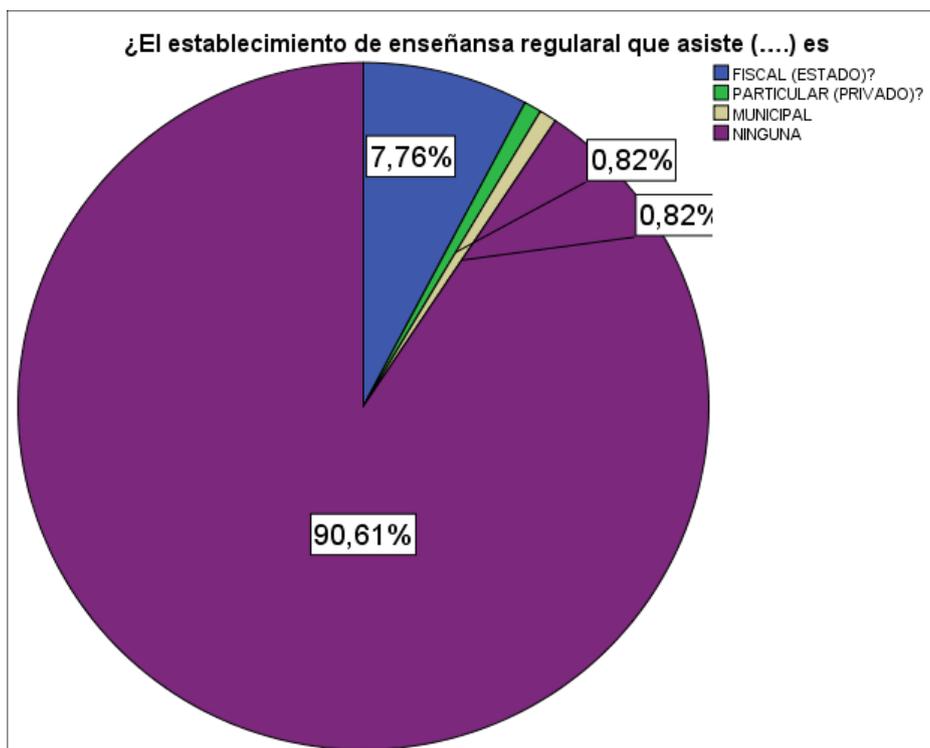


Figura 71 El establecimiento de enseñanza regular al que asiste (...) es

Análisis de resultado

En el caso de las personas que estudian tienen una mayor tendencia a estudiar en institutos fiscales o del estado con un 7.8%, esto debido a la gratuidad de los mismos.

Tabla 68

¿Cuál es el nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió (...)?

¿Cuál es el nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió (...)?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	26	10,6	10,6	10,6
	Educación inicial	23	9,4	9,4	20,0
	General básico	129	52,7	52,7	72,7
	Bachillerato	33	13,5	13,5	86,1
	Bachillerato bachillerato - educación media	34	13,9	13,9	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

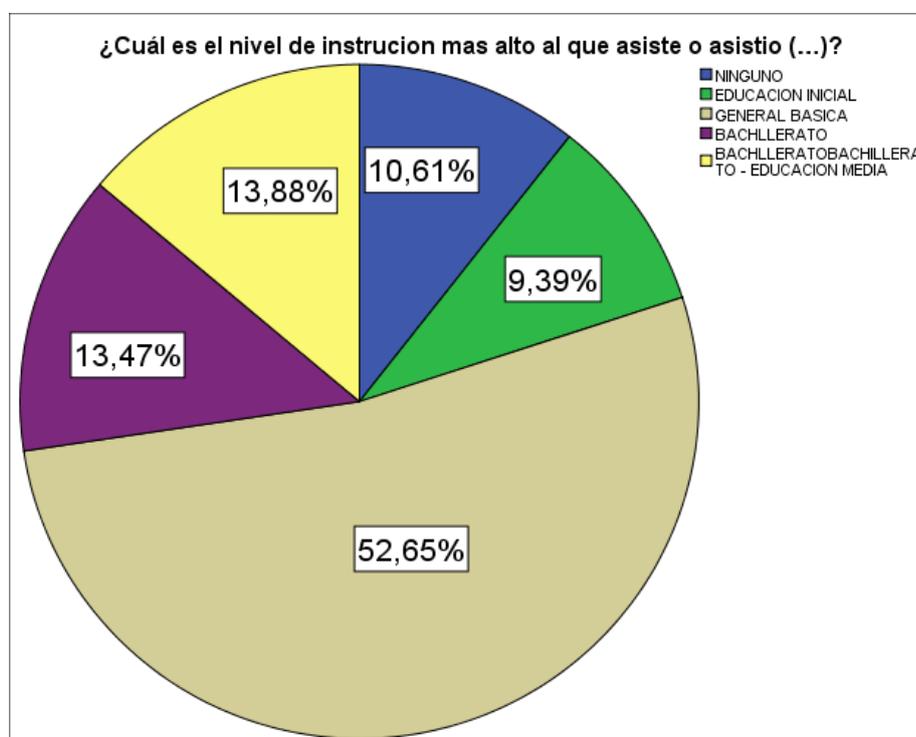


Figura 72 ¿Cuál es el nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió (...)?

Análisis de resultado

En Puerto El Morro las personas que habitan en los hogares encuestados en un 52,7% solo han estudiado hasta nivel de general básico, lo que indica un alto número de deserción estudiantil que se podría generar por diversos factores como la pobreza o la falta de interés.

Tabla 69

¿Cuál es el grado, curso o año más alto al que asiste o asistió (...)?

¿Cuál es el grado, curso o año más alto al que asiste o asistió (...)?					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	3ero	32	13,1	13,1	13,1
	4to	1	,4	,4	13,5
	5to	7	2,9	2,9	16,3
	6to	19	7,8	7,8	24,1
	7mo	82	33,5	33,5	57,6
	9no	1	,4	,4	58,0
	10mo	10	4,1	4,1	62,0
	NINGUNO	26	10,6	10,6	72,7
	Bachillerato	67	27,3	27,3	100,0
Total	245	100,0	100,0		

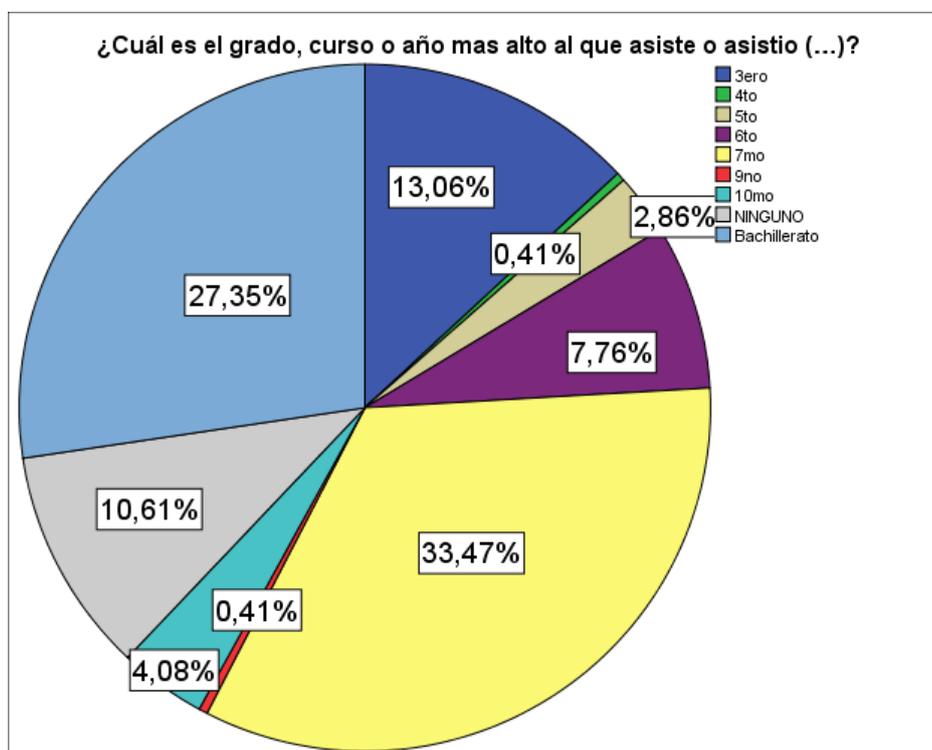


Figura 73 ¿Cuál es el grado, curso o año más alto al que asiste o asistió (...)?

Análisis de resultado

Los habitantes de los hogares de Puerto El Morro tienen un 33,5% que estudiaron hasta 7mo año de básica por lo cual genera que una alta cantidad de habitantes nunca estudió la secundaria ni el bachillerato.

Tabla 70

Tiene algún título de ciclo post bachillerato, superior o postgrado:

¿(...)Tiene algún título de ciclo post bachillerato, superior o postgrado:				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ¿Que es reconocido por el senescy?				
reconocido	10	4,1	4,1	4,1
por el senescy?				
No tiene	235	95,9	95,9	100,0
Total	245	100,0	100,0	

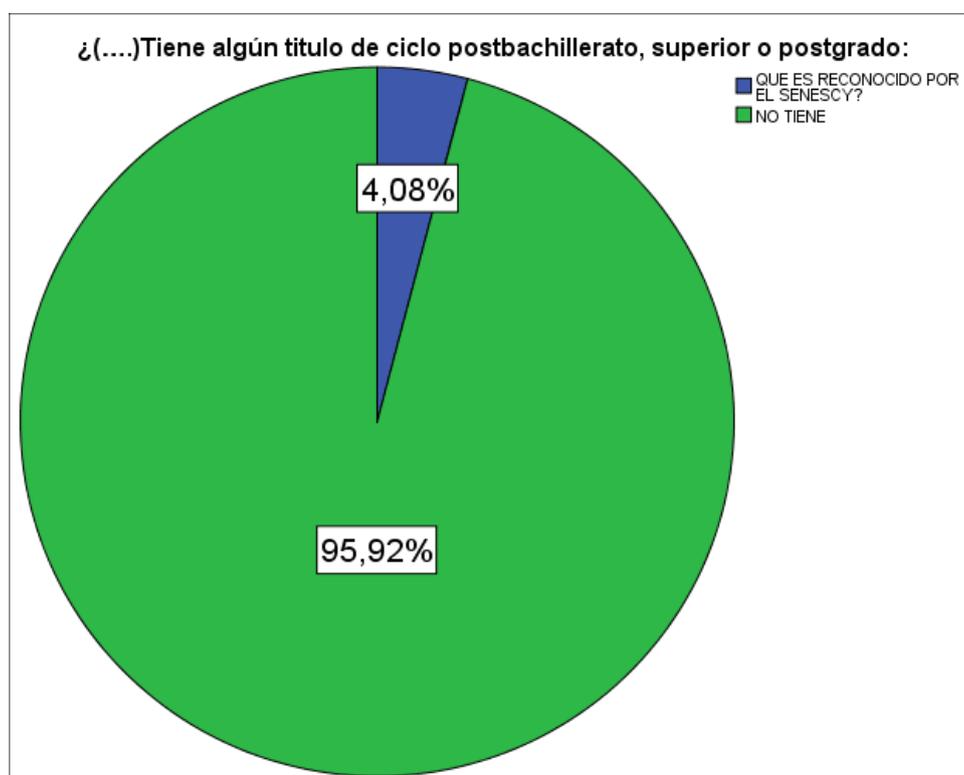


Figura 74 Tiene algún título de ciclo post bachillerato, superior o postgrado:

Análisis de resultado

El 95,9% de los encuestados en Puerto El Morro no cuentan con ningún título post bachillerato, lo cual se debió a la falta de recursos económicos, lo que es muy bajo el porcentaje de las personas que continuaron estudiando con el objetivo de obtener un título de 3er nivel.

Tabla 71
Qué hizo (...) la semana pasada

		¿Qué hizo (...) la semana pasada:			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿Trabajaba al menos una hora?	47	19,2	19,2	19,2
	Al menos una hora fabrico algún producto o brindo algún servicio	1	,4	,4	19,6
	Al menos una hora ayudo el algún negocio o trabajo de un familiar	14	5,7	5,7	25,3
	Al menos una hora realizo labores agrícolas o cuido animales	12	4,9	4,9	30,2
	Busco trabajo habiendo trabajado antes y está disponible para trabajar	6	2,4	2,4	32,7
	No trabajo	165	67,3	67,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

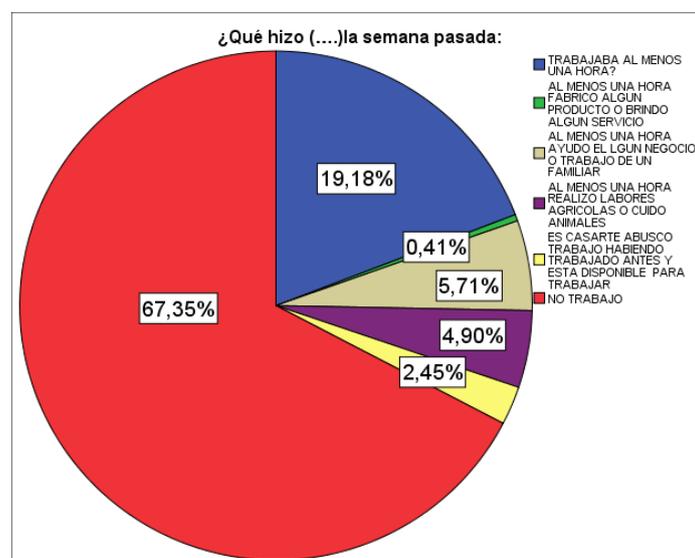


Figura 75 Qué hizo (...) la semana pasada

Análisis de resultado

De acuerdo con la pregunta se indicó que el 63,7% de la población no trabajo, pero esto no se debe exclusivamente a no tener empleo sino a que trabajan por horas o por temporadas dedicándose a la pesca, caza de cangrejos u otras actividades en el sector

Tabla 72
Si NO ha trabajado

¿Si NO ha trabajado (...):				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Busco trabajo por primera vez y está disponible para trabajar	4	1,6	1,6	1,6
¿Realiza quehaceres en el hogar?	27	11,0	11,0	12,7
¿Otros?	134	54,7	54,7	67,3
Ninguna	80	32,7	32,7	100,0
Total	245	100,0	100,0	

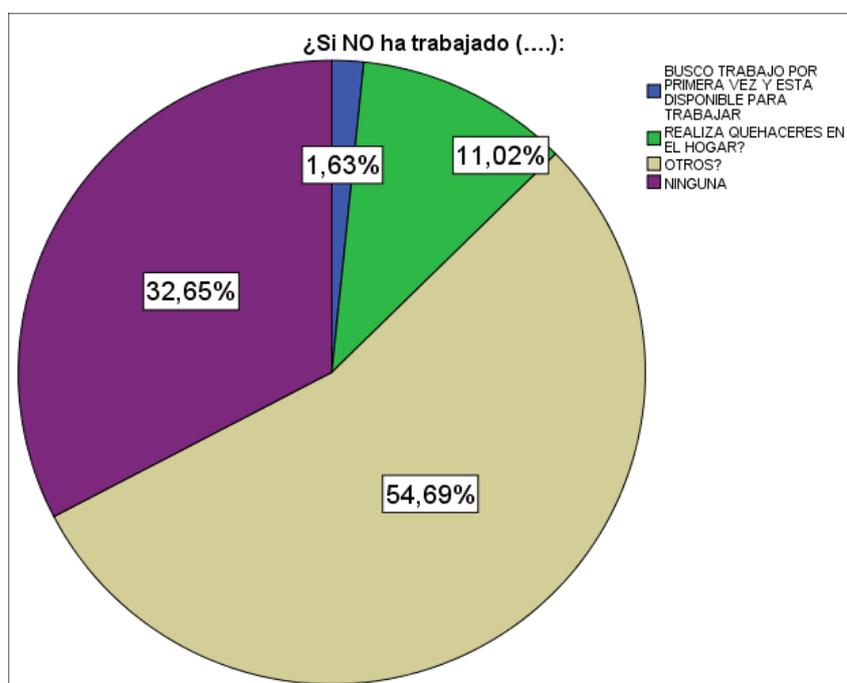


Figura 76 Si NO ha trabajado

Análisis de resultado

Siguiendo con el resultado anterior es muy poco el porcentaje de personas buscando empleo con 1.6%, esto debido a que, si tienen empleo, solo que no es fijo el horario ni turno de trabajo.

Tabla 73

En qué lugar indicado (...) trabaja o trabajo como:

¿En qué lugar indicado (...) trabaja o trabajo como :					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EMPELADO/a U OBRERO/A PRIVADO?	33	13,5	13,5	13,5
	Patrono/a?	5	2,0	2,0	15,5
	¿Cuenta propia?	42	17,1	17,1	32,7
	Ninguna	165	67,3	67,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

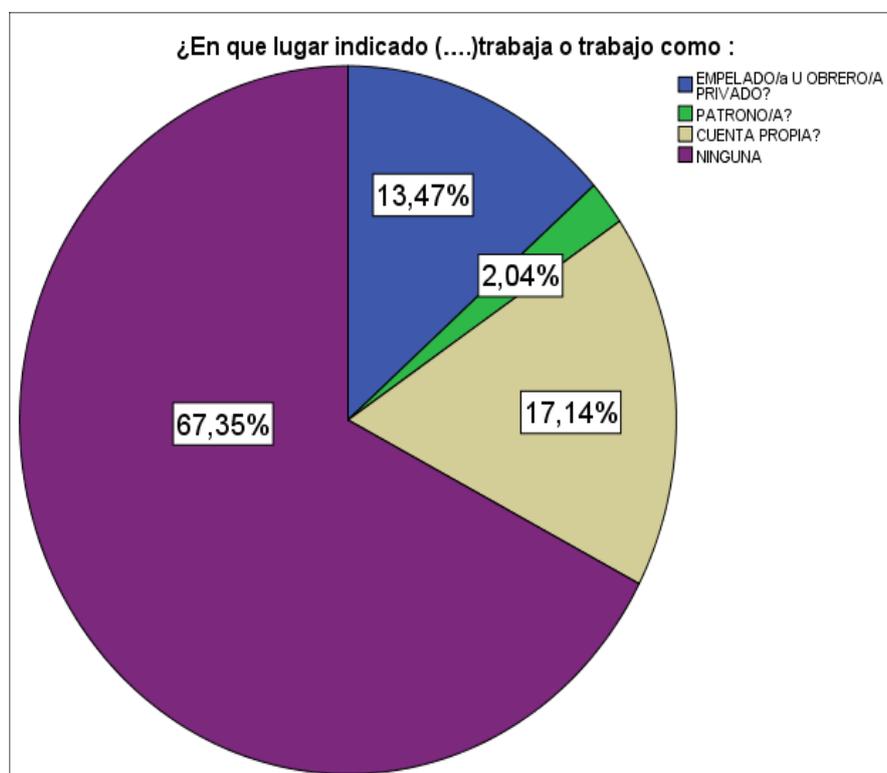


Figura 77 En qué lugar indicado (...) trabaja o trabajo como:

Análisis de resultado

Las personas que habitan en Puerto El Morro que trabajaron el año pasado tienen una tendencia a trabajar por cuenta propia con un 17,1% en actividades como la pesca, caza de cangrejo u otra actividad turística en del sector o fuera de él.

Tabla 74

¿Cuántas horas trabajo la última semana?

¿Cuántas horas trabajo la última semana?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1-5 horas.	10	4,1	4,1	4,1
	De 6-12horas	26	10,6	10,6	14,7
	De 13-20	19	7,8	7,8	22,4
	Más de 20 horas	25	10,2	10,2	32,7
	Ninguna	165	67,3	67,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

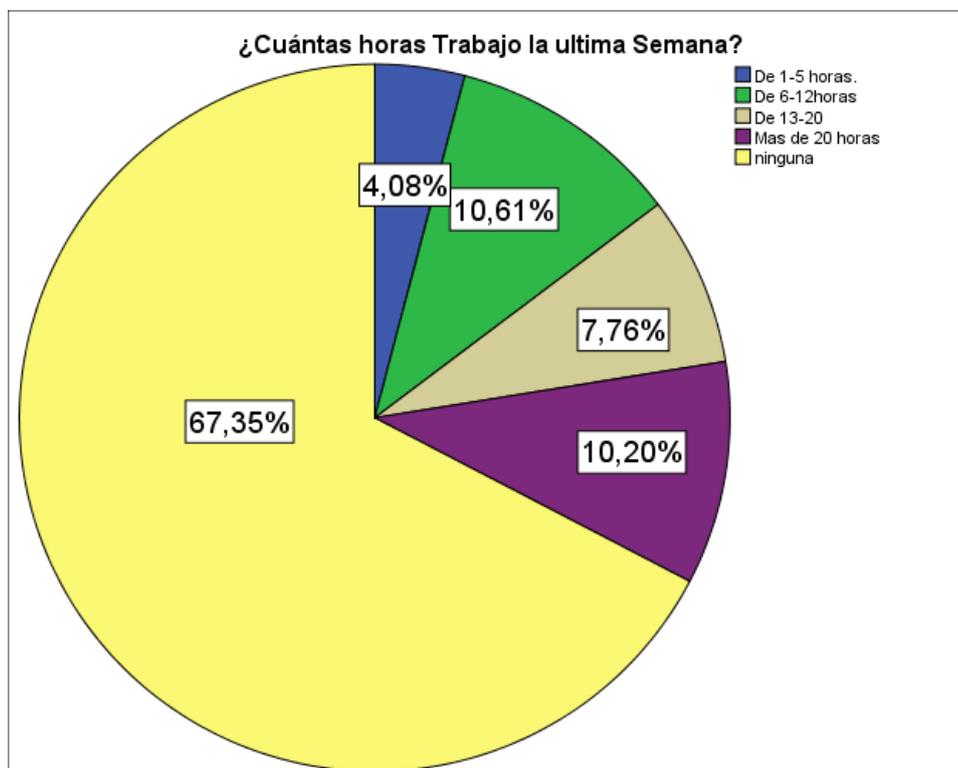


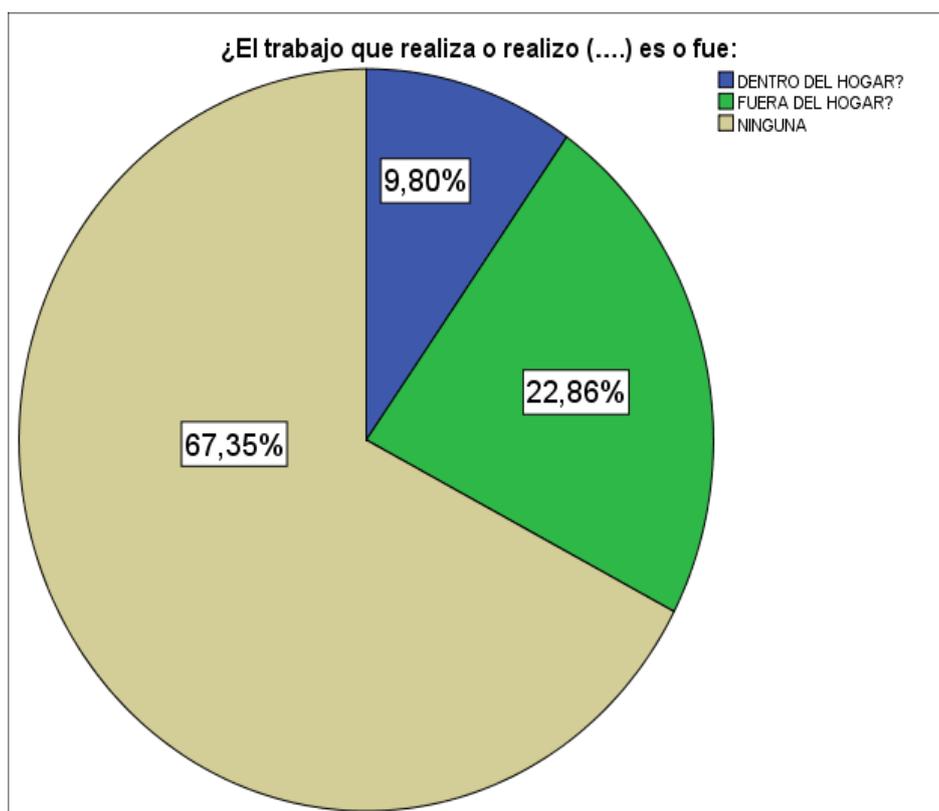
Figura 78 ¿Cuántas horas Trabajo la última Semana?

Análisis de resultado

El mayor porcentaje de trabajo por horas en Puerto El Morro es de 6 a 12 horas por semana con un 10.6%, esto se debe al tipo de profesión que tiene cada sector como la pesca, la artesanía, la recolección de cangrejos entre otros.

Tabla 75*El trabajo que realiza o realizo (...) es o fue:*

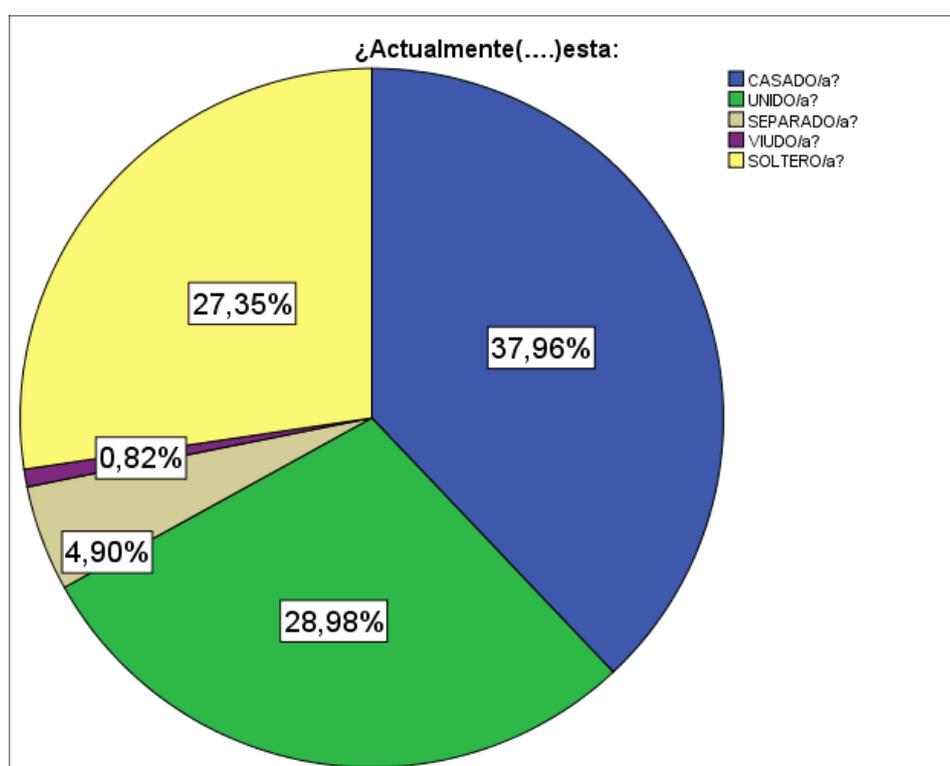
¿El trabajo que realiza o realizo (...) es o fue:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿Dentro del hogar?	24	9,8	9,8	9,8
	¿Fuera del hogar?	56	22,9	22,9	32,7
	Ninguna	165	67,3	67,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

*Figura 79 El trabajo que realiza o realizo (...) es o fue:***Análisis de resultado**

Las personas en general salen a trabajar fuera del hogar en diversas actividades como la pesca, la recolección de cangrejos mientras en un porcentaje menor del 9.8% trabaja dentro del hogar con actividades como la venta de comida, la realización de artesanía o la costura.

Tabla 76*Actualmente (...) está:*

		¿Actualmente (...) está:			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casado/a?	93	38,0	38,0	38,0
	Unido/a?	71	29,0	29,0	66,9
	Separado/a?	12	4,9	4,9	71,8
	Viudo/a?	2	,8	,8	72,7
	Soltero/a?	67	27,3	27,3	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

*Figura 80 Actualmente (...) está:***Análisis de resultado**

Los principales estados civiles en Puerto El Morro son los casados con un 38% seguido por los unidos y los solteros.

Tabla 77
Aporta o es afiliado al

		Aporta o es afiliado al:			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	IESS seguro general?	10	4,1	4,1	4,1
	IESS seguro voluntario?	1	,4	,4	4,5
	IESS seguro campesino?	26	10,6	10,6	15,1
	Es jubilado del IEDD/ISSFA / ISSPOL?	10	4,1	4,1	19,2
	No aporta	198	80,8	80,8	100,0
Total		245	100,0	100,0	

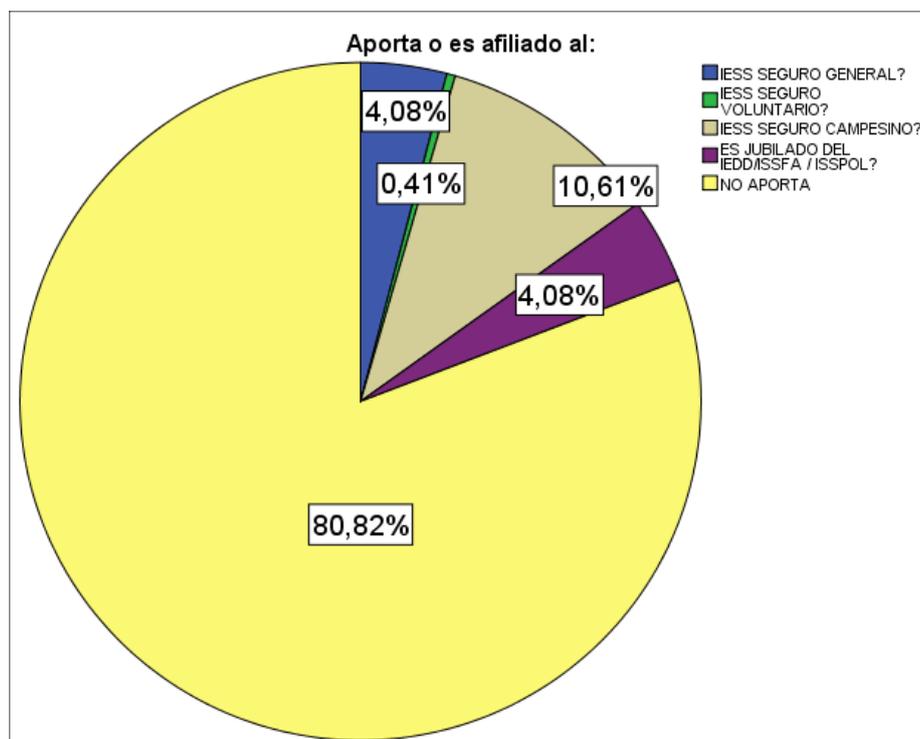


Figura 81 Aporta o es afiliado al

Análisis de resultado

En Puerto El Morro las personas en su mayoría no aportan al IESS u otra entidad con un 80,8% esto se debe a que no cuentan con trabajos fijos y se dedican actividades como la pesca, la recolección de cangrejos entre otros.

Tabla 78

¿Cuántos hijos e hijas nacidos vivos han tenido (...) durante toda su vida? ¿Tenido (...) durante toda su vida?

¿Cuántos hijos e hijas nacidos vivos han tenido (...) durante toda su vida?		¿Tenido (...) durante toda su vida?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	de 1 a 2 Hijos	61	24,9	24,9	24,9
	de 3 a 4 Hijos	75	30,6	30,6	55,5
	Mas de 4 Hijos	24	9,8	9,8	65,3
	Ninguno	85	34,7	34,7	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

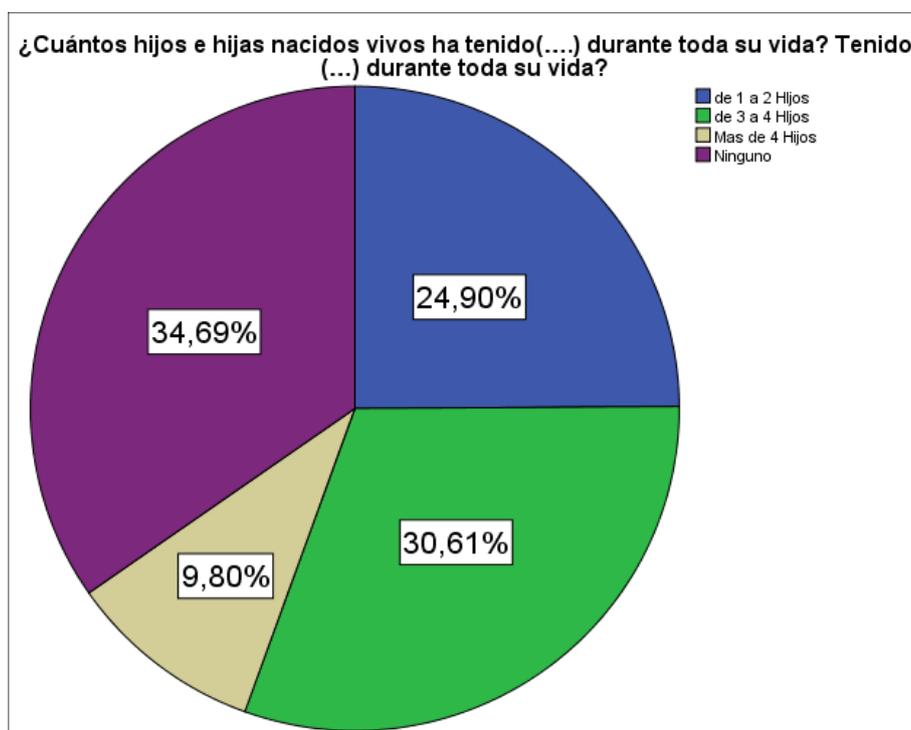


Figura 82 ¿Cuántos hijos e hijas nacidos vivos han tenido (...) durante toda su vida? ¿Tenido (...) durante toda su vida?

Análisis de resultado

La tendencia en cuanto la cantidad de hijos se inclina a tener de 3 a 4 hijos con un 30,6%.

Tabla 79*¿Cuánto están vivos actualmente?*

		¿Cuánto están vivos actualmente?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2 Hijos	57	23,3	23,3	23,3
	De 3 a 4 Hijos	27	11,0	11,0	34,3
	Más de 4 Hijos	7	2,9	2,9	37,1
	No sabe	69	28,2	28,2	65,3
	Ninguno	85	34,7	34,7	100,0
Total		245	100,0	100,0	

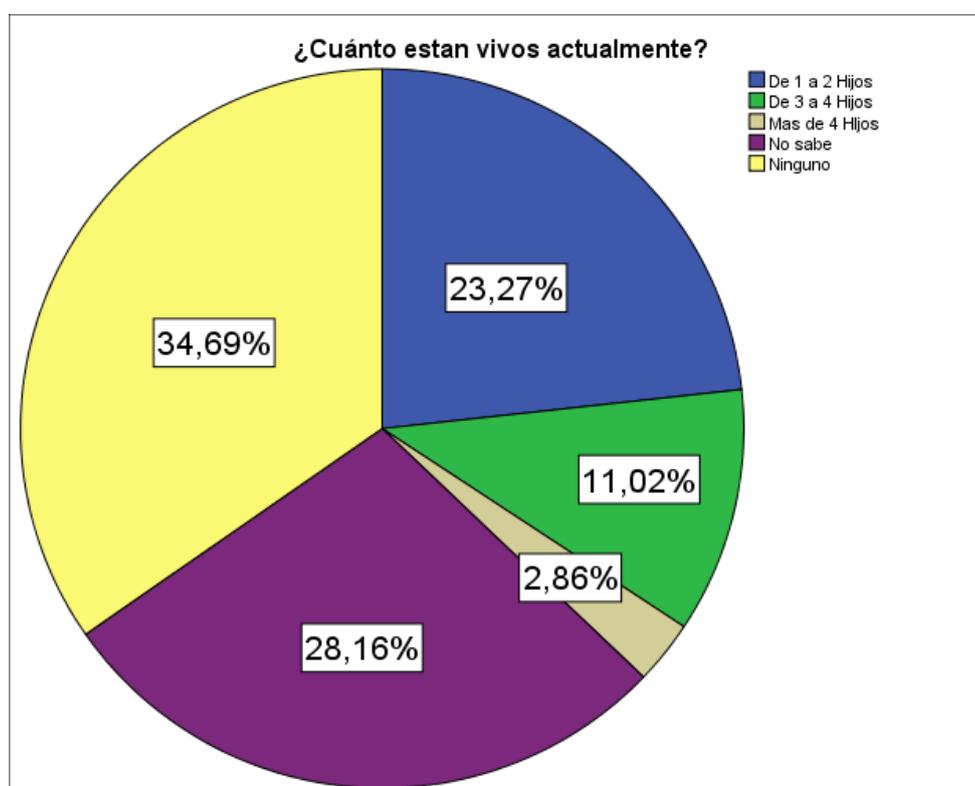


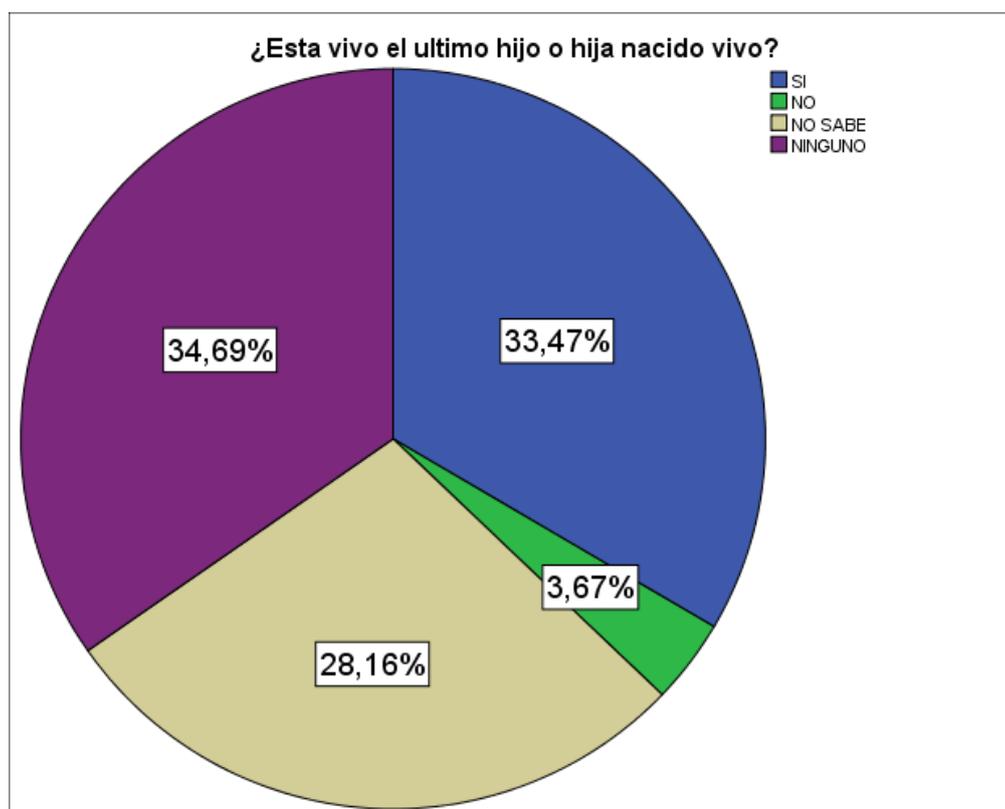
Figura 83 ¿Cuánto están vivos actualmente?

Análisis de resultado

En los hogares de Puerto El Morro con hijos aún están todos con vida, aunque existe un porcentaje de 28.2% que desconoce si sus hijos están vivos o no, esto debido a que han perdido contacto con ellos.

Tabla 80*¿Está vivo el último hijo o hija nacido vivo?*

¿Está vivo el último hijo o hija nacido vivo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	82	33,5	33,5	33,5
	No	9	3,7	3,7	37,1
	No sabe	69	28,2	28,2	65,3
	Ninguno	85	34,7	34,7	100,0
Total		245	100,0	100,0	

*Figura 84 ¿Está vivo el último hijo o hija nacido vivo?***Análisis de resultado**

En los hogares de Puerto El Morro con hijos, aún está el ultimo hijo de la familia con vida con un 33.5%, aunque existe un porcentaje que desconoce si sus hijos están vivos o no esto debido a que han perdido contacto con ellos.

Tabla 81

¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para estudiar?

¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para estudiar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	8,2	8,2	8,2
	No	225	91,8	91,8	100,0
	Total	245	100,0	100,0	

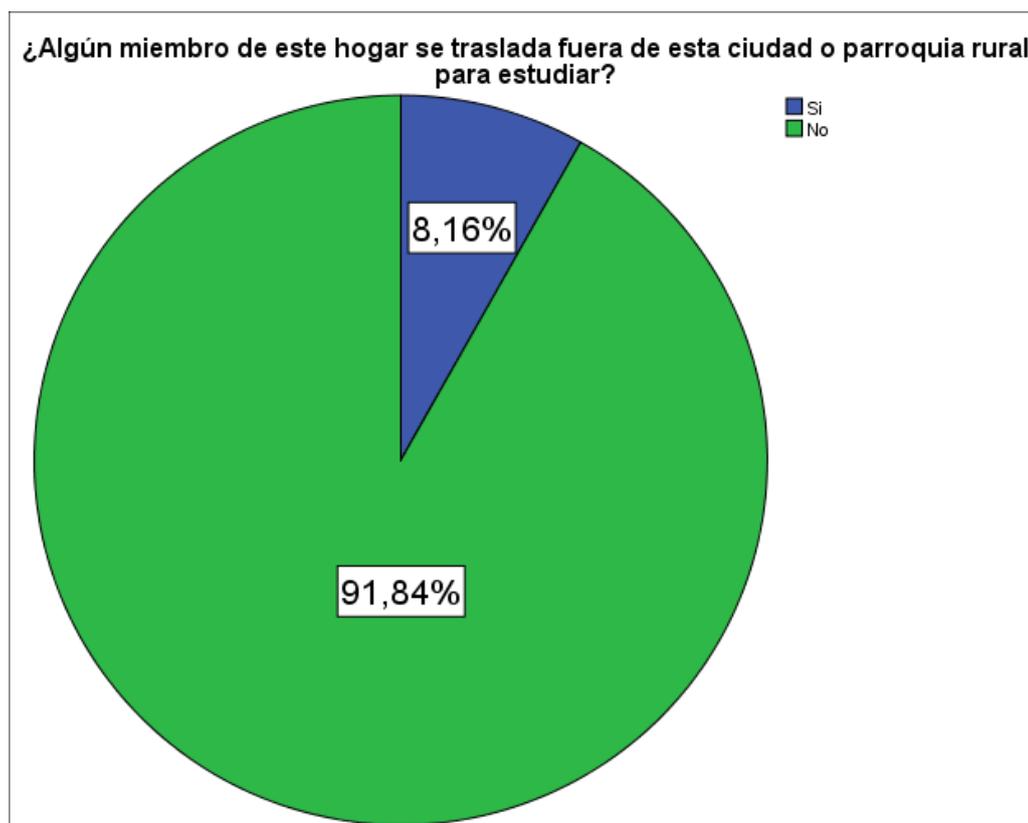


Figura 85 ¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para estudiar?

Análisis de resultado

De acuerdo con los resultados, el porcentaje de personas en los hogares que salen de la parroquia a estudiar es 91,8% debido a que la parroquia Puerto El Morro no cuenta con muchos institutos educativos por eso las personas optan por estudiar fuera de la parroquia

Método de necesidades básicas insatisfechas - CEPAL

Para la realización del método de necesidades básicas insatisfechas se agrupan los resultados de varias preguntas de la encuesta realizada en las siguientes categorías:

- Calidad de vivienda
- Hacinamiento
- Disponibilidad de agua potable
- Sistema de eliminación de excreta
- Educación
- Calidad económica.

Tabla 82*Calidad de la vivienda*

Ítem	Aspecto Positivo	%	Aspecto Negativo	%
Tipo de vivienda	Propia	83.70%	Colectiva	16.30%
Cubierta exterior del techo	Zinc, hormigón, asbesto	97.90%	Teja, otros materiales	2.00%
	Bueno, Regular	100.00%		
Material de las paredes exteriores	Ladrillo, Bloque, Hormigón	97.50%	Madera, Caña revestida	2.40%
	Buenas, Regulares	92.20%	Mala	7.80%
Material de los pisos	Cerámicas, Baldosa, Vinil o Mármol,			
	Ladrillo o Cemento	91.90%	Caña, Tierra	8.10%
Lugar para cocinar	Bueno, Regular	96.30%	Malo	3.70%
	Si	94.70%	No	5.30%
Combustible para cocinar	Gas	98.40%	Leña, carbón	1.60%
Propiedad de la casa o el terreno	Propia	95.50%	Prestada, Arrendada	5.00%
		948.10%		52.20%
Total calidad de la vivienda		94.81%		5.22%

Análisis de resultado

En la obtención del resultado de calidad de vivienda se determina que en un 94,81% esta necesidad está satisfecha, para el método se da libertad a anexar factores como la calidad tanto del techo, las paredes y el piso, así encontrando un resultado más concluyente porque de esta forma no solo se analiza si cuentan con material óptimos sino si se encuentran en buen estado.

Tabla 83

Hacinamiento

Ítem	Aspecto Positivo	%	Aspecto Negativo	%
Numero de Cuartos sin contar y la cocina el baño	2 a 4 cuartos	69%	1 cuarto	31%
Grupo de hogares por vivienda	1 hogar	73.50%	2 a 3 hogares	24.50%
Numero de dormitorios por hogar	2 a 3 dormitorios	80%	1 dormitorio	20%
		223%		76%
	Total de Hacinamiento	74.17%		25.17%

Análisis de resultado

El hacinamiento en la metodología de las necesidades básicas insatisfechas se determina que los hogares del Puerto El Morro están satisfechos en sus necesidades básicas ya que cuenta con un hogar óptimo para su familia, en base a la cantidad de cuartos según el número de integrantes de su familia.

Tabla 84
Disponibilidad de agua potable

Ítem	Disp. Agua Potable			
	Aspecto Positivo	%	Aspecto Negativo	%
Fuente de abastecimiento de agua.	Tubería Dentro de la vivienda	71,80%	Tubería Fuera de la vivienda	28,20%
Disponibilidad de duchas en el hogar	Uso exclusivo	75,50%	Compartido, no tiene	24,50%
Modo de consumo de agua	La hierben, Compran agua purificada	95,10%	Tal y como llega, ponen cloro	4,90%
		242,40%		57,60%
	Total Disp. Agua Potable	80,80%		19,20%

Análisis de resultado

Puerto El Morro de acuerdo con la metodología de las necesidades básicas insatisfechas del CEPAL y los resultados obtenidos cuentan con una necesidad satisfecha en lo que tiene que ver con la disponibilidad de agua, esto radica en que la mayor parte de la población cuenta con agua potable que es distribuida por la empresa pública, así como la forma de consumir.

Tabla 85*Sistema de eliminación de excretas*

Sistema de Eliminación de Excretas				
Ítem	Aspecto Positivo	%	Aspecto Negativo	%
Disponibilidad	Uso exclusivo	89,80%	Compartido, no tiene	10,20%
Tipo de servicio higiénico de la vivienda	Red Pública de alcantarillado, pozo séptico	100,00%		
		189,80%		10,20%
	Total Sist. Eliminación de Excretas	94,90%		5,10%

Análisis de resultado

En cuanto a la forma de eliminación de excretas cuentan con esta necesidad básica satisfecha debido a que tienen sus servicios higiénicos en algunos casos conectados a una red pública de alcantarillado y otros tienen pozo séptico, que de acuerdo por el CEPAL por ser una parroquia rural cuenta como un método óptimo para la eliminación de excretas. Además, se debe agregar que de acuerdo una asistente del GAD del Morro el municipio de Guayaquil ya está desarrollando un plan para crear una red de alcantarillado en el sector.

Tabla 86
Educación

Ítem	Educación			
	Aspecto Positivo	%	Aspecto Negativo	%
Sabe leer y escribir	Si	93,50%	No	6,50%
Nivel de estudio	Bachillerato	27,30%	Educación inicial, general básico, ninguno	72,70%
Grado hasta donde estudio	Bachillerato	27,30%	1er a 7mo, 8vo a 10mo, ninguno	72,70%
		148,10%		151,90%
	Total Educación	49,37%		50,63%

Análisis de resultado

En la metodología de las necesidades insatisfechas miden el alfabetismo y el nivel de instrucción de los habitantes para determinar si la educación puede ser considerada una necesidad básica satisfecha, pero en Puerto El Morro los porcentajes sobre la educación son negativos debido a que la mayor parte de la población solo ha terminado la educación general básica y muy pocos han terminado el bachillerato. La educación se ve afectada debido a que solo existen dos escuelas y colegios en la parroquia Puerto El Morro y por la necesidad de tener que salir de la parroquia para estudiar una carrera universitaria, los habitantes no siguieron estudiando debido que el traslado era muy costoso de acuerdo a los ingresos de la población.

Tabla 87
Capacidad Económica

Capacidad Económica				
Ítem	Aspecto Positivo	%	Aspecto Negativo	%
Parentesco	Jefe o jefa de hogar, Cónyuge o conviviente	51%	Hijo o hija, Yerno o nuera, Nieto o nieta, Otro no pariente	49,00%
Edad	De 21 a 40 años	52,70%	De 5 a 20 años, De 41 a 65años	47,300%
Situación laboral	Trabaja	32,70%	No trabaja	67,30%
Hijos	1 a 2 hijos, ninguno	59,90%	De 3 a 4 Hijos, más de 4	40,10%
		196,30%		2,037
	Total Capacidad Económica	49%		51%

Análisis de resultado

La capacidad económica de acuerdo al método de las necesidades básicas insatisfechas se mide las características de las personas, su edad, la situación laboral y la cantidad de hijos. En Puerto El Morro esta necesidad no se encuentra satisfecha principalmente por el tipo de empleo que tienen en el sector, el cual no genera un sueldo fijo y además a pesar de no tener un sueldo fijo cuentan con una alta cantidad de hijos.

3.6.1. Potencialidades turísticas de Puerto El Morro

Para determinar las potencialidades turísticas de Puerto El Morro se realizó una encuesta a los encargados de las operadoras de turismo.

- Mónica Morales – Gerente – Puerto El Morro tours
- Juan Ramírez – Guía – Ecuamorro tours
- Rosa Morales – Secretaria - Fragata y delfines

Tabla 88

El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Clima

El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Clima				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Frecuencia	Porcentaje			
Válido	Totalmente de acuerdo	3	100	100	100

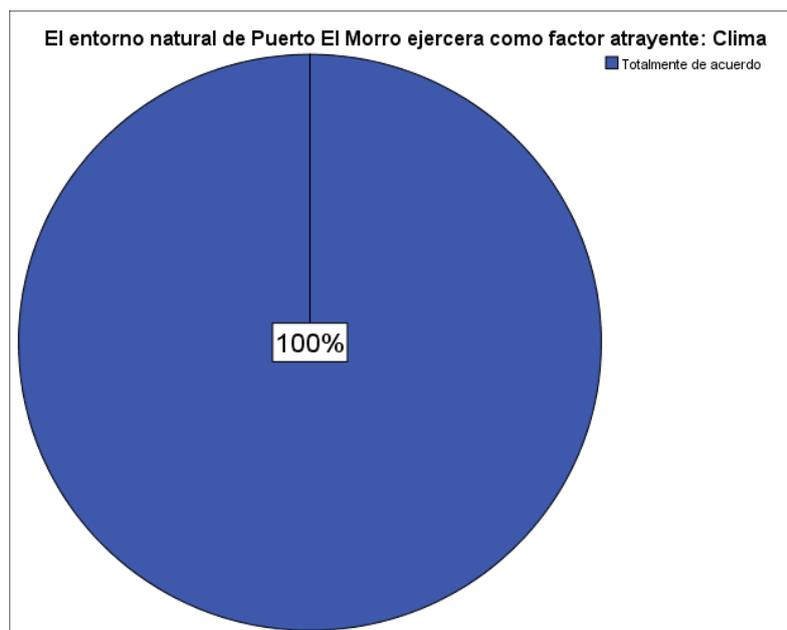


Figura86 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Clima

Análisis de resultado

De acuerdo con las operadoras de turismo indican que el clima es un factor atrayente para los turistas en Puerto El Morro.

Tabla 89

El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Cercanía al mar

El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Cercanía al mar				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido		Frecuencia	Porcentaje		
	Totalmente de acuerdo	3	100	100	100,0

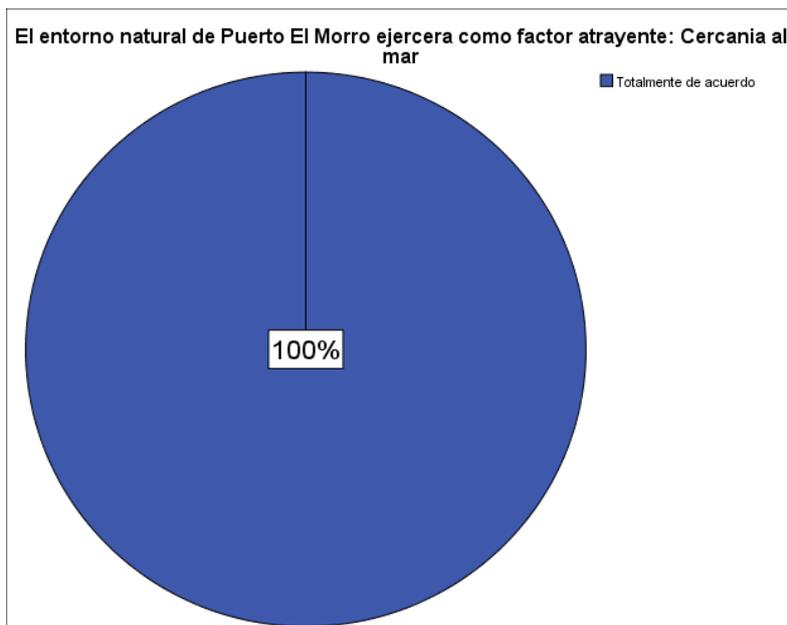


Figura87 *El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Cercanía al mar*

Análisis de resultados

Las operadoras de turismo en Puerto El Morro indican que tener cercanía al mar es el principal atractivo de la parroquia, porque gracias a este motivo pueden ofrecer los atractivos turísticos que ofertan como el avistamiento de delfines, el wakeboarding y la pesca.

Tabla 90

El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Conservación del medio ambiente

El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Conservación del medio ambiente				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Totalmente de acuerdo	2	66,7	66,7	66,7
	Algo de acuerdo	1	33,3	33,3	100
	Total	3	100	100	

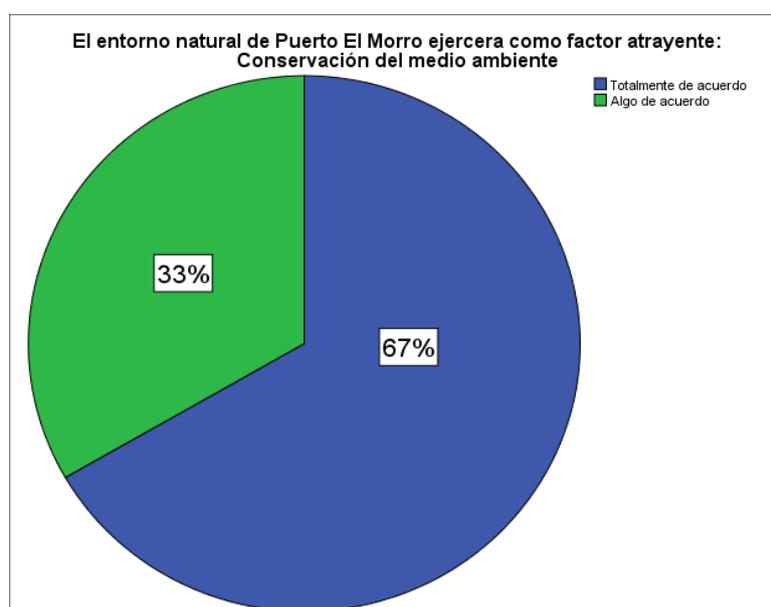


Figura88 *El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Conservación del medio ambiente*

Análisis de resultados

El 67% de las operadoras turísticas consideran a la conservación del medio ambiente como factor atrayente para los turistas, puesto que entre los principales atractivos turísticos de la parroquia se encuentra el área protegida la isla de los Pájaros o Pequeña Galápagos.

Tabla 91

El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Itinerarios culturales o naturaleza

El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Itinerarios culturales o naturaleza					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algo de acuerdo	2	66,7	66,7	66,7
	Indiferente	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

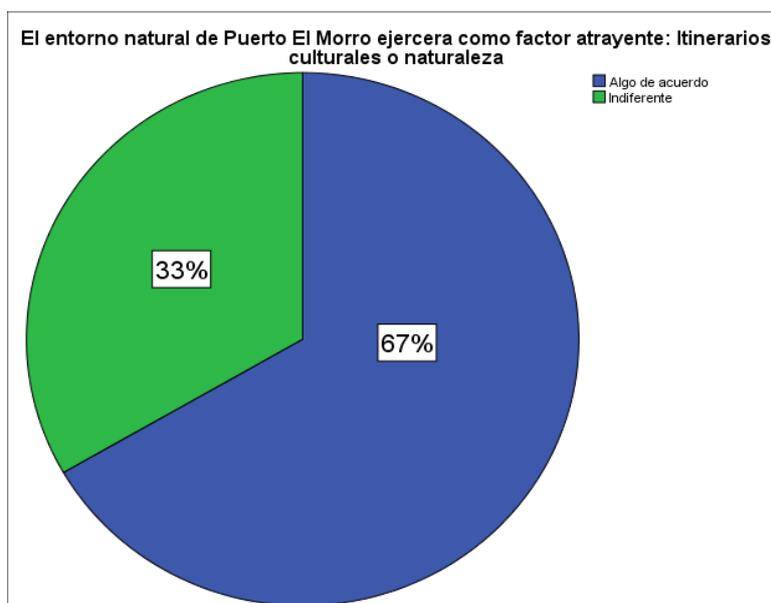


Figura 89 El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Itinerarios culturales o naturaleza

Análisis de resultados

El 67% de las operadoras de turismo de Puerto El Morro se encuentran algo de acuerdo que los itinerarios culturales o naturaleza son factores atrayentes para el sector, esto debido a que no tienen muchas actividades culturales populares como el festival de la lisa.

Tabla 92

El entorno patrimonial de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Costumbre y cultura local

El entorno patrimonial de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Costumbre y cultura local					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	3	100,0	100,0	100,0

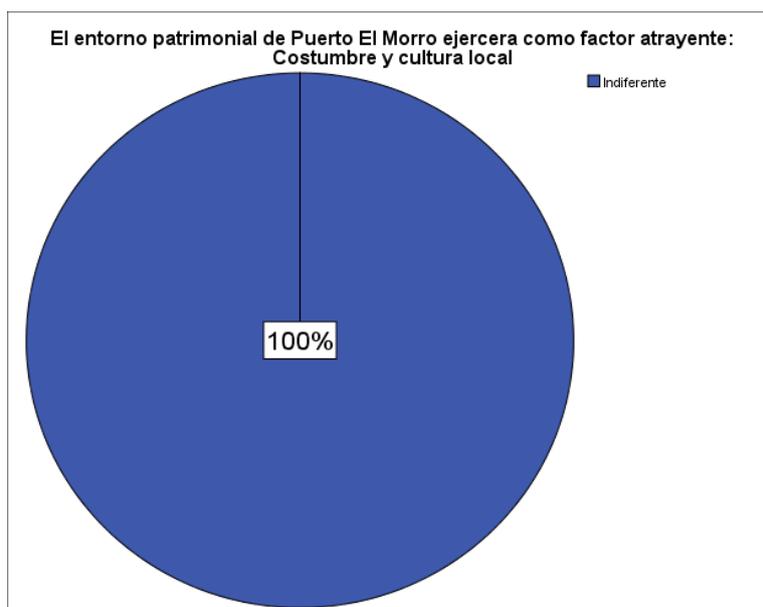


Figura 90 El entorno patrimonial de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente: Costumbre y cultura local

Análisis de resultado

Las operadoras de Puerto El Morro en un 100% consideran la costumbre y cultura local indiferente como factor atrayente del turismo del sector porque indican que los turistas en su mayoría no deciden visitar el sector por su costumbre o cultura sino por las actividades turísticas como el avistamiento de delfines y la isla de los pájaros.

Tabla 93

Los tratamientos son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de los servicios ofertados: Variedad de tratamiento de salud

Los tratamientos son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de los servicios ofertados: Variedad de tratamiento de salud					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	100,0	100,0	100,0

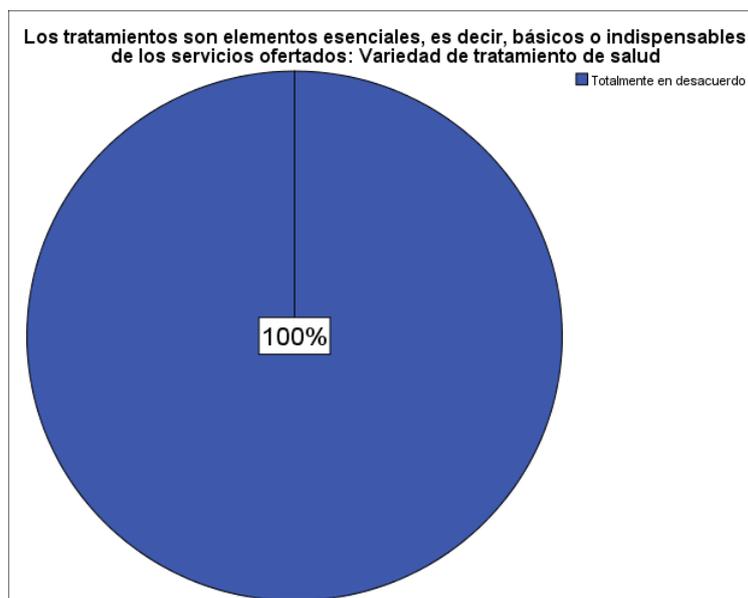


Figura 91 Los tratamientos son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de los servicios ofertados: Variedad de tratamiento de salud

Análisis de resultado

Considerar a los tratamientos de salud, como un factor atrayente de turista en Puerto El Morro, genera total desacuerdo entre las operadoras de turismo porque el sector no cuenta con ningún tipo de servicio turístico relacionado con la salud.

Tabla 94

Los siguientes ítems son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de las instalaciones y equipamientos de Puerto El Morro: Kiosco de souvenirs

Los siguientes ítems son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de las instalaciones y equipamientos de Puerto El Morro: Kiosco de souvenirs					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algo de acuerdo	1	33,3	33,3	33,3
	Indiferente	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

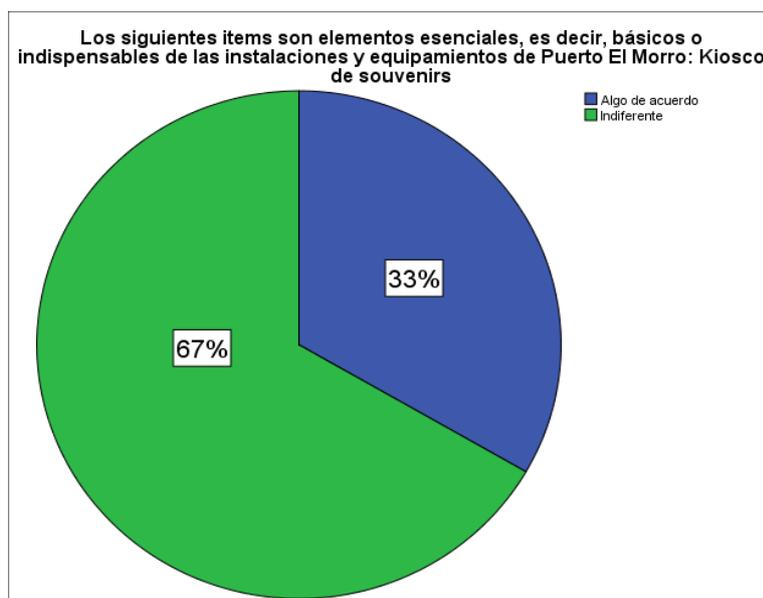


Figura 92 Los siguientes ítems son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de las instalaciones y equipamientos de Puerto El Morro: Kiosco de souvenirs

Análisis de resultado

En Puerto El Morro, el 67% las operadoras de turismo se encuentran algo de acuerdo en considerar a los kioscos de souvenirs como un factor atrayente para los turistas, esto a pesar de contar con diversas tiendas normales y tiendas artesanales.

Tabla 95

Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Comercialización de paquetes a través de agencia de viajes

Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Comercialización de paquetes a través de agencia de viajes				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Totalmente de acuerdo	3	100,0	100,0	100,0

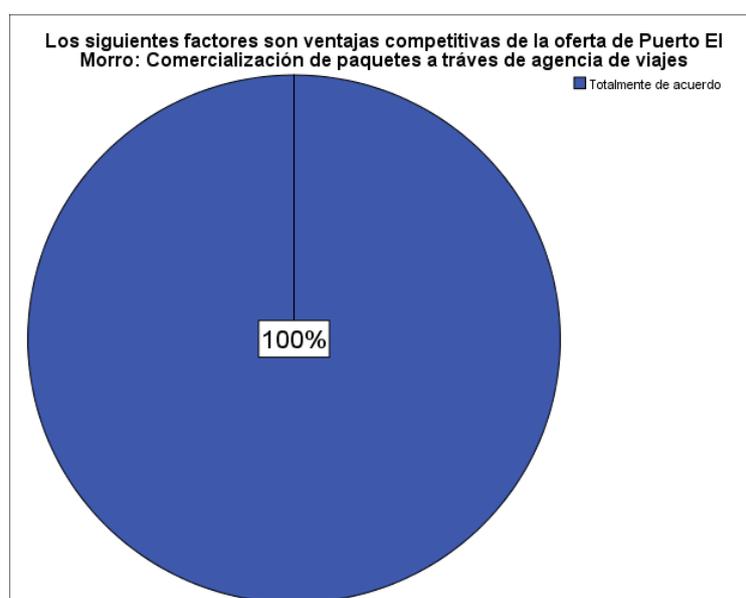


Figura 93 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Comercialización de paquetes a través de agencia de viajes

Análisis de resultado

Las operadoras de turismo en Puerto El Morro en un 100% aseguran que comercializar paquetes turísticos a través de agencias de viaje es una ventaja competitiva de la oferta de Puerto El Morro porque de esta forma aseguran turistas y se preparan para ofrecer un excelente servicio.

Tabla 96

Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Aprovechamiento del turismo de salud

Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Aprovechamiento del turismo de salud					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	100,0	100,0	100,0

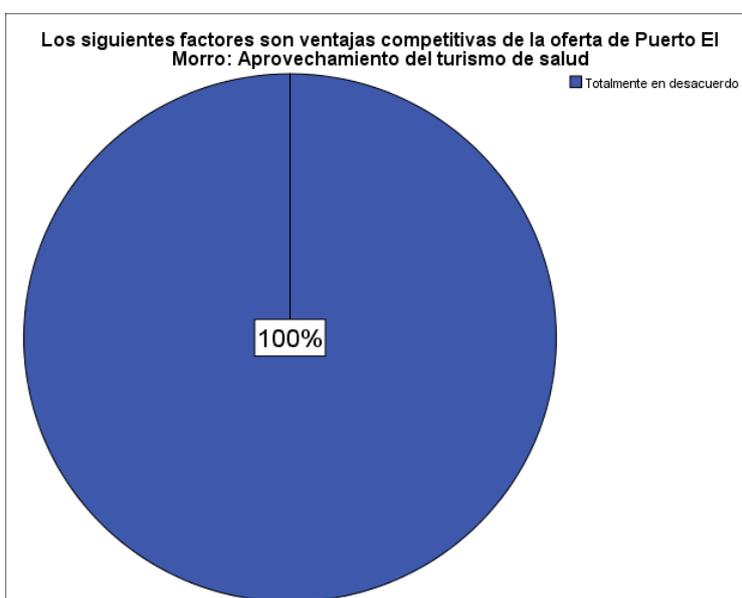


Figura 94 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Aprovechamiento del turismo de salud

Análisis de resultado

La operadoras turísticas de Puerto El Morro en un 100% se encuentra en total desacuerdo al considerar el turismo de salud como factor que genere ventaja competitiva porque no cuentan con turismo de salud que aprovechar.

Tabla 97

Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Uso de la marca "Puerto El Morro" como sinónimo de calidad

Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Uso de la marca "Puerto El Morro" como sinónimo de calidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	3	100,0	100,0	100,0

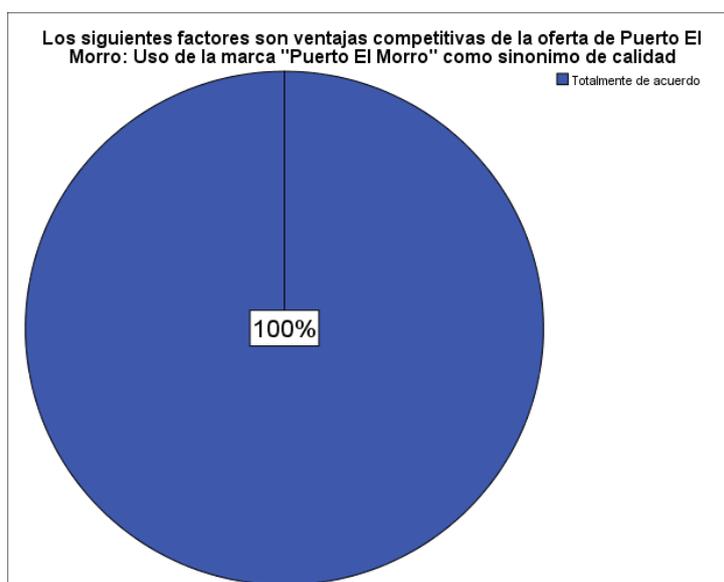


Figura 95 Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro: Uso de la marca "Puerto El Morro" como sinónimo de calidad

Análisis de resultado

Los operadores de turismo de Puerto El Morro en un 100% aseguran estar totalmente de acuerdo en considerar que la marca "Puerto El Morro" como sinónimo de calidad es un factor generador de ventaja competitiva, por este motivo buscan mejorar y ofrecer el mejor servicio con calidad para lograr la satisfacción de los turistas.

3.6.2. Satisfacción de los turistas de las actividades en Puerto El Morro

Para medir la satisfacción de los turistas se realizó una encuesta a 100 turistas que visitaron a la parroquia en Puerto El Morro.

Tabla 98
Edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menores de 20 años	11	11,0	11,0	11,0
	21 a 30 años	17	17,0	17,0	28,0
	31 a 40 años	18	18,0	18,0	46,0
	41 a 50 años	18	18,0	18,0	64,0
	Mayores de 50 años	36	36,0	36,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

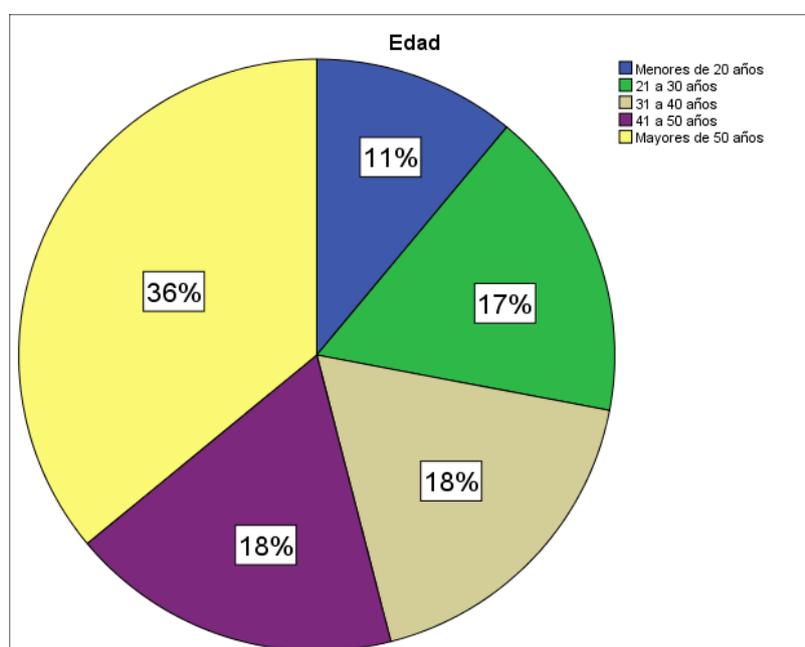


Figura 96 Edad

Análisis de resultado

El 36% de los turistas encuestados tiene más de 50 años los cuales en su mayoría se encontraban realizando un tour con amigos y familiares. Además un 17% de los encuestados tenían entre 21 a 30 años, los cuales se encontraban haciendo turismo con amigos de forma independiente. La información es relevante para determinar que el sector tiene potencialidad de turismo.

Tabla 99
¿Cómo ha venido?

¿Cómo ha venido?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	5	5,0	5,0	5,0
	Pareja	19	19,0	19,0	24,0
	Amigos	30	30,0	30,0	54,0
	En familia	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

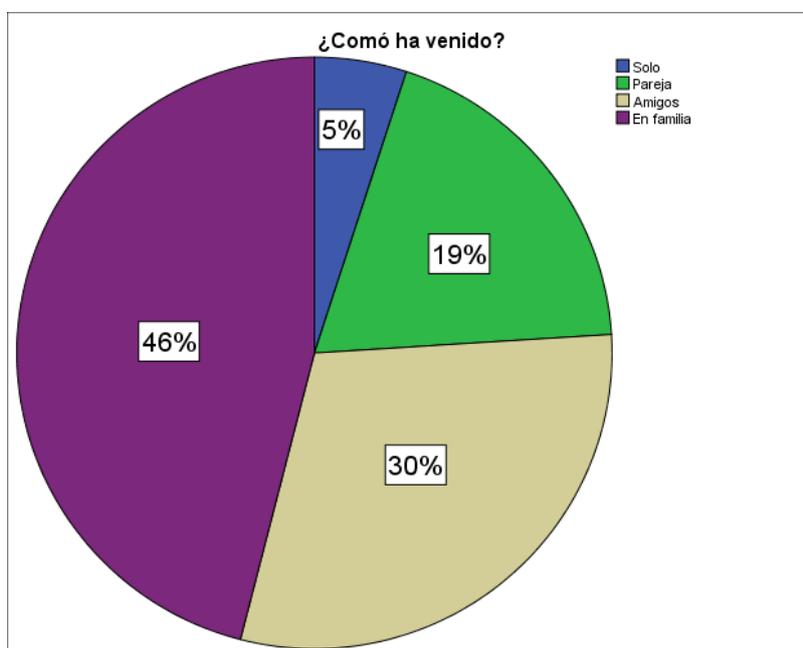


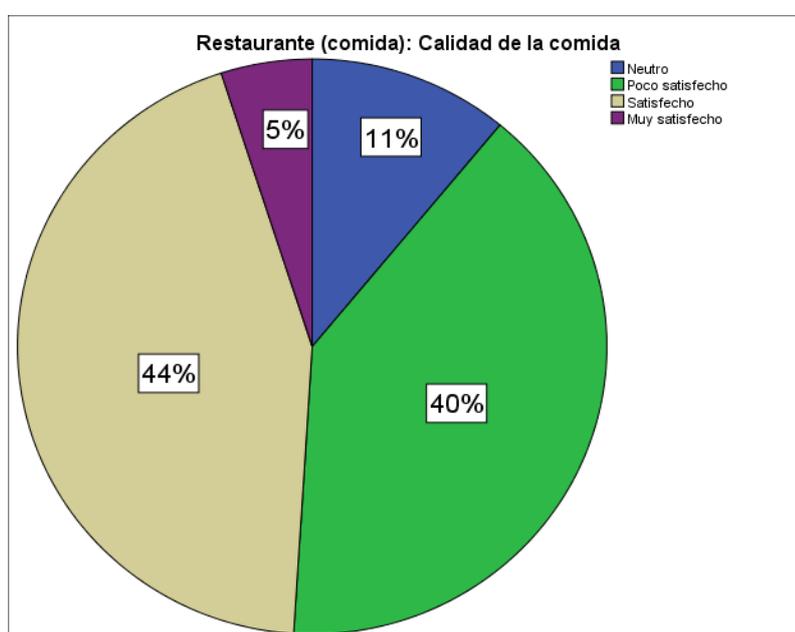
Figura 97 ¿Cómo ha venido?

Análisis de resultado

El 46% de los turistas encuestados realizaron visitas al sector con familiares estando en un tour, mientras con 30% de los turistas realizaron el viaje con amigos. Se pudo observar un importante número de turistas eran extranjeros.

Tabla 100*Restaurante (comida): Calidad de la comida*

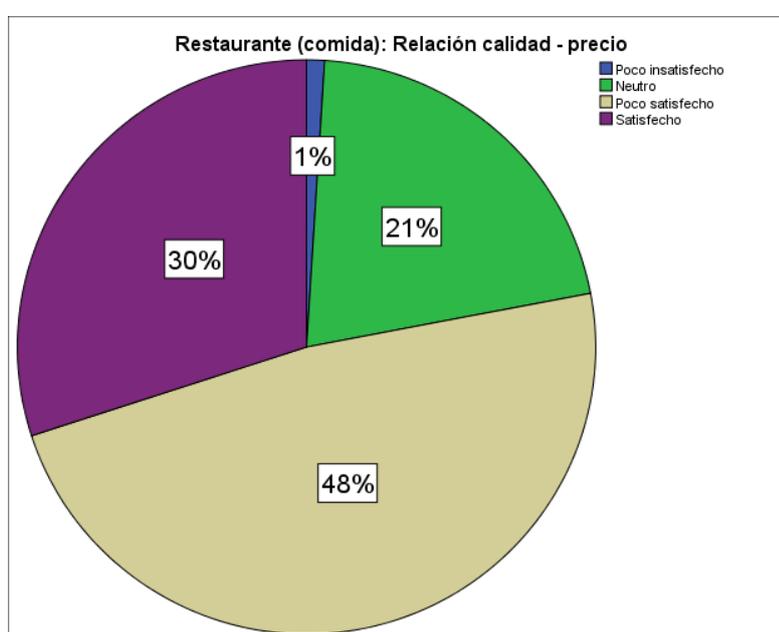
Restaurante (comida): Calidad de la comida					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutro	11	11,0	11,0	11,0
	Poco satisfecho	40	40,0	40,0	51,0
	Satisfecho	44	44,0	44,0	95,0
	Muy satisfecho	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Figura 98 Restaurante (comida): Calidad de la comida***Análisis de resultado**

Los turistas en Puerto El Morro en un 44% estaban satisfechos con la calidad de la comida del sector siendo de su gusto la comida típica del sector así como otros alimentos mientras que un 40% estaban poco insatisfechos con la comida.

Tabla 101*Restaurante (comida): Relación calidad - precio*

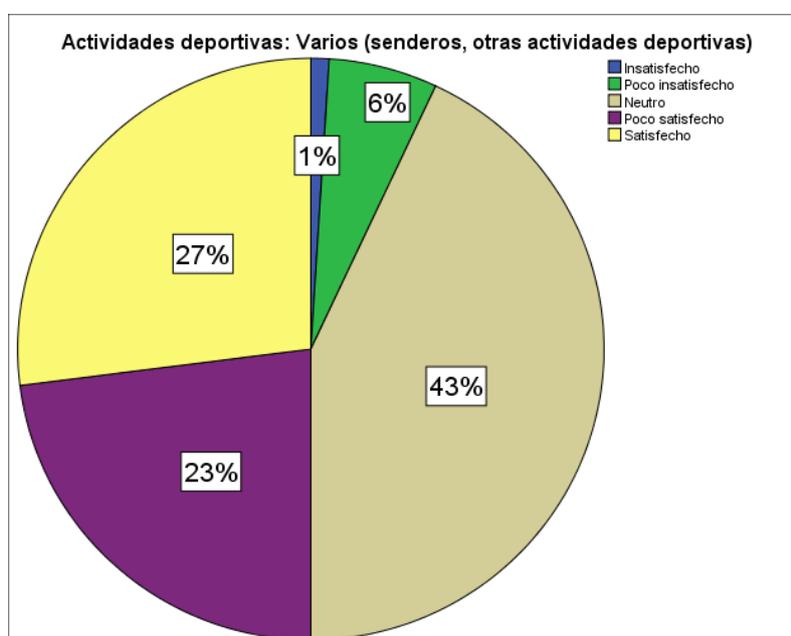
Restaurante (comida): Relación calidad – precio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco insatisfecho	1	1,0	1,0	1,0
	Neutro	21	21,0	21,0	22,0
	Poco satisfecho	48	48,0	48,0	70,0
	Satisfecho	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Figura 99 Restaurante (comida): Relación calidad - precio***Análisis de resultado**

El 48% de los turistas se encontraban poco satisfechos con la relación calidad – precio de la comida, en algunos casos se presume que consideran costosa la comida en el sector para la calidad que esta presentaba.

Tabla 102*Actividades deportivas: Varios (senderos, otras actividades deportivas)*

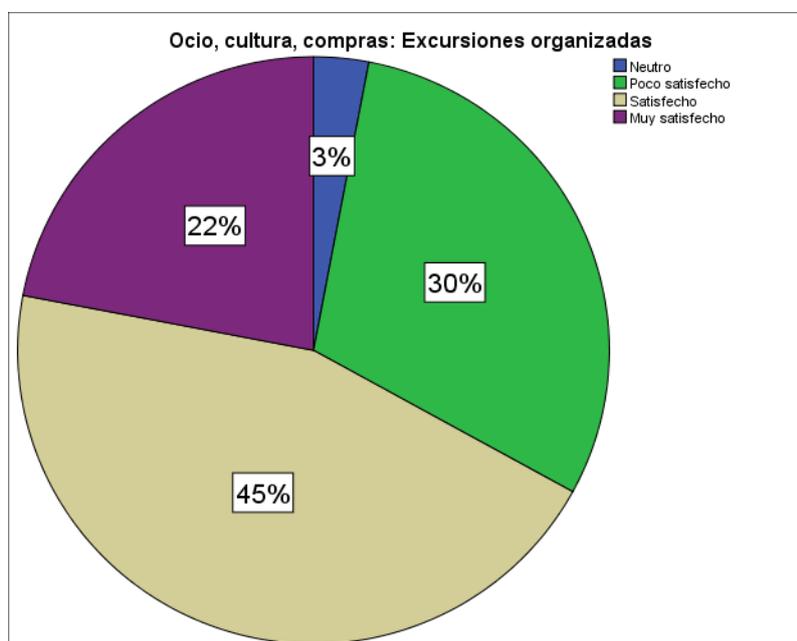
		Actividades deportivas: Varios (senderos, otras actividades deportivas)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	1	1,0	1,0	1,0
	Poco insatisfecho	6	6,0	6,0	7,0
	Neutro	43	43,0	43,0	50,0
	Poco satisfecho	23	23,0	23,0	73,0
	Satisfecho	27	27,0	27,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

*Figura 100 Actividades deportivas: Varios (senderos, otras actividades deportivas)***Análisis de resultado**

El 43% de los turistas se mostraron indiferentes con las actividades deportivas en Puerto El Morro como el wakeboarding, porque los turistas encuestados en su mayoría eran mayores a 50 años y no se encontraban interesados en realizar actividades turísticas.

Tabla 103*Ocio, cultura, compras: Excursiones organizadas*

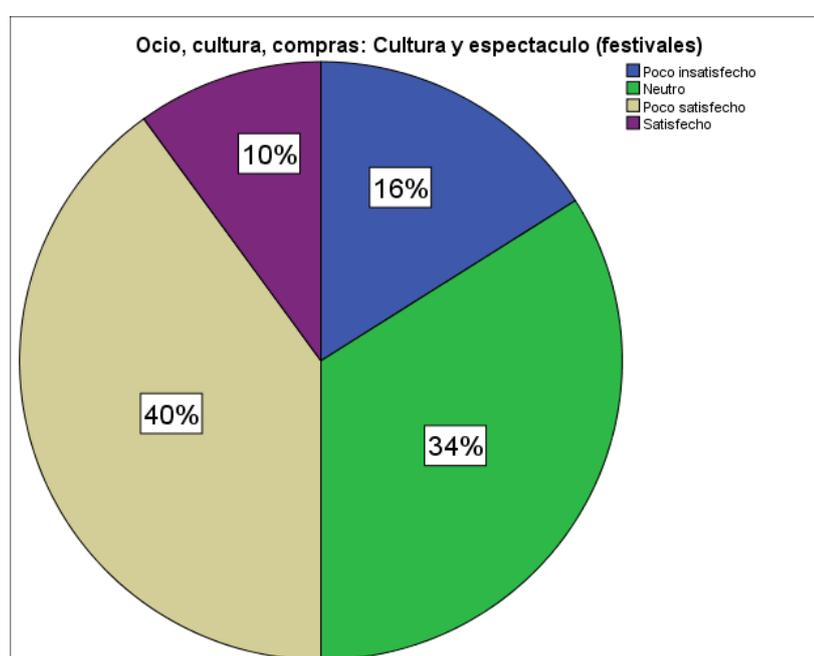
Ocio, cultura, compras: Excursiones organizadas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutro	3	3,0	3,0	3,0
	Poco satisfecho	30	30,0	30,0	33,0
	Satisfecho	45	45,0	45,0	78,0
	Muy satisfecho	22	22,0	22,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

*Figura 101 Ocio, cultura, compras: Excursiones organizadas***Análisis de resultado**

El 45% de los turistas encuestados estaba satisfechos con las excursiones realizadas en Puerto El Morro como el avistamiento de delfines y la visita a la isla de los pájaros.

Tabla 104*Ocio, cultura, compras: Cultura y espectáculo (festivales)*

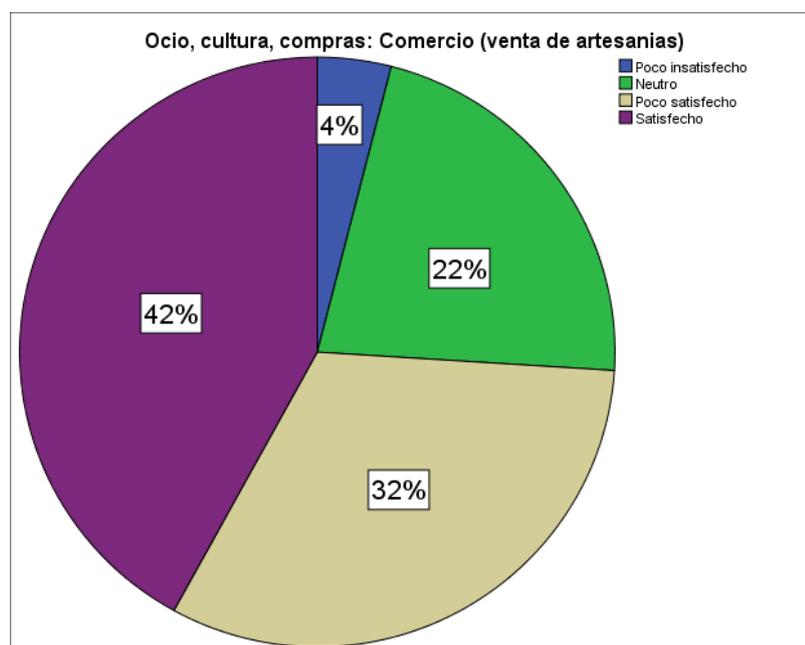
Ocio, cultura, compras: Cultura y espectáculo (festivales)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco insatisfecho	16	16,0	16,0	16,0
	Neutro	34	34,0	34,0	50,0
	Poco satisfecho	40	40,0	40,0	90,0
	Satisfecho	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Figura 102 Ocio, cultura, compras: Cultura y espectáculo (festivales)***Análisis de resultado**

Los turistas encuestados en un 40% se encontraban poco satisfechos la cultura y espectáculo (festivales) realizados en Puerto El Morro, los turistas indicaban que les gusta el festival de la lisa pero no tenían una satisfacción mayor debía a que no realizan muchas otras actividades culturales.

Tabla 105*Ocio, cultura, compras: Comercio (venta de artesanías)*

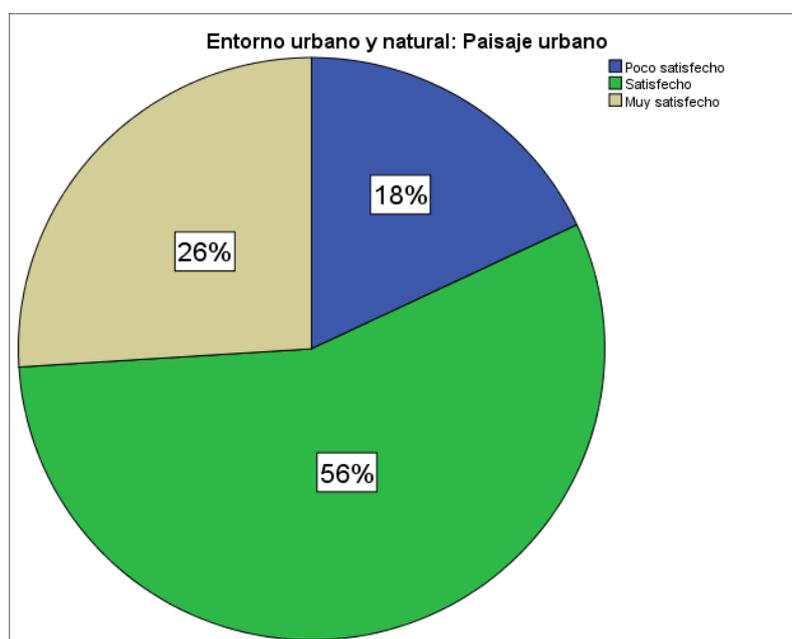
Ocio, cultura, compras: Comercio (venta de artesanías)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco insatisfecho	4	4,0	4,0	4,0
	Neutro	22	22,0	22,0	26,0
	Poco satisfecho	32	32,0	32,0	58,0
	Satisfecho	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Figura 103 Ocio, cultura, compras: Comercio (venta de artesanías)***Análisis de resultado**

El 42% de los turistas se encontraba satisfechos con la venta de artesanías realizada en el sector, por este motivo algunos indicaron sentirse atraídos por la creatividad de las artesanías.

Tabla 106*Entorno urbano y natural: Paisaje urbano*

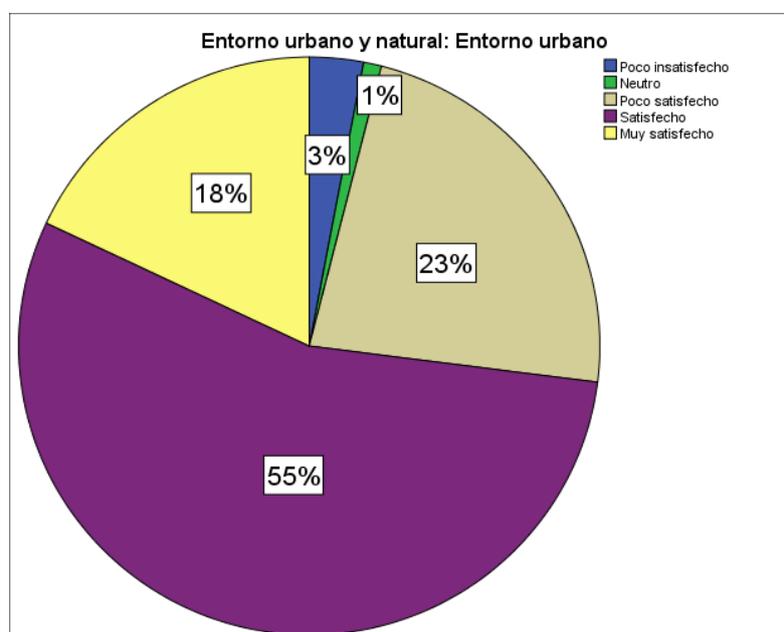
Entorno urbano y natural: Paisaje urbano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	18	18,0	18,0	18,0
	Satisfecho	56	56,0	56,0	74,0
	Muy satisfecho	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Figura 104 Entorno urbano y natural: Paisaje urbano***Análisis de resultado**

El 56% de los turistas se sintieron satisfechos con el paisaje urbano como el malecón, el muelle y los lugares aledaños a las operadoras turísticas del sector.

Tabla 107*Entorno urbano y natural: Entorno urbano*

Entorno urbano y natural: Entorno urbano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco insatisfecho	3	3,0	3,0	3,0
	Neutro	1	1,0	1,0	4,0
	Poco satisfecho	23	23,0	23,0	27,0
	Satisfecho	55	55,0	55,0	82,0
	Muy satisfecho	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Análisis de resultado**

Los turistas de Puerto El Morro en un 55% estaban satisfechos con el entorno urbano del sector que se caracterizaba por la amabilidad de los habitantes del sector.

4. Capítulo IV propuesta

4.1. Título

Diseño de estrategias de marketing digital para la parroquia Puerto El Morro en base a sus capacidades turísticas y su demanda potencial en 2017.

4.2. Justificación

En la actualidad, en el mundo del marketing turístico la utilización de herramientas digitales se han convertido en un punto clave, para la optimización de la comunicación sobre atractivos turístico por medio de la utilización de las redes sociales, las cuales son uno de los principales medios masivos para la comunicación, esto permite llegar a una mayor cantidad de público para ofrecer los servicios que se ofrecen en el turismo, lo mejor de la utilización de los medios digitales es que esta actividad genera un costo más económico para publicitar.

4.3. Objetivos

4.3.1. Objetivo General

Diseñar estrategias de marketing digital para la parroquia Puerto El Morro en base a sus capacidades turísticas y su demanda potencial en 2017.

4.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las actividades de turismo comunitario con mayor potencial turístico en Puerto El Morro
- Diseñar estrategias de Inbound marketing
- Presentar presupuesto en relación a la propuesta planteada.

4.4. Fundamentación de la propuesta

Las estrategias de marketing digital se las utilizará con el objetivo de dar a conocer los atractivos turísticos de la Parroquia Puerto El Morro, y de esta manera reactivar el ingreso de divisas para el sector y con aquello mejorar las necesidades básicas insatisfechas.

4.5. Actividades a desarrollar

Para el desarrollo de actividades se seguirá el siguiente proceso el cual tiene como objetivo presentar la propuesta estrategias de marketing digital direccionado a la comunicación de la parroquia Puerto El Morro.

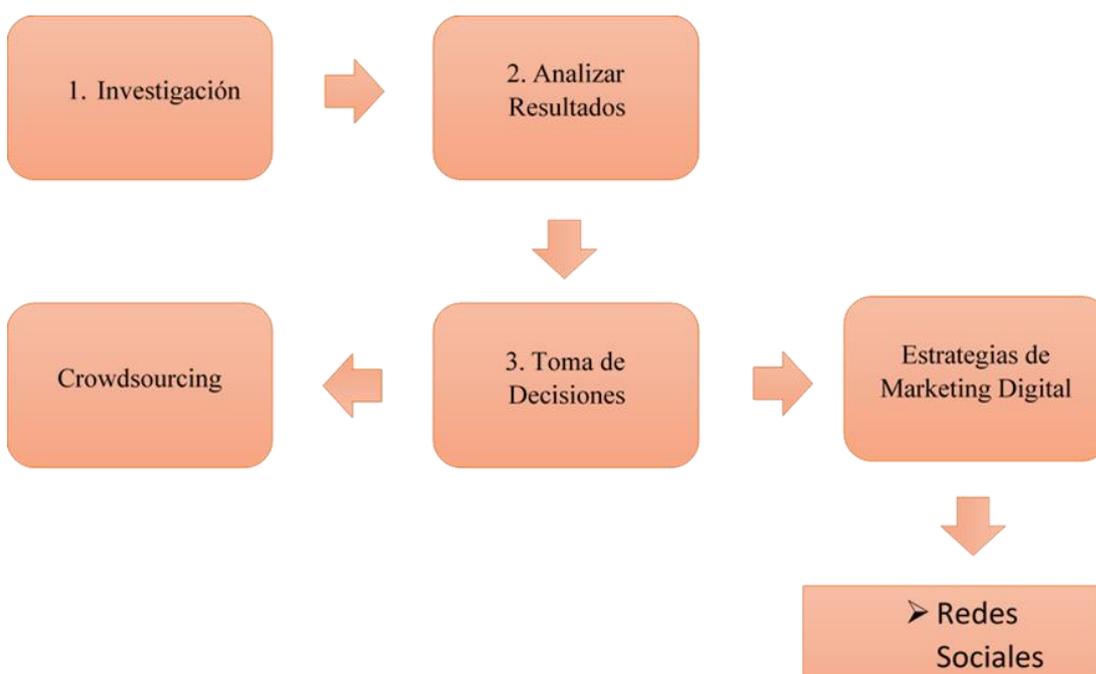


Figura 105 Proceso para diseñar estrategias de marketing digital

Una vez revisado los resultados de la investigación, se realizaron estrategias de marketing digital las cuales están direccionadas a la comunicación y promoción de la parroquia con potencial de turismo comunitario Puerto El Morro, con el objetivo de generar mayor afluencia turística tanto nacional como extranjera en el sector.

4.5.1. Crowdsourcing

Antes de realizar las estrategias de marketing digital, se procederá a realizar un crowdsourcing, el cual consistiría en la realización de charlas con la población del sector para así obtener ideas y recomendación acorde a su perspectiva del turismo que ofrece Puerto El Morro. De esta manera se logrará un trabajo unificado con el objetivo de generar beneficios para ambas partes.

Dentro de las actividades de crowdsourcing en la parroquia Puerto El Morro se planifica realizar esta actividad con los operadores turísticos del sector, de esta manera se conocerá las ideas de las personas especializadas en el turismo del sector.

La finalidad de la realización del crowdsourcing en Puerto El Morro es tomar y adaptar las ideas y recomendación de los habitantes del sector, así como de los operarios para la realización de optimas estrategias de marketing digital y además conseguir que los operarios de turismo del sector se conviertan en socios estratégicos, para así optimizar los servicios que estos otorgan a los clientes y lograr la fidelización de los turistas del sector.

Una vez terminado el proceso de crowdsourcing, se deberá seleccionar las mejores prácticas obtenidas de la población y los operarios de turismo para así proceder a seleccionar cuáles serán los medios adecuados para las estrategias de marketing digital.

4.5.2. Actividades turísticas en Puerto El Morro

Por medio de la encuesta a las operadoras de turismo se recopiló información de las principales actividades turísticas en la parroquia Puerto El Morro.

Tabla 108

Actividades turísticas en Puerto El Morro

Actividades turísticas en Puerto El Morro	
	Avistamiento de delfines
Ecoturismo	Visita a isla de los pájaros
	Pesca
	Restaurantes
Turismo cultural	Artesanías
	Festival de la lisa
Turismo de deporte y aventura	Wakeboarding



*Figura 106 Puerto El Morro
Tomado de El universo*

Tabla 109
Ecoturismo

Actividades turísticas – Ecoturismo			
	Actividades	Duración	Precio
Avistamiento de delfines	Paseo en lancha para observar de cerca a los delfines nariz de botella, estos recorridos se realizan con chalecos salvavidas y guías comunitarios.	1 hora	\$5
Visita a isla de los pájaros	Paseo en lancha para observar la isla de los Pájaros o Pequeña Galápagos, para ver fragatas y piqueros patas azules.	3 horas	\$8
Pesca deportiva	Pesca deportiva el alquiler de la lancha y el alquiler de la caña de pescar \$ 5 en un recorrido de unos 20 minutos. El que no quiera alquilar caña, puede llevar la suya o un carrete de hilo con anzuelo. Aquí se pescan muchos robalos y lisas.	20 minutos	\$15



Figura 108 Pesca
Tomado de El Universo



Figura 107 Isla de los pájaros
Tomado de El Universo



Figura 109 Avistamiento de delfines
Tomado de club de pesca

Tabla 110
Turismo cultural

Actividades turísticas - Turismo cultural	
Actividades	
Restaurantes	Restaurante (lisa asada, cazuela de mariscos)
Artesanías	Tienen figuras hechas a mano, éstas son elaboradas a base de conchas, caracoles y también artesanías en balsa como: barcos, botes entre otras cosas.
Festival de la lisa	Festival de la lisa se efectúa en el mes de Mayo en Puerto el Morro. El Festival de la lisa consta por una amplia gama de comida que se logra obtener de la lisa



Figura 110 Lisa azada
Tomado de El universo



Figura 112 Artesanías
Tomado de El universo



Figura 111 Festival de la lisa
Tomado de El universo

Tabla 111*Turismo de deporte y aventura*

Actividades turísticas - Turismo de deporte y aventura		
Actividades	Duración	Precio
Wakeboarding	1 hora	\$8



*Figura 113 Wakeboarding
Tomado de El comercio*

4.5.3. Inbound marketing

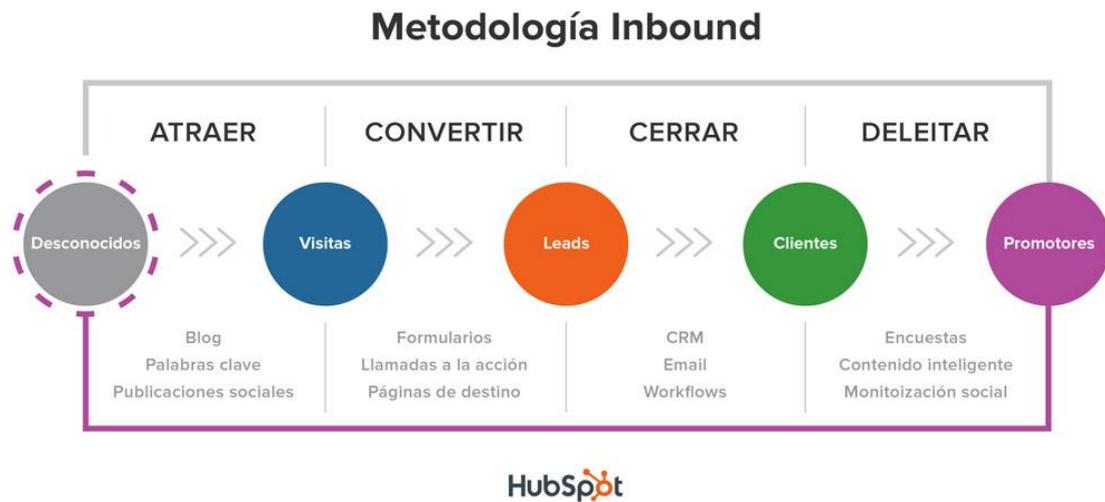


Figura 114 Metodología Inbound

Nota: Tomado de www.hubspot.es/inbound-marketing

El primer paso para la óptima realización del Inbound marketing se diseñará un blog, el cual, estará actualizado con post's referentes a Puerto El Morro y las principales actividades que se realizan en la parroquia.

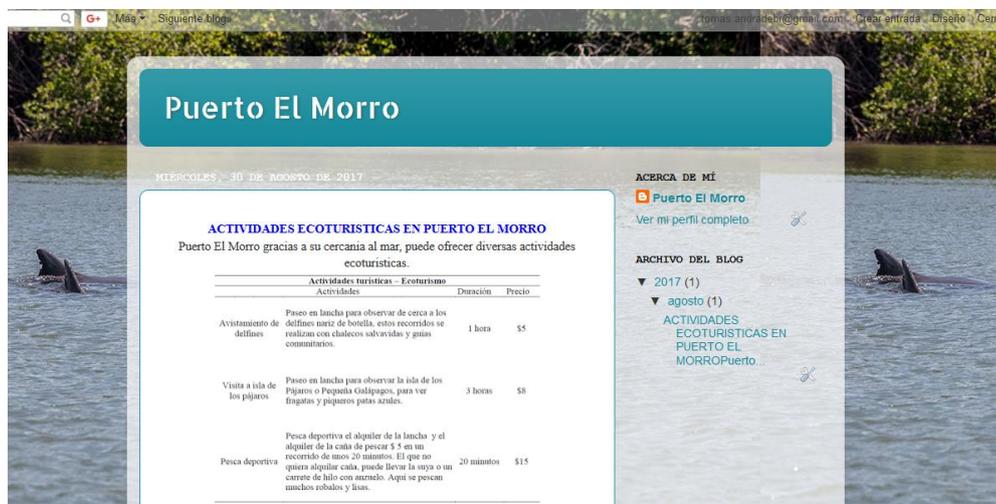


Figura 115 Blog de Puerto El Morro

Se pretende utilizar las redes sociales dentro de las estrategias de marketing digital debido al alcance y el costo reducido que implica comunicar por esos medios.

Cuando se proceda a la selección de las redes sociales a utilizar, se deberá tener en cuenta cuales se emplearán para publicitar la parroquia Puerto El Morro, de esta manera se podría optimizar el resultado de las estrategias.

Las redes sociales que se recomienda usar para la comunicación sobre los atractivos turísticos de Puerto El Morro las de mayor popularidad y con un uso específico para cada una:

Facebook siendo la red social más popular, nos servirá como un medio de comunicación masivo para dar a conocer Puerto El Morro y tener un contacto directo con los potenciales turistas del sector.

Para esto se procederá a diseñar un fan page en Facebook por medio el cual se presentará constantemente noticias y detalles de las actividades culturales que se realicen en Puerto El Morro, de esta forma se busca generar interés entre los turistas que ya visitan la parroquia y los potenciales turistas que se busca atraer a Puerto El Morro.



Figura 116 Diseño página de Facebook

El Instagram es una red social útil para dar a conocer sitios turísticos, esto debido a que se pueden subir imágenes del sector, así como de sus principales atractivos turísticos siendo esta una forma un poco más concreta para presentar lo que ofrece Puerto El Morro.

En Instagram el plan a desarrollar es generar interés visual con la constante actualización del fan page con imágenes que potencien a Puerto El Morro como un lugar con importantes atractivos turísticos.

El Instagram será la herramienta para publicitar las actividades ecoturísticas y deportivas que se realizan en el sector por medio de imágenes y videos.

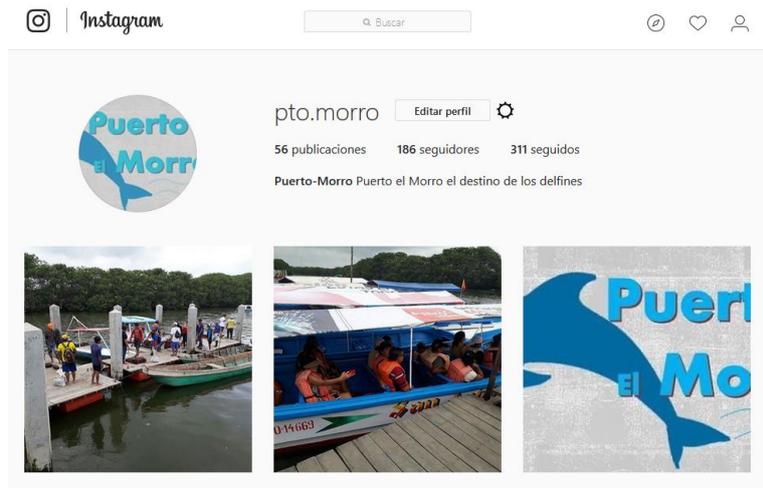


Figura 117 Diseño página de Instagram

Además, se utilizara Twitter para publicitar Puerto El Morro, esto mediante la introducción de tweets y hashtag en la plataforma. Además será el medio de impulsar las demás redes sociales como el Facebook e Instagram.



Figura 118 Diseño de página de Twitter

Todas las redes sociales utilizadas para comunicar y dar a conocer a Puerto El Morro tendrán como características links que dirijan, a los turistas que las visiten, hacia el blog diseñado previamente.

Como segundo paso se buscará generar una base de datos la cual podrá ser obtenida mediante formularios que se encuentren en el blog con la finalidad de reconocer a los turistas potenciales como reales e identificar que nuevas estrategias generar para dar a conocer la parroquia Puerto El Morro.

Para concluir el proceso de Inbound marketing se buscará fidelizar a los turistas generando satisfacción al ofrecerles toda la información y ayuda solicitada sobre sus interrogantes de lo que les ofrece Puerto El Morro, y a su vez se seguirá fortaleciendo el uso de las redes sociales con el objetivo atraer nuevos turistas.

Google Adwords

Se realizara publicidad por medio de Google Adwords utilizando el costo por clic, para se utilizaran palabras claves y así generar que la búsqueda envié al blog.

El presupuesto será de \$40 diarios y se estima una cobertura potencial de 52 clics.

Figura 119 Google Adwords

Medición de la estrategia

Para realizar la medición se utilizara *Key Performance Indicators* (KPI), es decir, indicadores clave del desempeño, las cuales se utilizaran de acuerdo a cada red social.

Facebook insights



Figura 120 Estadísticas de Facebook

Por medio de la herramienta nativa de las estadísticas de Facebook, se medirá el progreso del fan page y así determinar el alcance de la estrategia.

Twitter analytics

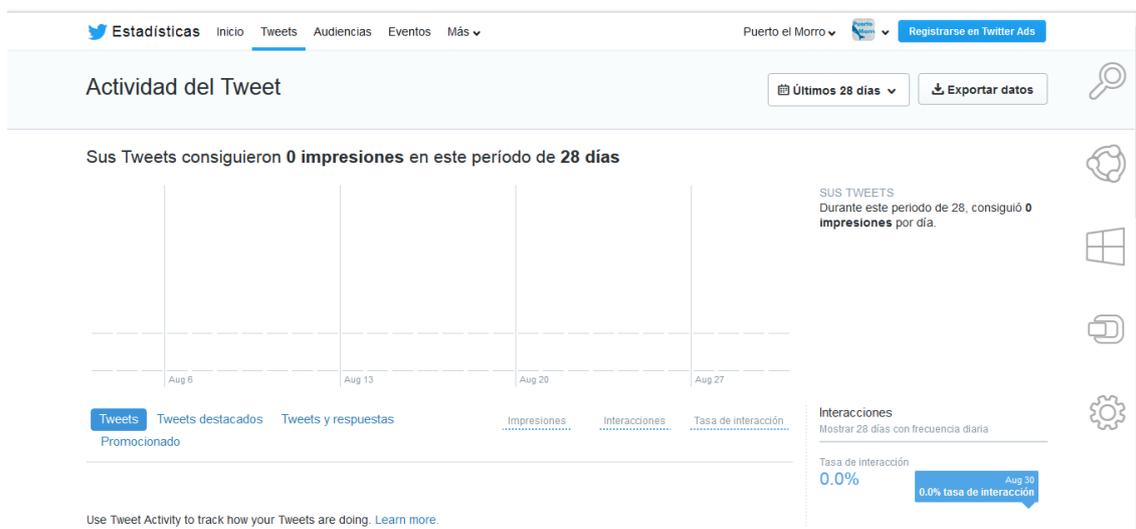


Figura 121 Estadísticas de Twitter

Por medio de Twitter analytics se realizara la medición del rendimiento de la red social. Se podrá ver una comparativa con los 28 días anteriores en porcentajes, que aparecerán al lado de cada una de las métricas.

SumAll

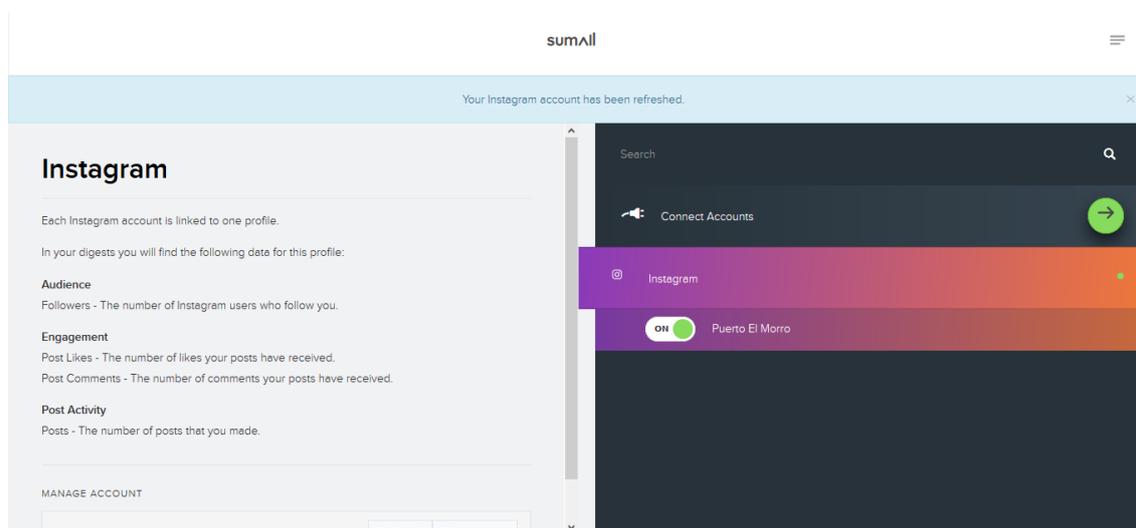


Figura 122 SumAll para instagram

Esta herramienta es ideal para medir las actividades realizadas en el Instagram de Puerto El Morro, se podrá medir cómo afectan realmente la red social.

4.6. Cronograma de Actividades

Las actividades se establecerán de acuerdo a los días festivos del país como de la parroquia, con el objetivo de incrementar la afluencia de turistas para que visiten la Parroquia Puerto El Morro.

Primer semestre				
Mes	Semana	Actividad	Detalle	Costo
Agosto	1	Contratar el servicio de internet		\$50
		Comprar laptop		\$800
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	2	Crowdsourcing - Operarios de turismo	Se realizará lunes y martes para no afectar los horarios de trabajo de las operadoras	\$440
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
Septiembre	3	Crowdsourcing - Población Pto. El Morro	Se realizará viernes y sábado para no afectar los horarios de trabajo de los habitantes del sector	\$440
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	4	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	5	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
		Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
Octubre	1	Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	2	Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	3	Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	4	Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	5	Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
Noviembre	1	Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	2	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	3	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	4	Google AdWords	5 días: Miércoles-Domingo	\$200
Diciembre		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	5	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
		Google AdWords	5 días: Miércoles-Domingo	\$200
	1	Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Google AdWords	5 días: Miércoles-Domingo	\$200
Enero		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	2	Google AdWords	5 días: Miércoles-Domingo	\$200
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	3	Google AdWords	5 días: Miércoles-Domingo	\$200
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	4	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
		Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
Enero	2	Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	3	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
	4	Crowdsourcing - Operarios de turismo	Se realizará lunes y martes para no afectar los horarios de trabajo de las operadoras	\$440
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
Enero	5	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$60
		Crowdsourcing - Población Pto. El Morro	Se realizará viernes y sábado para no afectar los horarios de trabajo de los habitantes del sector	\$440

Figura 123 Cronograma primer semestre

Segundo semestre				
Mes	Semana	Actividad	Detalle	Costo
Febrero	1	Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Crowdsourcing - Operarios de turismo	Se realizará lunes y martes para no afectar los horarios de trabajo de las operadoras	\$440
		Crowdsourcing - Población Pto. El Morro	Se realizará viernes y sábado para no afectar los horarios de trabajo de los habitantes del sector	\$440
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Google AdWords	5 días: Miercoles-Domingo	\$200
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Google AdWords	5 días: Miercoles-Domingo	\$200
Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60		
Google AdWords	5 días: Miercoles-Domingo	\$200		
Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60		
Marzo	1	Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Google AdWords	5 días: Miercoles-Domingo	\$200
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
Abril	1	Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Google AdWords	5 días: Miercoles-Domingo	\$200
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Google AdWords	5 días: Miercoles-Domingo	\$200
Mayo	1	Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Google AdWords	5 días: Miercoles-Domingo	\$200
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
Junio	1	Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Google AdWords	5 días: Miercoles-Domingo	\$200
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
Julio	1	Pago de servicio de internet - Inbound Marketing		\$50
		Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Google AdWords	4 días: Jueves - Domingo	\$160
Julio	4	Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Crowdsourcing - Operarios de turismo	Se realizará lunes y martes para no afectar los horarios de trabajo de las operadoras	\$440
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Crowdsourcing - Población Pto. El Morro	Se realizará viernes y sábado para no afectar los horarios de trabajo de los habitantes del sector	\$440
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60
		Manejo de redes sociales - community manager	10 horas semanales	\$ 60

Figura 124 Cronograma segundo semestre

4.7. Análisis costo - beneficio

Detalle de Costos

Inversión inicial	
Laptop	\$800

Google Adwords	Costo por clic	
Presupuesto	\$40	diario
Alcance potencial	29	clics

Crowdsourcing	Costo por evento
Presupuesto	\$220
Viáticos	\$70
Planificación	\$150

Inbound Marketing – Community manager	
Blog	\$350
Facebook	
Instagram	
E-mail	
Twitter	

Viáticos		\$70	Planificación		\$150
Transporte	\$20		Alquiler	\$60	
Alimentación	\$20		Alimentación	\$50	
Hospedaje	\$30		Preparación	\$40	

4.8. Análisis costo – beneficio

Para el presente proyecto se planea realizar dos periodos y será cortes semestrales donde se revisarán las estrategias y los costos, los cuales no necesariamente tendrá el mismo impacto en los periodos.

- El primer periodo se estima que se tenga un costo total de \$8.460
- El segundo periodo se estima que se tenga un costo total de \$8.620

La diferencia en el costo entre un periodo y otro radica en el esfuerzo potenciado para realizar algunas de las actividades debido a los feriados u fiestas patronales del sector.

El beneficio será en su totalidad para la población del sector y sus operarios de turismo debido que el cronograma y el presupuesto es destinado para potenciar el turismo en el sector, siendo uno de los principales beneficios la potencialización de actividades publicitarias en temporadas como carnaval, navidad, fin de año y otras festividades que son únicas en el sector.

Debido a la potencialidad del turismo que se plantea lograr en Puerto El Morro, la población del sector se beneficia debido a que se podrá generar más fuentes de trabajo dependiente e independiente para los hogares.

Conclusión

La fundamentación teórica y referentes empíricos de la presente tesis, es muy importante para afianzar los temas relacionados al turismo comunitario, a las necesidades básicas insatisfechas y al turismo del sector, de esta manera se contextualizo el conjunto de conocimientos existentes para así orientar y comprender el proceso de la investigación.

Puerto El Morro de acuerdo con el método de necesidades básicas insatisfechas ingresa en la categoría denominada como “Hogares en situación de pobreza reciente”, a pesar de lograr satisfacer estas necesidades básicas se proyecta, que los hogares tienen un ingreso el cual se podría considerar bajo, basándose en el método NBI; esta situación genera un proceso descendente, el cual podría ser causa de reducción de la satisfacción de necesidades básicas.

Además la parroquia Puerto El Morro es un sector con potencialidad de turismo comunitario, debido a las diversas actividades de ecoturismo, culturales y deportivas, las cuales son un factor atrayente para los turistas, que buscan obtener un excelente servicio logrando la mayor satisfacción.

Considerando que Puerto El Morro cuenta con potencialidades turísticas, se diseñó estrategias de marketing digital que aporten a la mejora del ingreso de divisas para los habitantes del sector, contribuyendo en la mejorara de la satisfacción de las necesidades básicas insatisfechas.

Recomendación

Se recomienda que las principales autoridades gubernamentales encargadas de la parroquia Puerto El Morro, busquen mejorar las necesidades básicas insatisfechas desarrollando un plan de acción a ponerse en marcha a corto plazo, esto debido a que los habitantes de la parroquia cuentan con limitados centros de estudios lo cual ha producido un estancamiento en el ámbito educacional del sector.

Mejorar los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia, de esta forma se atraerá una mayor afluencia de turistas, los mismos que generarán fuentes de empleo para los habitantes de la parroquia.

Diseñar una plataforma web, la cual este direccionada a promocionar lugares que ofrezcan turismo comunitario o a su vez que tengan la potencialidad de ofrecer este servicio, esto porque en el país solo existía un sitio web que se encargaba de promocionar todos los lugares con turismo comunitario pero este sitio web ha dejado de funcionar, por lo cual los sectores que ofrecen turismo comunitario han sido descuidados en lo que compete a la promoción.

Para obtener el mayor potencial de la plataforma web se recomienda permitir vincularla a las redes sociales o blogs relacionados con los lugares que esta promocióne como sería el caso de Puerto El Morro.

Referencia

- Alejandro, A. (2016). El Morro busca atraer visitas y para ello se organizan eventos | Gran Guayaquil | Noticias | El Universo. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/07/12/nota/5686242/morro-busca-atraer-visitas-ello-se-organizan-eventos>
- Anaya Aguilar, R. M. (2011). Diagnóstico y tendencias del turismo de balnearios en Andalucía.
- Aragonez, J. (2014). GAD Parroquial El Morro. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de <http://www.gadelmorro.gob.ec/index.php/9-articles?start=6>
- Banco Mundial. (2016). Educación: Panorama general. Recuperado 22 de abril de 2017, a partir de <http://www.bancomundial.org/es/topic/education/overview>
- Blanco, M. C. M.-C., & Castro, A. B. S. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. 27. Recuperado a partir de <http://www.sc.ehu.es/plwlumuj/ebalECTS/praktikak/muestreo.pdf>
- Cabanilla, E. (2015). Impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del chamán y los ritos mágico-religiosos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 356–373.
- Camargo, A., & Hurtado, A. (2011). Vivienda y pobreza: una relación compleja. *Cuadernos de vivienda y urbanismo*, 4, 224-246.
- Castillo, D., Aguirre, C., & Romero, F. (2015). Turismo un aporte al Buen Vivir comunitario en territorios Andinos Rurales Ecuatorianos. Estudio de caso: Qhapaq Ñan-Pistishí-Nariz del Diablo. *European Scientific Journal, ESJ*, 11(20). Recuperado a partir de <http://eujournal.org/index.php/esj/article/view/5955>

- Chen Chi-Yi. (2012). ¿Para qué sirven las comunas? Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de <http://www.eluniversal.com/opinion/121204/para-que-sirven-las-comunas>
- Díaz, E. A., & Onofri, M. C. (2017). Microcréditos solidarios: Un enfoque de reducción de pobreza a través del turismo. *TRANSITARE*, 3(1). Recuperado a partir de <http://transitare.anahuacoaxaca.edu.mx/index.php/Transitare/article/view/43>
- Ecuavisa. (2015). Puerto El Morro atrae por su flora y fauna. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de <http://www.ecuavisa.com/articulo/guayaquil-mi-destino/104604-video-puerto-morro-atrae-su-flora-fauna>
- EcuRed. (2014). Ecuador - EcuRed. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de <https://www.ecured.cu/Ecuador>
- EcuRed. (2016). Provincia del Guayas - EcuRed. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de https://www.ecured.cu/Provincia_del_Guayas#Desarrollo_econ.C3.B3mico
- EcuRed. (2017). Comunidad - EcuRed. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de <https://www.ecured.cu/Comunidad>
- Eriz, M., & Fernandez, M. (2015). Una alternativa para el cálculo de las necesidades básicas insatisfechas (NBI). *Análisis Económico*, XXX, 73, 111–138.
- Feres, J. C., & Mancero, X. (2001). *El método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina*. Santiago de Chile: Naciones Unidas, CEPAL, Div. de Estadística y Proyecciones Económicas.
- GAD El Morro. (2014). GAD Parroquial El Morro. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de <http://www.gadelmorro.gob.ec/index.php/9-articles?start=6>
- GAD El Morro. (2014). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2015-2019 - LAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL*

RURAL DEL MORRO 28 10 2015. Recuperado a partir de
file:///C:/Users/usuario1/Dropbox/TESIS/Marco%20metodologico/LAN%20DE
%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20R
URAL%20DEL%20MORRO%2028%2010%202015%20(1)_30-10-2015_16-
38-46.pdf

Gracia, G. E., & Torres, P. D. (2016). El impacto de la comunicación pública en el desarrollo del turismo interno en el Ecuador. *Alternativas*, 16(2), 42–46.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2007). *Metodología de la investigación*. México [etc.: McGraw-Hill.

Inbound Marketing: qué es, origen, metodología y filosofía. (2017, junio 29).

Recuperado 23 de agosto de 2017, a partir de

<http://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Ecuador - VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010. Recuperado 23 de agosto de 2017, a partir de

<http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/270/datafile/F11/V479>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Resultados. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas. Recuperado 22 de abril de 2017, a partir de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobreza-por-necesidades-basicas-insatisfechas/>

Ley de Turismo. (2008). LEY DE TURISMO. Recuperado a partir de

<http://www.innovaempresarial.com.ec/wp-content/uploads/2016/05/LEY-DE-TURISMO.pdf>

- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados: un enfoque práctico*. México: Pearson Educación.
- Mendoza, E., Yumisaca, J., Rendón, M. F., & Ullauri, N. (2016). Observatorio turístico: Una herramienta de gestión para el turismo de sol y playa en la provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 3(3), 172–185.
- Ministerio de Turismo. (2014). Mintur anunció el lanzamiento del Plan Nacional de Turismo Comunitario para el 2015 – Ministerio de Turismo. Recuperado 22 de abril de 2017, a partir de <http://www.turismo.gob.ec/mintur-anuncio-el-lanzamiento-del-plan-nacional-de-turismo-comunitario-para-el-2015/>
- Monge, J. G., Perales, Y., & María, R. (2016). El desarrollo turístico sostenible: Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(1), 57-72.
- Parella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Portugal, M. (2007). CONCEPTO DE CULTURA. Recuperado 22 de abril de 2017, a partir de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>
- Red de asesores tecnológicos. (2012). *Marketing digital para Pymes*. Recuperado a partir de <https://www.cyldigital.es/sites/default/files/library/guiamarketingdigital.pdf>
- Rodas, M. M., Ullau, M. N., & Sanmartín, M. I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *Turismo, Desarrollo y Buen Vivir, Revista de Investigación de la Ciencia Turística-RICIT*, (9). Recuperado a partir de <http://udetonline.net/revista/index.php/RICIT/article/view/7>
- Sacoto, M. (2016, febrero 18). En Puerto El Morro se disfruta de la naturaleza y la lisa asada. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de

<http://www.eluniverso.com/noticias/2016/02/18/nota/5410254/puerto-morro-se-disfruta-naturaleza-liza-asada>

Santana, C., & Atiencia, M. (2014). TURISMO COMUNITARIO. REFLEXIONES.

Res Non Verba. Recuperado a partir de

<file:///C:/Users/usuario1/Dropbox/TESIS/articulos%20cientificos/Turismo%20comunitario/TURISMO%20COMUNITARIO%20REFLEXIONES.pdf>

Sistema Integrado de Indicadores. (2007). *BOLETIN - Pobreza por necesidades básicas insatisfechas*. Recuperado a partir de

<file:///C:/Users/usuario1/Dropbox/TESIS/revisar/BOLETIN%20-%20Pobreza%20por%20necesidades%20b%C3%A1sicas%20insatisfechas.pdf>

Torres, J. O. (2015). TURISMO COMUNITARIO Y SU ESTUDIO: REFLEXIONES DESDE UN ENFOQUE CULTURAL PROPOSITIVO PARA EL DESARROLLO RURAL. *Humanismo y cambio social*, 5(5), 68-73.

Tourism & Leisure, & Europraxis. (2007). *PLANDETUR 2020*. Recuperado a partir de <file:///C:/Users/usuario1/Dropbox/TESIS/articulos%20cientificos/Turismo/PLANDETUR-2020.pdf>

Vargas, M. V. R., Ocaña, Á. F. O., & Chaviano, E. L. M. (2015). Integración y Sostenibilidad del turismo comunitario en Pastaza, Ecuador/Integration and Sustainability of community tourism in Pastaza, Ecuador. *Retos Turísticos*, 14(2). Recuperado a partir de <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/view/167>

Villacís Mejía, M. S. M. C., Cantos Aguirre, M. S. E., Pons García, D. R. C., & Ludeña Villacís, I. L. H. (2016). La eco ruta cultural Mojanda-Cochasquí: una propuesta de desarrollo turístico sostenible para la zona rural de la provincia de Pichincha, Ecuador. *Turismo y Sociedad*, 19. <https://doi.org/10.18601/01207555.n19.07>

Zambrano, R. (2015). LA POBREZA Y LAS NECESIDADES BÁSICAS

INSATISFECHAS EN MANABÍ. Recuperado 23 de abril de 2017, a partir de

[http://www.asambleanacional.gob.ec/es/blogs/ricardo-zambrano/40900-la-](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/blogs/ricardo-zambrano/40900-la-pobreza-y-las-necesidades-basicas)

[pobreza-y-las-necesidades-basicas](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/blogs/ricardo-zambrano/40900-la-pobreza-y-las-necesidades-basicas)

Apéndice

Apéndice A: Preguntas de las encuestas a los habitantes de Puerto El Morro

Objetivo: Analizar las necesidades básicas insatisfechas en el sector de Puerto El Morro con potencialidad de turismo comunitario

Nombre del encuestador: _____ Fecha de la encuesta: _____ Supervisor de encuesta: _____	
I UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA VIVIENDA DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA VIVIENDA DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA 1.1 PROVINCIA: _____ 1.2 CANTÓN _____ 1.3 CABECERA CANTONAL O PARROQUIA RURAL: _____ 1.4 ZONA: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1.5 SECTOR: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ÁREAS AMANZANADAS 1.6 MANZANA _____ 1.7 ÁREA DE EMPADR ONAMIENTO _____ ÁREAS DISPERSAS 1.8 NOMBRE DE LA LOCALIDAD, COMUNIDAD, CENTRO POBLADO, RECINTO, ANEJO, COMUNA: _____ _____ _____	II IDENTIFICACIÓN DE LA VIVIENDA Y HOGAR 1 Número de cuestionario censal por hogar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 2 Dirección domiciliaria: _____ III Tipo de vivienda <input type="checkbox"/> 1 Particular Pase seccion 4 <input type="checkbox"/> 2 Colectivo Pase seccion 4 <input type="checkbox"/> 3 Sin vivienda IV VÍA DE ACCESO PRINCIPAL A LA VIVIENDA <input type="checkbox"/> 1 Calle o carretera adoquinada, pavimentada o de concreto <input type="checkbox"/> 2 Calle o carretera empedrada <input type="checkbox"/> 3 Calle o carretera lastrado o de tierra <input type="checkbox"/> 4 Camino, sendero, chaquiñán <input type="checkbox"/> 5 Río / mar / lago <input type="checkbox"/> 6 Otro V CONDICIÓN DE OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA <input type="checkbox"/> 1 Ocupada con personas presentes Pase a sección 1 <input type="checkbox"/> 2 Ocupada con personas ausentes } <input type="checkbox"/> 3 Desocupada } <input type="checkbox"/> 4 En construcción } <div style="text-align: right; border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> FIN DE LA ENTREVISTA </div>
Sección 1: DATOS DE LA VIVIENDA	
1.- ¿El material pre dominante del techo o cubierta de la vivienda es de : <input type="checkbox"/> 1 Hormigón (losa, cemento)? <input type="checkbox"/> 2 Asbesto (eternit, eurolit)? <input type="checkbox"/> 3 Zinc? <input type="checkbox"/> 4 Teja? <input type="checkbox"/> 5 Palma, paja u hoja? <input type="checkbox"/> 6 Otros materiales? 2.- ¿El estado del techo de la vivienda esta: <input type="checkbox"/> 1 Bueno? <input type="checkbox"/> 2 Regular? <input type="checkbox"/> 3 Malo? 3.- ¿El material pre dominante de las paredes exteriores de la vivienda es de: <input type="checkbox"/> 1 Hormigón? <input type="checkbox"/> 2 Ladrillo o bloque? <input type="checkbox"/> 3 Adobe o tapia? <input type="checkbox"/> 4 Madera? <input type="checkbox"/> 5 Caña revestida o bahareque? <input type="checkbox"/> 6 Caña no revestida? <input type="checkbox"/> 7 Otros materiales? 4.- ¿El estado de las paredes exteriores de la vivienda están: <input type="checkbox"/> 1 Buenas? <input type="checkbox"/> 2 Regulares? <input type="checkbox"/> 3 Malas? 5.- ¿El material pre dominante del piso de la vivienda es de: <input type="checkbox"/> 1 Duela, parquet, tablón o piso flotante? <input type="checkbox"/> 2 Tabla sin tratar? <input type="checkbox"/> 3 Cerámica, baldosa, Vinil o mármol? <input type="checkbox"/> 4 Ladrillo o cemento? <input type="checkbox"/> 5 Caña? <input type="checkbox"/> 6 Tierra? <input type="checkbox"/> 7 Otros materiales ? 6.- ¿El estado del piso de la vivienda está: <input type="checkbox"/> 1 Bueno? <input type="checkbox"/> 2 Regular? <input type="checkbox"/> 3 Malo? 7.- ¿De dónde proviene principalmente el agua que recibe la vivienda: <input type="checkbox"/> 1 De red pública? <input type="checkbox"/> 2 De pozo? <input type="checkbox"/> 3 De río, vertiente, acequia o canal? <input type="checkbox"/> 4 De carro repartidor ? <input type="checkbox"/> 5 Otro (Agua lluvia/albarrada) ? _____	8.- ¿El agua que recibe la vivienda es: <input type="checkbox"/> 1 Por tubería dentro de la vivienda? <input type="checkbox"/> 2 Por tubería fuera de la vivienda pero dentro del edificio, lote o terreno? <input type="checkbox"/> 3 Por tubería fuera del edificio, lote o terreno? <input type="checkbox"/> 4 No recibe agua por tubería sino por otros medios 9 ¿El servicio higiénico o escusado de la vivienda es: <input type="checkbox"/> 1 Conectado a red pública de alcantarillado? <input type="checkbox"/> 2 Conectado a pozo séptico? <input type="checkbox"/> 3 Conectado a pozo ciego? <input type="checkbox"/> 4 Con descarga directa al mar, río, lago, o quebrada? <input type="checkbox"/> 5 Letrina? <input type="checkbox"/> 6 No tiene 10.- ¿El servicio de luz (energía) eléctrica de la vivienda proviene principalmente de: <input type="checkbox"/> 1 Red de empresa eléctrica de servicio público? <input type="checkbox"/> 2 Panel solar? <input type="checkbox"/> 3 Generador de luz (Planta eléctrica)? <input type="checkbox"/> 4 Otro _____ <input type="checkbox"/> 5 No tiene 11.- ¿Dispone la vivienda de medidor de energía eléctrica: <input type="checkbox"/> De uso exclusivo? <input type="checkbox"/> De uso común a varias viviendas? <input type="checkbox"/> No tiene medidor 12.- ¿Cuántos focos tiene en su vivienda: Focos ahorradores (fluorescentes)? <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Focos convencionales (incandescentes)? <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 13.- Principalmente, ¿cómo elimina la basura de la vivienda: <input type="checkbox"/> 1 Por carro recolector <input type="checkbox"/> 2 La arrojan en terreno baldío o quebrada? <input type="checkbox"/> 3 La queman? <input type="checkbox"/> 4 La entierran? <input type="checkbox"/> 5 La arrojan al río, acequia o canal? <input type="checkbox"/> 6 De otra forma? 14.- Sin contar la cocina, el baño y cuartos de Número de cuartos..... 15.- Todas las personas que duermen en esta vivienda, ¿cocinan sus alimentos en forma conjunta y comparten un mismo gasto para la comida? (olla común) <input type="checkbox"/> 1 Sí Pase a sección 2 <input type="checkbox"/> 2 No 16.- ¿Cuántos grupos de personas (hogares) duermen en su vivienda y cocinan los alimentos por separado? (incluya su hogar) Número de hogares <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Sección 2 DATOS DEL HOGAR		Hogar 1	Hogar 2	Hogar 3	Hogar 4 o más				
1.- Del total de cuartos de este hogar, ¿cuántos son exclusivos para dormir? <input type="checkbox"/> Número de dormitorios <input type="checkbox"/> Ninguno				8.- ¿Algún miembro de este hogar dispone de servicio de teléfono celular? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No					
2.- ¿Tiene este hogar cuarto o espacio exclusivo para cocinar? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No				9.- ¿Dispone este hogar de servicio de internet ? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No					
3.- ¿El servicio higiénico o escusado que dispone el hogar es: <input type="checkbox"/> 1 De uso exclusivo del hogar? <input type="checkbox"/> 2 Compartido con varios hogares? <input type="checkbox"/> 3 No tiene				10.- ¿Dispone este hogar de computadora? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No					
4.- ¿Dispone este hogar de espacio instalaciones y/o ducha para bañarse?: <input type="checkbox"/> 1 De uso exclusivo del hogar? <input type="checkbox"/> 2 Compartido con varios hogares? <input type="checkbox"/> 3 No tiene				11.- ¿Dispone este hogar de servicio de televisión por cable? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No					
5.- ¿Cuál es el principal combustible o energía que utiliza este hogar para cocinar: <input type="checkbox"/> 1 Gas (tanque o cilindro)? <input type="checkbox"/> 2 Gas centralizado? <input type="checkbox"/> 3 Electricidad? <input type="checkbox"/> 4 Leña, carbón? <input type="checkbox"/> 5 Residuos vegetales y/o de animales? <input type="checkbox"/> 6 Otro (Ej. Gasolina, keréx o diesel etc.)? <input type="checkbox"/> 7 No cocina				12.- ¿Cuánto pagó el hogar la última vez por el servicio de luz eléctrica? Valor \$ <input type="text"/> <input type="checkbox"/> 1 Paga en el arriendo <input type="checkbox"/> 2 No paga					
6.- Principalmente, ¿el agua que toman los miembros del hogar: <input type="checkbox"/> 1 La beben tal como llega al hogar ? <input type="checkbox"/> 2 La hierven? <input type="checkbox"/> 3 Le ponen cloro? <input type="checkbox"/> 4 La filtran? <input type="checkbox"/> 5 Compran agua purificada?				13.- ¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para trabajar? <input type="checkbox"/> 1 Sí Cuántos <input type="text"/> <input type="checkbox"/> 2 No					
7.- ¿Dispone este hogar de servicio de teléfono convencional? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No				14.- ¿Algún miembro de este hogar se traslada fuera de esta ciudad o parroquia rural para estudiar? <input type="checkbox"/> 1 Sí ¿Cuántos? <input type="text"/> <input type="checkbox"/> 2 No					
				15.- ¿La vivienda que ocupa este hogar es: <input type="checkbox"/> 1 Propia y totalmente pagada? <input type="checkbox"/> 2 Propia y la está pagando? <input type="checkbox"/> 3 Propia? (regalada, donada, heredada o por posesión) <input type="checkbox"/> 4 Prestada o cedida (no paga)? <input type="checkbox"/> 5 Por servicios? <input type="checkbox"/> 6 Arrendada? <input type="checkbox"/> 7 Anticresis?					
Sección 3 REMESAS Y EMIGRACIÓN									
1.- Durante el año 2015, ¿alguna persona de este hogar recibió dinero por parte de familiares o amigos que viven en el exterior?				<input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No					
2.- A partir del último censo de población y vivienda (noviembre 2010) una o más personas que vivían en este hogar viajaron a otro país y todavía no regresan para quedarse de finitivamente?				<input type="checkbox"/> 1 Sí Cuántas <input type="text"/> <input type="checkbox"/> 2 No					
3.- De las personas que salieron:									
3.1.- ¿Cuál es el sexo ? Hombre.....1 Mujer.....2		3.2 ¿Cuál fue la edad al salir del país?	3.3 Cuál fue el año de salida	3.4 ¿Cuál es el actual país de residencia?	3.5.- ¿Cuál fue el principal motivo del viaje : Trabajo?..... 1 Estudios?..... 2 Unión familiar? 3 Otro 4				
Per No.	1	2	Año de salida	Año de salida	Actual país que reside	1	2	3	4
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
Sección 4 : DATOS DE POBLACIÓN									
A: Identificación de las personas									
1.- ¿Cuántas personas pasaron en su hogar la noche del 5 a 6 agosto del 2016? 1.1 Total personas 1.2 Total hombres 1.3 Total mujeres				3.- ¿(...) come y duerme en este hogar? Sí..... 1 No.....2					
2. ¿Cuáles son sus nombres y apellidos									
Per No.	Nombres y apellidos				1	2			
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

Sección 4: DATOS DE LA POBLACIÓN																
Personas de 5 años y más																
Características generales																
Pers No.	No. Cedula:															
Nombres y apellidos																
1.- ¿Cuál es el sexo de (...)? <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	13.- ¿En qué lugar vive habi tualmente (...): <input type="checkbox"/> 1 En esta ciudad o parroquia rural? <input type="checkbox"/> 2 En otro lugar del país? Provincia: Cantón: Ciudad o Parroquia rural: <input type="checkbox"/> 3 En otro país? 3.1 ¿Cuál es el nombre del país? 3.2 ¿En qué año llevo al Ecuador?															
2.- ¿Qué parentesco o relación tien e (...) con el / la <input type="checkbox"/> 1 Jefe o jefa de hogar <input type="checkbox"/> 2 Cónyuge o conviviente <input type="checkbox"/> 3 Hijo o hija <input type="checkbox"/> 4 Yerno o nuera <input type="checkbox"/> 5 Nieto o nieta <input type="checkbox"/> 6 Padres o suegros <input type="checkbox"/> 7 Otro pariente <input type="checkbox"/> 8 Otro no pariente <input type="checkbox"/> 9 Empleado(a) doméstico(a) <input type="checkbox"/> 10 Miembro del hogar colectivo <input type="checkbox"/> 11 Sin vivienda	14.- Hace 6 años (Diciembre 2010)¿En qué lugar vivía habi tualmente (...): <input type="checkbox"/> 1 En esta ciudad o parroquia rural? <input type="checkbox"/> 2 En otro lugar del país? Provincia: Cantón: Ciudad o Parroquia rural: <input type="checkbox"/> 3 En otro país? 3.1 ¿Cuál es el nombre del país? 3.2 ¿En qué año llevo al Ecuador?															
3.- ¿Cuántos años cumplidos tiene (...)? Años cumplidos.....	15.- ¿El papá y la mamá de (...) que idioma (s) ó lengua (s) habla (ba) habitualmente: <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Admité mas de una respuesta</th> <th>Papá</th> <th>Mamá</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 Indígena?</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2 Castellano/ Español?</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3 Extranjero?</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4 No habla?</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Admité mas de una respuesta	Papá	Mamá	1 Indígena?			2 Castellano/ Español?			3 Extranjero?			4 No habla?		
Admité mas de una respuesta	Papá	Mamá														
1 Indígena?																
2 Castellano/ Español?																
3 Extranjero?																
4 No habla?																
4.- ¿Cuál es el mes y el año en que naci ó (...)? Mes..... Año.....	16.- ¿Qué idioma (s) ó lengua (s) habla (...): <input type="checkbox"/> 1 Indígena? <input type="checkbox"/> 2 Castellano/ Español? <input type="checkbox"/> 3 Extranjero? <input type="checkbox"/> 4 No habla?															
5.- ¿(...) tiene cédula de ciudadanía <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No	17.- ¿Cómo se identific a (...) según su cultura y costumbres: <input type="checkbox"/> 1 Indígena? <input type="checkbox"/> 2 Afroecuatoriano/a o Afrodescendiente? <input type="checkbox"/> 3 Negro /a? <input type="checkbox"/> 4 Mulato /a? <input type="checkbox"/> 5 Montubio /a? <input type="checkbox"/> 6 Mestizo /a? <input type="checkbox"/> 7 Blanco /a? <input type="checkbox"/> 8 Otro /a?															
6.- ¿(...) está inscrito en el Registr o Civil? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No	18.- ¿Cuál es la nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece (...)? <hr/>															
7.- ¿(...) tiene segu ro de salud privad o? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No	MEJORES DE 5 AÑOS 19.- ¿EI/ la niño / a (...) participa en alguno de los sigui entes programas: <input type="checkbox"/> 1 Programa del MIES (CIBV, CDI,Wawa kamayuk Wasi)? <input type="checkbox"/> 2 Programa del Ministerio de Educación (EIFC)? <input type="checkbox"/> 3 Centro infantil privado (guardería, jardín, maternal)? <input type="checkbox"/> 4 Centro infantil público de municipio y gobierno local? <input type="checkbox"/> 5 Otro programa? <input type="checkbox"/> 6 Le cuida la madre, el padre, familiares o conocidos gratis <input type="checkbox"/> 7 Paga a familiares o conocidos por el cuidado															
8.- ¿(...) tiene discapaci dad permanente por más de 8 un año? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No <input type="checkbox"/> 3 No responde	10.- Posee carnet CONADIS: <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1 Sí</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 2 No</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Porcentaje	<input type="checkbox"/> 1 Sí		<input type="checkbox"/> 2 No										
	Porcentaje															
<input type="checkbox"/> 1 Sí																
<input type="checkbox"/> 2 No																
9.- ¿La discapacidad de (...) es: Se admite mas de una respuesta <input type="checkbox"/> 1 Fisica - Motora(Parálisi y amputaciones) <input type="checkbox"/> 2 Visual - (ceguera) <input type="checkbox"/> 3 Auditiva (sordera) <input type="checkbox"/> 4 Psicologica (enfermedades psiquiátricas, locura) <input type="checkbox"/> 5 Intelectual (retardo mental)	11.- ¿Asiste (...) actualmente a un estable cimiento de educación especial para personas con discapaci dad? <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No Nombre de la institucion Publica Privada <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 80%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> </table>															
12.- ¿En dónde naci ó (...): <input type="checkbox"/> 1 En esta ciudad o parroquia rural? <input type="checkbox"/> 2 En otr o lugar del país? Provincia: Cantón: Ciudad o Parroquia rural: <input type="checkbox"/> 3 En otro país? 3.1 ¿En qué país naci ó? 3.2 ¿En qué año llevo al Ecuador?																

Personas de 5 años y más pase a
Menores de 5 años pase a 19

Personas de 5 años y más C : Características educacionales	En la semana pasada o la última semana que trabajó en su trabajo principal																
20.- ¿Sabe (....) leer y escribir? <input type="checkbox"/> 1 Si Si sólo lee o sólo escribe marque casilla 2 "no" <input type="checkbox"/> 2 No	30 ¿ El negocio o empresa en la que (....) trabaja o trabajó a qué se dedica o qué hace? <input type="text"/> <input type="text"/>																
21.- ¿En los últimos seis meses (....) ha utilizado: <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;"></th> <th style="width: 10%; text-align: center;">Si</th> <th style="width: 10%; text-align: center;">No</th> <th style="width: 20%;"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Teléfono celular?</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Internet?</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Computadora?</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Si	No		Teléfono celular?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Internet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Computadora?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		31.- ¿Qué hace o que es (....) en donde trabaja o trabajó? <input type="text"/> <input type="text"/>
	Si	No															
Teléfono celular?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>															
Internet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>															
Computadora?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>															
22. ¿ asiste actual mente a un establecimiento de enseñanza regular? (Centro de alfabetización, educación inicial, educación general basica, colegio, universidad) <input type="checkbox"/> 1 Sí <input type="checkbox"/> 2 No	32.- ¿En el lugar indicad o (....) trabaja o trabajó como : <input type="checkbox"/> 1 Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales? <input type="checkbox"/> 2 Empleado /a u obrero/a privado? <input type="checkbox"/> 3 Jornalero/a o peón? <input type="checkbox"/> 4 Patrono/a? <input type="checkbox"/> 5 Socio /a? <input type="checkbox"/> 6 Cuenta propia? <input type="checkbox"/> 7 Trabajador/a no remunerado? <input type="checkbox"/> 8 Empleado/a doméstico/a?																
23.- ¿El establecimiento de enseñanza regular al que asiste (....) es <input type="checkbox"/> 1 Fiscal (Estado)? <input type="checkbox"/> 2 Particular (Privado)? <input type="checkbox"/> 3 Fiscomisional? <input type="checkbox"/> 4 Municipal	33.- ¿Cuántas horas trabajó (....) la semana pasada o la última semana que trabajó? Total horas.....																
24.- ¿Cuál es el nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió (....)? <input type="checkbox"/> 1 Ninguno Pase a 27 <input type="checkbox"/> 2 Centro de alfabetización/(EBA) <input type="checkbox"/> 3 Educación inicial <input type="checkbox"/> 4 General basica <input type="checkbox"/> 5 Bachillerato <input type="checkbox"/> 6 Bachillerato - Educación Media <input type="checkbox"/> 7 Ciclo Postbachillerato <input type="checkbox"/> 8 Superior <input type="checkbox"/> 9 Postgrado	34.- ¿El trabajo que realiza o realizó (....) es o fue: <input type="checkbox"/> 1 Dentro del hogar? Menores de 12 años pase a <input type="checkbox"/> 2 Fuera del hogar? siguiente persona																
25.- ¿Cuál es el grado, curso o año más alto al que asiste o asistió (....)? Grado, curso,año. <input type="text"/>	Personas de 12 años y más E : Estado conyugal y Seguridad social																
26 - ¿(....) tiene algún título de ciclo postbachillerato , superior o postgrado: <input type="checkbox"/> 1 Que es reconocido por el senescyt? <input type="checkbox"/> 2 Que no es reconocido por el senescyt? <input type="checkbox"/> 3 No tiene <input type="checkbox"/> 4 No Sabe	35 ¿Actualmente (....) está: <input type="checkbox"/> 1 Casado/a? <input type="checkbox"/> 2 Unido/a? <input type="checkbox"/> 3 Separado/a? <input type="checkbox"/> 4 Divorciado/a? <input type="checkbox"/> 5 Viudo/a? <input type="checkbox"/> 6 Soltero/a?																
27.- ¿Qué título tiene (....)?	36.- ¿(....) aporta o es afiliado al: <input type="checkbox"/> 1 Seguro ISSFA ? Mujeres de 12 años o más, pase a pregunta 36 <input type="checkbox"/> 2 Seguro ISSPOL? <input type="checkbox"/> 3 IESS Seguro general? <input type="checkbox"/> 4 IESS Seguro voluntario? <input type="checkbox"/> 5 IESS Seguro campesino? <input type="checkbox"/> 6 Es Jubilado del IESS/ISSFA / ISSPOL? <input type="checkbox"/> 7 No aporta Hombres continúe con la siguiente persona																
Personas de 5 años y más D : Características económicas	Mujeres de 12 años y más F : Fecundidad y mortalidad																
28.- ¿Qué hizo (....) la semana pasada : <input type="checkbox"/> 1 Trabajo al menos una hora? <input type="checkbox"/> 2 No trabajó pero SI tiene trabajo? <input type="checkbox"/> 3 Al menos una hora fabricó algún producto o brindó algún servicio? <input type="checkbox"/> 4 Al menos una hora ayudó en algún negocio o trabajo de un familiar? <input type="checkbox"/> 5 Al menos una hora realizó labores agrícolas o cuidó animales? <input type="checkbox"/> 6 Es Cesante: Buscó trabajo habiendo trabajado antes y está disponible para trabajar? <input type="checkbox"/> 7 No trabajo	37.- ¿Cuántos hijos e hijas nacidos vivos ha tenido (....) durante toda su vida? tenido (....) durante toda su vida? Total hijos..... <input type="text"/> Total hombres..... <input type="text"/> Total mujeres..... <input type="text"/> No sabe <input type="text"/> Ninguno <input type="text"/>																
29.- ¿Si NO ha trabajado (....): <input type="checkbox"/> 1 Buscó trabajo por primera vez y está disponible para trabajar? <input type="checkbox"/> 2 Es rentista? <input type="checkbox"/> 3 Es jubilado o pensionista? <input type="checkbox"/> 4 Es estudiante? <input type="checkbox"/> 5 Realiza quehaceres del hogar? <input type="checkbox"/> 6 Le impide su discapacidad? <input type="checkbox"/> 7 Otros?	38.- ¿Cuántos están vivos actualmente? Total hijos vivos..... <input type="text"/> <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> Ninguno																
	39.- ¿A qué edad tuvo (....) su primer hijo o hija nacido vivo? Edad <input type="text"/> <input type="checkbox"/> No sabe																
	40.- ¿En qué año y mes tuvo (....) su último hijo o hija nacido vivo ? Año Mes.....																
	41.- ¿Está vivo el último hijo o hija nacido vivo? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No sabe																

Apéndice B: Preguntas de las encuestas a los operadores turísticos

Objetivo: Analizar el potencial turístico del sector acorde a la experiencia de los operadores turísticos en Puerto El Morro.

CUESTIONARIO

Fecha

Nombre y Apellido del experto

Nombre del centro de trabajo

Cargo que desempeña

Tiempo que lleva desempeñando ese cargo

EDAD	
1. Hasta 30 años	
2. Entre 31 y 40 años	
3. Entre 41 y 50 años	
4. Entre 51 y 60 años	
5. Mas de 60 años	

NIVEL DE ESTUDIOS	
1. Estudios Primarios	
2. Estudios Medios	
3. Estudios Universitarios	

1. BLOQUE REALTIVO AL ENTORNO

1. La situación actual del Puerto El Morro en cuantos distintos elementos administrativos se ve favorecida por el entorno legal.

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

ENTORNO LEGAL		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
1	Ley de Aguas						
2	Legislación autonómica						
3	Competencias de las distintas Administraciones						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

2. El entorno natural de Puerto El Morro ejercerá como factor atrayente.

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

ENTORNO NATURAL		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
4	Clima						
5	Cercanía al mar						
6	Cercanía a la ciudad						
7	Conservación del medio ambiente						
8	Poca presión urbanística						
9	Ausencia de ruidos						
10	Infraestructura de acceso						
11	Itinerarios culturales o naturaleza						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

3. El entorno patrimonial donde se encuentra Puerto El Morro ejercera como factor atrayente.

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

ENTORNO PATRIMONIAL		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
12	Monumentos						
13	Costumbres y cultura local						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

2.BLOQUE RELATIVO A SERVICIOS

4.Los tratamientos son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de los servicios ofertados .

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

SERVICIOS: TRATAMIENTOS		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
14	Tipo de agua mineromedicinal						
15	Variedad de tratamiento de salud						
16	Variedad de tratamiento de belleza						
17	Tratamiento innovadores						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

5. Los Recursos Humanos son elementos esenciales, es decir básicos o indispensables de los servicios ofertados por Puerto El Morro.

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

SERVICIOS: TRATAMIENTOS		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
18	Formación						
19	Variedad de especialistas (médicos, fisioterapeutas, masajeras, profesionales del deporte)						
20	Animadores						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

6. Las nuevas tecnologías aplicadas a los servicios ofertados actuarán como factor atrayente de Puerto El Morro.

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

SERVICIOS: NUEVAS TECNOLOGÍAS		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
21	Círculo de agua						
22	Electroterapia						
23	Fisioterapia, kinesiología y osteopatía						
24	Salud y belleza						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

3. BLOQUE RELATIVO A INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS

7. Los siguientes ítems son elementos esenciales, es decir, básicos o indispensables de las instalaciones y equipamientos de los establecimientos Puerto El Morro.

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
25	Zona de Gimnasio						
26	Espacios y salones de entretenimiento						
27	Kioscos de prensa y souvenirs						
28	Zona para fisioterapia, kinesiología y osteopatía						
29	Zona de ocio y entretenimiento para niños						
30	Ambiente interno del centro (iluminación, decoración, música)						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

4. BLOQUE RELATIVO A ESTRATEGIAS.

8. Los siguientes factores son ventajas competitivas de la oferta de Puerto El Morro.

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

ESTRATEGIAS: VENTAJAS COMPETITIVAS		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
31	Aplicación de nuevas tecnologías para la comercialización						
32	Comercialización de paquetes a través de agencias de viajes						
33	Política de fidelización del turista						
34	Uso de la marca "Puerto El Morro" como sinónimo de calidad						
35	Desestacionalización						
36	Aprovechamiento del auge del turismo de salud						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

9.El ague del turismo de salud sitúa a Puerto El Morro en una posición competitiva de estos establecimientos debido a :

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

ESTRATEGIAS: POSICIÓN COMPETITIVA		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
37	Identificación de Puerto El Morro con turismo, esparcimiento y relax.						
38	Identificación de Puerto El Morro con belleza.						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

10.Es necesario una nueva imagen de Puerto El Morro debido a:

1	TOTALMENTE DE ACUERDO
2	ALGO DE ACUERDO
3	INDIFERENTE
4	EN DESACUERDO
5	TOTALMENTE EN DESACUERDO

ESTRATEGIAS: POSICIÓN COMPETITIVA		1	2	3	4	5	No sabe/ No contesta
39	Identificación de balnearios con población mayor						
40	Identificación de balnearios con enfermedad						

Si usted desea aportar otros factores, por favor especifíquelos a continuación: _____

Apéndice c: Preguntas de las encuestas a los turistas de Puerto El Morro

Objetivo: Analizar la situación de la percepción del turismo comunitario en Puerto El Morro en el 2017.

A: PREGUNTAS DE IDENTIFICACIÓN.

1. Lugar de residencia _____

2. Edad

3. Género

Hombre

Mujer

4. Profesión

5. Nivel de ingresos mensuales

- menos de \$375
 De \$375 a \$600
 De \$601 a \$800
 De \$801 a \$1000
 De \$1001 a \$1200
 De \$1201 a \$1500
 mas de \$1500

6. ¿Cómo ha venido?

- Solo
 Pareja
 Amigos
 En familia
 Otros

7. Lugar de alojamiento

- Puerto El Morro
 El Morro
 General Villamil Playas
 Otros

8. Tipo de alojamiento

- Hostal/ Pensión
 Hotel de 2 *
 Hotel de 3 *
 Hotel de 4 *
 Apartamento, chalet, casa alquilada
 Familiares y amigos

9. Duración de la estancia (nº pernотaciones)

10. Número de visitas previas a este destino en los últimos 5 años

11. Tipo de contrato realizado (Alojamiento, transporte y otros servicios)

- Separado
 Conjunto

B: PREGUNTAS ESPECÍFICAS:

1. Ahora nos gustaría saber en qué medida ha quedado satisfecho con este destino turístico en su viaje actual. Para ello se le va a pedir que puntúe el grado de satisfacción que ha experimentado en su conjunto de factores que se van a ir enumerando. Valore la calidad de los servicios que haya usado. Sin embargo, si no ha llegado a usar determinados servicios (en un hotel, en el balneario, etc.) porque no los encontró y ello le creó una insatisfacción de acuerdo con sus expectativas, valore negativamente el correspondiente apartado. Si no los usó deje el campo en blanco.

Cuando haga la valoración global de cada factor piense no solo en los aspectos sobre los que haya sido preguntado anteriormente, sino en todos los que Ud considere relevantes, figuren o no en la lista.

Para valorar cada apartado, utilizar la siguiente escala de satisfacción: Nada satisfecho (0), Muy Satisfecho (7)

2. Ahora se le va a pedir que valore la importancia que Vd, suele dar cuando viaja a destinos similares, a cada uno de los siete factores que se han mencionado anteriormente. Para valorar la importancia de cada uno de los factores antes mencionados, se le pide que utilice la escala de importancia o de ponderaciones siguientes:

Puntúe con 100 al factor o factores prioritarios; luego considere los demás factores relevantes en su caso personal y asígnele puntos en relación a 100 (p.e. un factor que tanga para Vd. la mitad de importancia que el prioritario, asígnele 50, y así sucesivamente)

FACTOR	IMPORTANCIA
	(0-100)
1. ALOJAMIENTO	
2. RESTAURACIÓN (COMIDAS)	
3. BALNEARIO	
4. INSTALACIONES DEPORTIVAS	
5. OCIO, CULTURA, COMPRAS	
6. ENTORNO URBANO Y NATURAL	
7. INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE Y OTROS SERVICIOS	

C: PREGUNTAS GENERALES

A continuación se le va a pedir que haga una valoración global del grado de satisfacción que le ha proporcionado la estancia en el lugar de destino teniendo en cuenta sus objetivos y expectativas. No considere los aspectos relativos al viaje en sí, como transporte y otros servicios contratados fuera del destino turístico. Para ello haga uso de la Escala de Satisfacción.

0	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

	0	1	2	3	4	5	6	7
1. Grado de satisfacción de la estancia en el destino								
2. Grado de satisfacción de la relación calidad/precio global del destino								

3. Intención de recomendarlo a terceros sí no no sabe

4. Intención de volver a visitar este destino Próximo año alguna vez mas adelante
 Este año no sabe Nunca

Apéndice D: Fotos de las actividades realizadas durante el proceso de tesis

Puerto El Morro



Figura 126 Tour delfines

Nota. Tomado de guayaquilesmidestuno.com



Figura 127 Malecón Puerto el Morro

Nota. Tomado de guayaquilesmidestuno.com



Figura 128 Delfín de Puerto El Morro
Nota. Tomado de villa97.com.ec/attraction/puerto-morro/



Figura 129 Embarcaciones pesqueras
Nota. Tomada por Tomas Andrade y Fiana Duque

Festival de la lisa



Figura 130 Danza típica de Puerto el Morro



Figura 131 Festival de la lisa asada



Figura 132 Exposición en el festival de la lisa



Figura 133 Artesanías



Figura 134 Lisa asada

Investigación de campo

Visita realizada para conocer la parroquia Puerto El Morro



Figura 136 Comuna ancestral Puerto el Morro



Figura 135 Lanchas en el malecón de Puerto el Morro



Figura 137 Manglar de Puerto el Morro



Figura 138 Operadora turística

Entrevista a la Operadora del Puerto El Morro con nuestra tutora Luci Salas.



Figura 139 Entrevista con la operadora turística



Figura 140 Equipo de trabajo

Entrevista realiza a la Señorita Lorgia Vega encargada del GAD del Morro



Figura 141 Entrevista en GAD el Morro



Figura 142 Entrevista GAD el Morro

INFORMATIVO



ENTREGA GRATUITA DE TOLDOS Y CAMPAÑA DE FUMIGACIÓN



NUTRICIÓN Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE



EL MORRO
Administración 2014-2019
Avanzando el desarrollo sustentable de nuestra parroquia

04 2 3010607
ipelmorro@hotmail.com
Gad Morro
www.pdelmorro.gob.ec



GAD EL MORRO
Administración 2014-2019
JANE KANGNEZUNDA
Provincia

SESION 001-2017
VARIOS Y DISPOSICIONES

Sesiones 2017 ORDINARIAS

Enero	17 y 31	Julio	14 y 28
Febrero	16 y 24	Agosto	18 y 31
Marzo	15 y 30	Septiembre	14 y 28
Abril	13 y 28	Octubre	13 y 31
Mayo	16 y 31	Noviembre	17 y 30
Junio	16 y 30	Diciembre	14 y 27

EL MORRO, 17 DE ENERO 2017



GAD EL MORRO
Administración 2014-2019
JANE KANGNEZUNDA
Provincia

HORARIO DE ATENCIÓN CERTIFICADOS DE POSESIÓN

MIÉRCOLES Y JUEVES

08H00 A 16:00



ENTREGA DE CERTIFICADOS
INTRODUCCIÓN A LAS TIC - SAN MIGUEL



Arte terapia



Capacitación
Introducción a las TIC - Manejo Básico de la computadora
SAN MIGUEL



Diario-Huana

El Bodeo Montado

Éxito de Danzas Folclóricas

Amor y Artes

Empresario

San Miguel

Otazú

Puerto El Morro

El Puntito de Amor, Defensa y Mantener

GAD EL MORRO

2014 - 2019

Figura 143 Afiche informativo de GAD el Morro



Figura 144 Parroquia el Morro

Trabajo de campo - encuestas



Figura 145 Encuesta a operadora turística



Figura 146 Equipo de trabajo de encuesta



Figura 147 Encuesta operario de turismo