



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniería en Ecoturismo.

Título del Proyecto de Investigación:

**Plan de mejora del atractivo turístico Cerro Bravo del sector “Nueva Esperanza”,
Cantón Buena Fe, año 2019.**

Autora:

Karen Leonor Sánchez Zambrano

Director de Proyecto de Investigación:

Ing. Ángel Yépez Rosado MSc.

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2019

DECLARACION DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Karen Leonor Sánchez Zambrano**, declaro que soy la autora exclusiva del trabajo de titulación: Plan de mejora del atractivo turístico Cerro Bravo del sector “Nueva Esperanza”, Cantón Buena Fe, año 2019, la misma que no ha sido presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Así mismo cedo a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente, al uso de los derechos correspondientes a este trabajo.

Karen Leonor Sánchez Zambrano

Autora

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, **Ing. Ángel Yépez Rosado**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **Karen Leonor Sánchez Zambrano**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Ecoturismo** realizó la Tesis de grado titulada “**Plan de mejora del atractivo turístico Cerro Bravo del sector “Nueva Esperanza”, Cantón Buena Fe, año 2019**” bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. **Ángel Yépez Rosado** MSc.

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO.

Ingeniera.

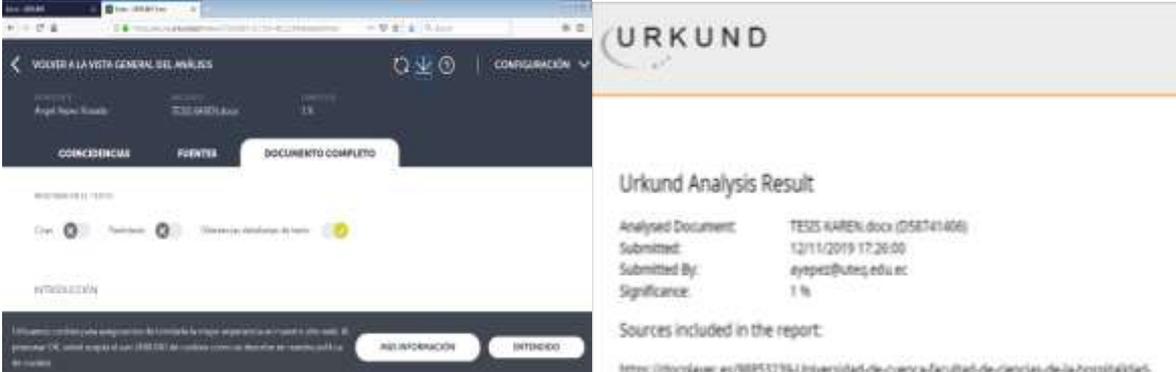
Mercedes Susana Carranza Patiño

DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES

En su despacho.

De mi consideración.

Por medio de la presente me permito certificar, que la egresada Karen Leonor Sánchez Zambrano, estudiante de la Carrera de Ingeniería en Ecoturismo (Presencial), una vez que se revisó la tesis de grado titulada PLAN DE MEJORA DEL ATRACTIVO TURÍSTICO CERRO BRAVO DEL SECTOR “NUEVA ESPERANZA”, CANTÓN BUENA FE, tengo a bien informar que se realizó la revisión respectiva por medio del sistema URKUND, con un porcentaje favorable del 1%, cumpliendo con el reglamento de Graduación de Estudiantes de Pregrado y la Normativa establecida por la Universidad.



The image shows a screenshot of the URKUND plagiarism detection system interface. The interface is split into two main sections. On the left, there is a navigation menu with options like 'VOLVER A LA VISTA GENERAL DEL ANÁLISIS', 'COINCIDENCIAS', 'FUENTES', and 'DOCUMENTO COMPLETO'. Below this, there are some status indicators and a 'INTRODUCCIÓN' section. On the right, the 'URKUND' logo is visible at the top, followed by the title 'Urkund Analysis Result'. Below this, the following information is displayed: 'Analysed Document: TESIS KAREN.docx (D58741466)', 'Submitted: 12/11/2019 17:26:00', 'Submitted By: ayopez@ubaq.edu.ec', and 'Significance: 1 %'. At the bottom, there is a section for 'Sources included in the report' with a single entry: 'https://docplayer.es/98853239-Universidad-de-cuenca-facultad-de-ciencias-de-la-hospitalidad/...

Ing. Ángel Joel Yépez Rosado Msc.
DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Ecoturismo

Título del Proyecto de Investigación:

Plan de mejora del atractivo turístico Cerro Bravo del sector “Nueva Esperanza”, Cantón Buena Fe, año 2019.

Autor:

Karen Leonor Sánchez Zambrano

Aprobado por:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Ing. Pedro Suatunce Cunuhay.

INTEGRANTE DEL TRIBUNAL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Ing. Elizabeth Racines Macías.

INTEGRANTE DEL TRIBUNAL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Ing. Oscar Prieto Benavides.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR
2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios porque me ha provisto de salud, voluntad y fuerzas para perseverar en mi esfuerzo de culminar mi carrera en tan notoria universidad. A mi padre que se convirtió en mi ángel que aun no estando presente físicamente siento su amor, a mi madre por su incondicional apoyo en lo largo de mis estudios y por creer en mi cuando más lo necesite. Sin dejar de lado a mi hermana Jessica por ayudarme en los cuidados de mi hija y por darme ánimos siempre, de igual manera a mis demás hermanos que han estado incondicionalmente para mí.

También agradezco enormemente a mi esposo y mejor amigo por ser mi pilar fundamental por estar conmigo brindándome su tiempo, paciencia y apoyo económico para cumplir esta meta y como no a mi pequeña Kenara, la luz de mis ojos y quien es mi motivo de lucha y perseverancia.

A mi grupo de amigas quienes han compartido este largo camino de aprendizaje conmigo y me demostraron que la amistad si existe. Así mismo agradezco a la Psic. Rocío Zambrano quien aportó con sus conocimientos para la realización de este proyecto y a mi tutor Ing. Ángel Yépez que con esmero impartió sus sabios consejos y formó parte de mi formación profesional.

Eternamente agradecida con todos ustedes.

Karen Leonor Sánchez Zambrano

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a la memoria de mi padre que en sus años de vida me dió su apoyo incondicional, sé que este logro hubiera sido tan especial para el como lo es para mí, a mi madre por llenar mi vida de valiosos consejos además de ser una mujer ejemplo de lucha y amor. Es un orgullo y privilegio ser su hija.

A mi esposo Juan Carbo y mi hija Kenara quienes impulsan mi vida y me acompañaron en cumplir este objetivo propuesto hace 4 años atrás. A mis hermanos que siempre me han brindado apoyo moral.

A todos, gracias.

Con cariño

Karen.

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este estudio fue realizar un plan de mejora del producto turístico Cerro Bravo como parte del desarrollo comunitario del cantón Buena fe con el propósito de convertirlo en una potencia turística. Para lo cual, se realizó un diagnóstico de la situación actual del atractivo mediante investigación exploratoria y entrevista al propietario, que sirvió de base para la elaboración de un análisis F.O.D.A. con el que se determinó los factores que benefician y aquellos que no favorecen al progreso turístico del sitio. La recolección de datos se hizo mediante el diseño y aplicación de una encuesta que permitió conocer el nivel de importancia que los visitantes le dan tanto a la infraestructura como a los servicios ofertados en el lugar, obteniendo como resultado que el 71.25% considera importante realizar mejoras en las instalaciones existentes y el 94.50% está de acuerdo en que se implemente otras áreas. Por último, con la finalidad de cubrir las necesidades que se encontraron en el proceso de la investigación se hace la propuesta de un plan de mejora para el atractivo que incluye mejorar las áreas ya existentes, la implementación de nuevas áreas y la promoción del lugar, la misma que se realizará a través de redes sociales y perifoneo ante la realización de eventos deportivos y culturales. En el atractivo turístico Cerro Bravo se denota la necesidad de mejorar e implementar facilidades turísticas que le permitan proporcionar confort y comodidad a los visitantes

Palabras claves: Plan de mejora, Cerro Bravo, atractivo, desarrollo turístico, facilidades turísticas.

ABSTRACT

The objectives of this study was to make a plan to improve the tourism in Cerro Bravo as part of a community development in Canton Buena Fe with the propose to turn it into a tourist power. For which a diagnosis of the current situation was made, which serve as a preparation for a F.O.D.A. Analysis, and so the factors that benefit and the factors that not help the tourism process of the place are determinate. These Analyzes were used to formulate the questions that served as tools for the need to know the level of importance that visitors give to the infrastructure and services offered in the place where the 71.25% consider important to make improvement in the existing infrastructure and in turn 94.50% agree that another area is implemented. As a final result an improvement plan was proposed that would help to meet the needs of those that visit it, in addition as part of the proposal the promotion of the same was included, which will be carried out through social networks and peripheral to the realization of sporting and cultural events. In conclusion, it can be affirmed that the tourist facilities are of great relevance in the tourist activities because it provides comfort and convenience.

Key words: improvement plan, Cerro Bravo, tourist attraction, tourist development, tourist facilities

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	2
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1. Problema de investigación.	3
1.1.1. Planteamiento del problema.	3
1.1.2. Formulación del problema.....	4
1.1.3. Sistematización del problema.....	4
1.2. Objetivos.....	5
1.2.1. Objetivo general.	5
1.2.2. Objetivos específicos.....	5
1.3. Justificación.	6
CAPÍTULO II	7
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	7
2.1. Marco Conceptual.....	8
2.1.1. ¿Qué es turismo?	8
2.1.2. Tipologías del turismo.....	8
2.1.2.1. Turismo tradicional.	8
2.1.2.2. Turismo alternativo.	9
2.1.2.3. Turismo cultural.....	9
2.1.2.4. Turismo rural.....	9
2.1.2.5. Agroturismo.	10
2.1.2.6. Ecoturismo.	10
2.1.3. ¿Qué es turista?.....	10
2.1.4. Recursos turísticos.....	11
2.1.5. Atractivo turístico.....	11
2.1.6. Clasificación de atractivo turístico.....	11
2.1.6.1. Sitios Naturales.	11
2.1.6.2. Manifestaciones Culturales.	12
2.1.7. Jerarquización de atractivo turístico	12
2.1.8. ¿Qué es FODA?.....	13
2.1.9. ¿Qué es un plan de mejora?.....	13
2.1.9.1. Pasos de un plan de mejora.	13
2.2. Marco Referencial.....	14

CAPÍTULO III	16
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	16
3.1. Localización.....	17
3.2. Tipo de investigación.....	18
3.3. Métodos de investigación.	19
3.4. Fuentes de recopilación de información.	19
3.5. Diseño de la investigación.	19
3.6. Instrumentos de investigación.	21
3.7. Tratamiento de los datos.	21
3.8. Recursos humanos y materiales.....	21
3.8.1. Recursos humanos.	21
3.8.2. Recursos materiales.	21
CAPÍTULO IV	22
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	22
4.1. Diagnóstico de la situación actual de los recursos del atractivo turístico Cerro Bravo.....	23
4.1.1. Diagnóstico de la situación actual.....	23
4.1.1.1. Identificación de áreas de análisis.	23
4.1.1.2. Lista de incidentes críticos.	24
4.2. Análisis FODA para mejorar la oferta del atractivo turístico.....	24
4.2.1. Matriz de priorización.	25
4.2.1.1. Fortalezas priorizadas.	25
4.2.2.2. Oportunidades priorizadas.....	26
4.2.2.3. Debilidades priorizadas.	27
4.2.2.4. Amenazas priorizadas.....	27
4.2.2.5. Conclusión del análisis FODA.	28
4.3. Propuesta del plan de mejora para el atractivo turístico Cerro Bravo.	29
4.3.1. Análisis de resultados de la muestra encuestada.....	29
4.3.1.1. Conclusión de los resultados obtenidos de la encuesta.	38
4.3.2. Propuesta del plan de mejora para el atractivo turístico Cerro Bravo.....	38
4.3.2.1. Justificación.....	38
4.3.2.2. Objetivos.....	38
4.3.2.2.1. Objetivo General.....	38
4.3.2.2.2. Objetivos Específicos.	38
4.3.2.3. Desarrollo de la propuesta.	39

4.3.2.3.1. Mejora de infraestructura y servicio.	39
4.3.2.3.2. Creación de facilidades turísticas.	41
4.3.2.3.3. Presupuesto económico referencial.....	42
4.4. Discusión.	49
CAPÍTULO V	51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
5.1. CONCLUSIONES	52
5.2. RECOMENDACIONES.....	53
CAPÍTULO VI	54
BIBLIOGRAFÍA	54
6.1 . Bibliografía.....	55
CAPÍTULO VII	58
ANEXOS	58
7.1. Anexo 1. Principales atractivos turísticos del cantón Buena fe.	59
7.2. Anexo 2. Encuesta efectuada a visitantes del atractivo.	60
7.3. Anexo 3. Resumen de mejoras e implementaciones.....	62
7.4. Anexo 4. Archivo fotográfico del proceso de levantamiento de información.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Condiciones edafoclimáticas del cantón Buena Fe	18
Tabla 2. Lista de incidentes críticos.	24
Tabla 3. Matriz de priorización.	25
Tabla 4. Priorización de fortalezas.	26
Tabla 5. Priorización de oportunidades.	26
Tabla 6. Priorización de debilidades.....	27
Tabla 7. Priorización de amenazas.	28
Tabla 8. Rango de ubicación.	29
Tabla 9. Adecuación del área de alimentos.	43
Tabla 10. Adecuación del área de bebidas.....	43
Tabla 11. Mejora del menú.....	44
Tabla 12. Mejora del área de recreación.....	44
Tabla 13. Mejora del área de SS. HH. y vestidores.....	45
Tabla 14. Implementación de parqueadero.....	45
Tabla 15. Implementación de juegos infantiles	46
Tabla 16. Implementación de señalética turística.....	46
Tabla 17. Promoción turística del atractivo.....	47
Tabla 18. Cronograma de actividades de la propuesta del Plan de mejora.	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación del atractivo.	17
Figura 2. Rango de edades.....	30
Figura 3. Género.....	30
Figura 4. Lugar de procedencia.....	31
Figura 5. Visita anterior.....	31
Figura 6. Frecuencia de visita.....	32
Figura 7. Conocimiento de la existencia de lugar.	32
Figura 8. Importancia de promoción del atractivo.	33
Figura 9. Importancia de mejorar el área de alimentos.	33
Figura 10. Mejora del menú ofertado.	34
Figura 11. Importancia de mejorar la cancha de indor y sus asientos.....	35
Figura 12. Importancia de mejorar los baños y vestidores.....	35
Figura 13. Implementación de parqueadero.	36
Figura 14. Implementación de juegos infantiles.	37
Figura 15. Implementación de señalética.	37

CÓDIGO DUBLIN

Título:	Plan de mejora del atractivo turístico Cerro Bravo del sector “Nueva Esperanza”, Cantón Buena Fe, año 2019.				
Autor:	<u>Karen Leonor Sánchez Zambrano</u>				
Palabras claves:	Plan de mejora	Cerro Bravo	Atractivo	Desarrollo turístico	Facilidades turísticas
Fecha de publicación					
Editorial:					
Resumen:	<p>El objetivo de este estudio fue realizar un plan de mejora del producto turístico Cerro Bravo como parte del desarrollo comunitario del cantón Buena fe con el propósito de convertirlo en una potencia turística. El diagnóstico de la situación actual del atractivo se realizó mediante investigación exploratoria y entrevista al propietario, que sirvió para cumplir con el objetivo específico el cual fue elaborar una matriz F.O.D.A. y por último en cumplimiento del objetivo final la recolección de datos se hizo mediante el diseño y aplicación de una encuesta que permitió conocer el nivel de importancia que los visitantes le dan tanto a la infraestructura como a los servicios ofertados en el lugar.</p> <p>The objectives of this study was to make a plan to improve the tourism in Cerro Bravo as part of a community development in Canton Buena Fe with the propose to turn it into a tourist power. For which a diagnosis of the current situation was made, which serve as a preparation for a F.O.D.A. Analysis, and so the factors that benefit and the factors that not help the tourism process of the place are determinate. As a final result an improvement plan was proposed that would help to meet the needs of those that visit it, in addition as part of the proposal the promotion of the same was included, which will be carried out through social networks and peripheral to the realization of sporting and cultural events. In conclusion, it can be affirmed that the tourist facilities are of great relevance in the tourist activities because it provides comfort and convenience.</p>				
Descripción:	79 hojas : dimensiones, A4 21 x 29,7cm + CD-ROM				
URL:	(en blanco hasta cuando se dispongan los repositorios)				

INTRODUCCIÓN.

El Ecuador es el único país en América Latina que cuenta con la región insular o Galápagos la cual se considera como un atractivo natural por excelencia; la región litoral se caracteriza por sus playas y manglares; la región andina por sus montañas, volcanes y ciudades coloniales y la amazonia por su selva, flora y fauna. Así, su posición geográfica es estratégica debido a que sus costas en el océano pacifico son bañadas por las aguas de la corriente fría de Humboldt y la corriente cálida del niño que le permite tener un ecosistema natural único y con una alta biodiversidad florística y faunística (Castillo, Martinez y Vazquez, 2015).

El sector turístico es parte de las principales fuentes de ingreso del país además de ser una alternativa de desarrollo para la población. Sus recursos turísticos naturales y culturales son únicos, Siendo un destino ideal por su gran diversidad natural y cultural (Zhune, 2017) por lo tanto existe un desplazamiento de turistas nacionales y extranjeros, haciendo que este sector se desarrolle de manera acelerada.

La provincia de Los Ríos al igual que las demás provincias que conforman el estado ecuatoriano posee una belleza natural sin igual, está conformada por 13 cantones (Babahoyo, Baba, Buena fe, Mocache, Montalvo, Palenque, Puebloviejo, Quevedo, Quinsaloma, Urdaneta, Valencia, Ventanas y Vinces), todos estos cantones son privilegiados al ser poseedores de atractivos turísticos que los hacen únicos y singulares. Los residentes se dedican a diversas actividades en cada uno de sus rincones por esta razón hacen que la provincia sea productiva.

Tomando en cuenta el sinnúmero de actividades que la población realiza no se puede pasar por alto aquellas implicadas en el sector turístico y para esto el cantón Buena fe se ha tomado para la aplicación de este estudio ya que se realizó una propuesta de plan de mejora en uno de los atractivos naturales de importancia para la comunidad como lo es el atractivo turístico Cerro Bravo por esta razón al formular este plan se pretende principalmente favorecer al sector turístico y a su vez obtener beneficios económicos.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación.

1.1.1. Planteamiento del problema.

El lugar turístico Cerro Bravo forma parte de los atractivos del cantón Buena fe, situado en la provincia de Los Ríos, cuyo sitio es administrado por el propietario, ya que se encuentra ubicado en un sitio privado. Cuenta con una amplia rivera donde se realizan competencias deportivas en temporadas de feriados, además en el lugar se evidencia la venta de comidas rápidas, y platos típicos por temporadas, ya que el sector cuenta con cabañas lo cual propicia el desarrollo turístico.

Sin embargo es evidente que el atractivo turístico carece de mantenimientos en sus construcciones y facilidades turísticas, haciendo que se vea afectado el lugar, desmejorando su infraestructura y la belleza paisajística, provocando la poca concurrencia de los turistas al atractivo y por tanto ocasionando la disminución de ingresos económicos del sector y del cantón Buena Fe.

Diagnóstico.

Mediante la visita *in situ* al atractivo turístico se observó que no existen mantenimientos en sus infraestructuras y facilidades turísticas, dando lugar a las pocas visitas registradas al lugar, teniendo como consecuencia la disminución de ingresos económicos por la explotación incorrecta del sitio turístico que perjudica al sector y al cantón Buena Fe.

Pronóstico.

Sin la ejecución de un plan de mejora el atractivo continuará con las escasas visitas, desaprovechando la opción de posesionarse como uno de los atractivos de interés para las personas locales y de zonas de influencia, impidiendo que se obtenga mayores ingresos económicos.

1.1.2. Formulación del problema.

¿Cuáles son los recursos del atractivo turísticos Cerro Bravo y en qué estado se encuentran?

1.1.3. Sistematización del problema.

- ¿Cuáles son los recursos con los que cuenta actualmente el atractivo turístico Cerro Bravo?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que posee el atractivo?
- ¿Existe interés de la población en que se realice mejoras en el atractivo turístico Cerro Bravo?

1.2. Objetivos.

1.2.1. Objetivo general.

Realizar un plan de mejora del producto turístico Cerro Bravo como parte del desarrollo comunitario del cantón Buena fe, Provincia de Los Ríos, año 2019.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Diagnosticar la situación actual de los recursos del atractivo turístico.
- Aplicar un análisis FODA como estrategia para mejorar la oferta del atractivo turístico.
- Desarrollar la propuesta del plan de mejora del atractivo turístico Cerro Bravo.

1.3. Justificación.

Cerro Bravo forma parte de los atractivos del cantón Buena fe, pero es un lugar que no ha sido aprovechado de forma correcta, es por esta razón que la propuesta de implementar un plan de mejora de este atractivo beneficiará de manera eficiente a sus propietarios y al cantón. Destacando que esta propuesta ayudará a que el lugar este preparado para recibir una mayor afluencia de turistas.

Este proyecto se justifica al estar relacionado con el desarrollo turístico que permitirá que el visitante, se sienta complacido en su visita, por lo que contará con adecuaciones ecológicas con materiales netamente de la zona, contribuyendo a que Cerro Bravo se posicione como unos de los sectores visitados a nivel cantonal y zonas de influencias, mejorando la economía del cantón.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Conceptual.

2.1.1. ¿Qué es turismo?

Según Boullón (2009) en su libro: “Las actividades turísticas y recreacionales”: define al turismo como:

Una serie de manifestaciones para las que es necesario que el usuario permanezca fuera de su domicilio habitual por un tiempo superior a 24 horas, es decir que debe realizar al menos una pernoctación en un lugar distinto al de su residencia.

Para Acerenza (2006) turismo es el “conjunto de actividades de producción y consumo a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de al menos una noche, pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo el recreo, los negocios, y otros”.

Desde el criterio de este trabajo de investigación se considera como actividad turística cuando una persona pernocta en una ciudad diferente a la de su residencia por más de 24 horas.

2.1.2. Tipologías del turismo.

La actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje. Cada modalidad turística engloba un grupo amplio de actividades.

2.1.2.1. Turismo tradicional.

Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan, son según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2005), la visita a playas y grandes destinos turístico o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades (Rodríguez, 2007).

2.1.2.2. Turismo alternativo.

Según Brohman (1996), el término de turismo alternativo ha sido utilizado para significar lo prácticamente opuesto a turismo masivo; en suma, es aquel donde los viajeros deciden tomar vacaciones distintas a las que se consideran normales (Domínguez, Bernard y Burguete, s. f.).

Mientras que para la secretaria de turismo (2004) define al turismo de alternativo como: los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que lo envuelven con una actitud de compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Como apreciación de estas dos definiciones el turismo alternativo es prácticamente hacer viajes a lugares diferentes a los que habitualmente las personas acostumbran a ir, además de realizar actividades que permitan disfrutar y a la vez conservar los diferentes tipos de patrimonio.

2.1.2.3. Turismo cultural.

Smith (1977) definió al turismo cultural como la absorción del turista de las características que asemejan al desvanecimiento de los estilos de vida de sociedades pasadas, que observan tales fenómenos como estilos de casa, artesanías, equipos de granja y vestidos (Oyarzún, s. f.).

Actualmente sea a profundizado este concepto donde esta modalidad de turismo hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país.

2.1.2.4. Turismo rural.

El concepto de turismo rural recoge una cantidad considerable de definiciones, se destacan Gannon (1994) que define al turismo rural como “toda la gama de actividades y amenidades provistas por campesinos y personas rurales para atraer turistas a su área, para así generar un ingreso extra para sus negocios” (Pérez, 2010).

2.1.2.5. Agroturismo.

Es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo. Otras de sus motivaciones son: el contacto con las actividades económicas en localidades regularmente pequeñas y experimentar la vida rural campesina (Rodríguez, 2007).

2.1.2.6. Ecoturismo.

Para Rodríguez (2007) el ecoturismo es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local.

Lo cual es compartido por el autor Rebollo (2012) donde indica que el ecoturismo está dedicado a la promoción de lugares con áreas naturales no industrializadas, que cuenten con paisajes y sitios con naturaleza inigualables, que tienen que ser preservados para poder disfrutar la vida salvaje, la flora endémica, en algunos casos zonas arqueológicas de importancia cultural, aunado a etnias de las regiones que han vivido en las mismas, antes del desarrollo tecnológico en el que vivimos en la actualidad

2.1.3. ¿Qué es turista?

Persona que hace una o más excursiones, alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etc. (Quesada, s.f.).

Para la autora Aguayo turista es:

"La persona que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado".

Tomando como referencia estas dos definiciones el turista es aquella persona que se traslada a un lugar diferente al de su residencia por motivo de placer u otro y para ser considerado como tal es necesario que permanezca por lo menos una noche.

2.1.4. Recursos turísticos.

En una publicación de la OMT (Organización Mundial del Turismo) se entiende por recurso turístico a todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (OMT, 2015).

Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada zona, es un recurso turístico.

Esto lo convierte en un elemento indispensable a la hora de conocer que mueve al turista a visitar un destino en particular, es decir que motiva al ser humano a viajar y disfrutar en un destino turístico (Amaiquema, 2015).

2.1.5. Atractivo turístico.

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

2.1.6. Clasificación de atractivo turístico.

2.1.6.1. Sitios Naturales.

La categoría “Sitios Naturales” se subdivide en los siguientes tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas (MINTUR, 2017).

2.1.6.2. Manifestaciones Culturales.

La categoría “Manifestaciones Culturales”, por su parte, se subdivide en los siguientes tipos de atractivos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados (MINTUR, 2017).

2.1.7. Jerarquización de atractivo turístico

La jerarquización determina la calidad del atractivo turístico y el tipo de mercado que puede atraer.

Jerarquía 5: Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país, o de algún mercado específico. Equivalente a recurso único en el mundo (Cárdenas, 2006).

Jerarquía 4: Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos. Equivalente a recurso único en el país (Cárdenas, 2006).

Jerarquía 3: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales). Equivalente a recurso único en una jurisdicción subnacional (Cárdenas, 2006).

Jerarquía 2: Atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico. Equivalente a recurso único en una localidad (Cárdenas, 2006).

Jerarquía 1: Atractivos sin méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera

de las unidades que integran el espacio turístico. Equivalente a recurso complementario (Cárdenas, 2006).

Jerarquía 0: Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización. Equivalente a recurso sin características relevantes (no es un recurso turístico) (Cárdenas, 2006).

2.1.8. ¿Qué es FODA?

FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados (Glagovsky, s. f.).

2.1.9. ¿Qué es un plan de mejora?

Un plan de mejora es la propuesta de actuaciones, resultante de un proceso previo de diagnóstico de una unidad, que recoge y formaliza los objetivos de mejora y las correspondientes actuaciones dirigidas a fortalecer los puntos fuertes y resolver los débiles, de manera priorizada y temporalizada (Francesc, 2005).

2.1.9.1. Pasos de un plan de mejora.

- a) Identificar el área de mejora
- b) Detectar las principales causas del problema
- c) Formular el objetivo
- d) Seleccionar las acciones de mejora
- e) Realizar una planificación
- f) Llevar a cabo un seguimiento

2.2. Marco Referencial.

Para la realización del proyecto de investigación se tomó como referencia el estudio realizado por Obando (2018) con el tema análisis de las dificultades que afectan al sistema turístico del cantón San Vicente, su investigación fue descriptiva y para el procedimiento se utilizó el análisis cuantitativo, cualitativo, analítico y de observación empleando herramientas como la encuesta y entrevista. Estos sirvieron para cumplir con cada uno de los objetivos planteados, obteniendo resultados que permitieron el análisis de las dificultades del sistema turístico en el canton San Vicente.

Otra referencia que se tomó en cuenta por la metodología utilizada es la de Cáceres (2018), con el tema “Propuesta de un Plan de Diversificación Turística para el cantón Girón, Provincia del Azuay” donde realizó entrevista al encargado del departamento de turismo del cantón para realizar el análisis FODA.

El estudio “Evaluación de servicios de complejos turísticos, su importancia en la implementación de facilidades turísticas en el cantón Quinsaloma” realizado por Muñoz (2018), quien manifiesta la importancia de la señalética en lugares que ofertan servicios turísticos. Se tomó como referencia ya que la investigación contribuiría al desarrollo turístico del cantón objeto de estudio.

Para la recolección de datos se tomó de referencia el trabajo de investigación realizado por Cruz (2014) con el tema “Las rutas turísticas y su incidencia en el turismo de aventura en el cantón Archidona, Provincia de Napo”, donde analizó e interpretó resultados obtenidos de encuestas aplicadas a turistas que contribuyó a conocer las necesidades de quienes lo visitan.

La referencia denominada “Diseño de un plan de promoción turística para el balneario Yanayacú Cochancay-La Troncal” elaborado por Bueno (2016), donde analizó la situación actual del balneario mediante la investigación exploratoria permitiéndole determinar que la falta de promoción turística afecta directamente a la escasa afluencia de turistas, diseñando posteriormente un plan promocional para impulsar el turismo en Yanayacú Conchancay.

Se utilizó estas referencias por la similitud que estas presentan con la presente investigación realizada en el atractivo turístico Cerro Bravo del cantón Buena fe, con la cual se busca obtener mayor afluencia de turistas mediante la mejora e implementación de facilidades turísticas y estrategias de promoción, para contribuir con el desarrollo comunitario del cantón.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización.

El proyecto de investigación se llevó a cabo en uno de los atractivos naturales llamado “Cerro Bravo” ubicado en el sector Nueva Esperanza perteneciente al cantón Buena Fe.

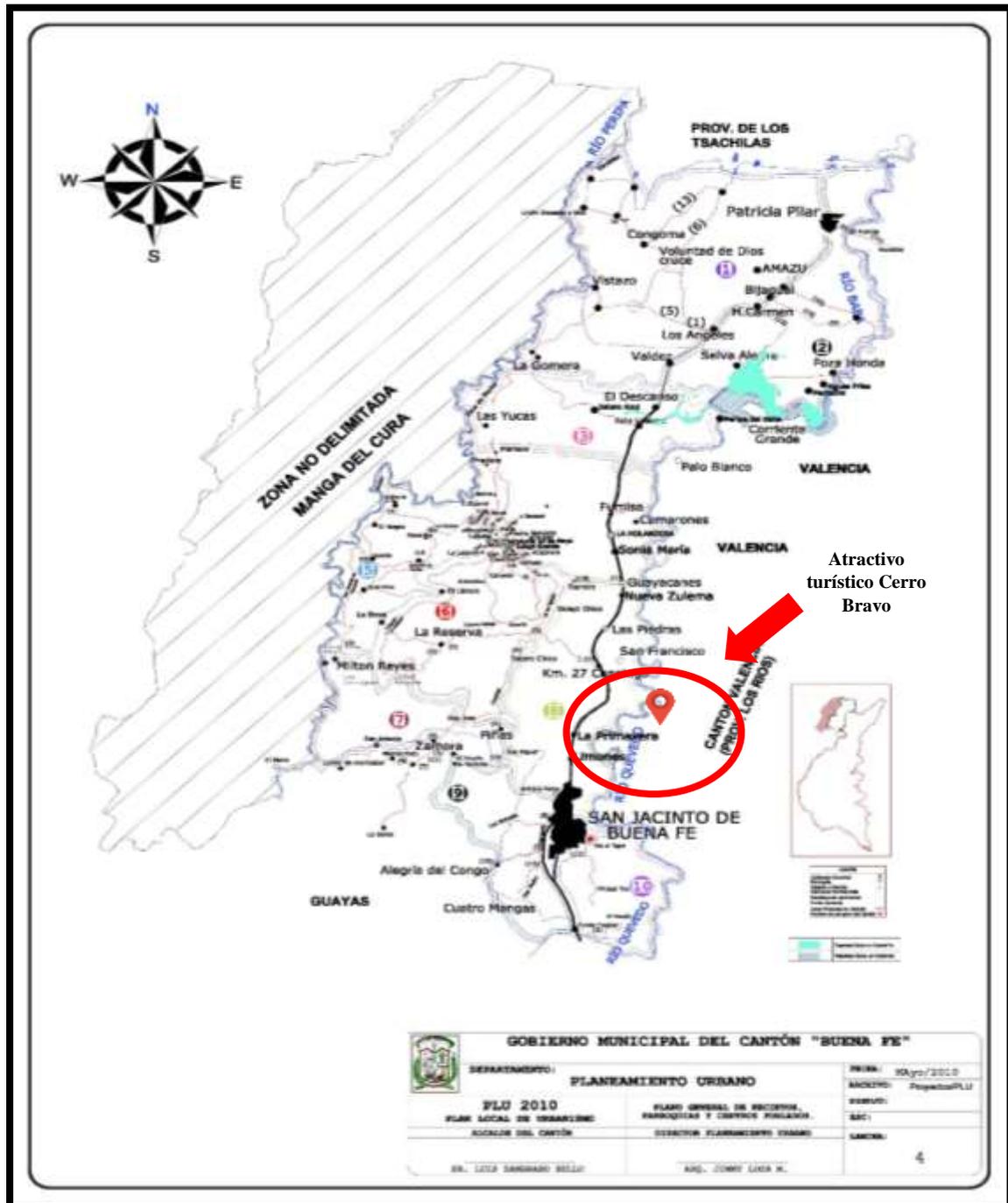


Figura 1. Mapa de ubicación del atractivo.
Fuente: GAD Municipal del Cantón Buena Fe.

Datos de interes.

1. Límites.

El atractivo turístico Cerro Bravo limita al norte con el recinto Nueva Zulema, al sur y al oeste con el recinto Cuatro Mangas, y al este con la parroquia Federico Intriago.

2. Condiciones edafoclimáticas.

Tabla 1. Condiciones edafoclimáticas del cantón Buena Fe

VARIABLES	VALORES
Altitud	103,478 msnm
Precipitación media anual	1998 mm/año
Temperatura media anual	24,3 – 24,10°C
Humedad relativa	82 – 90%
Heliofanía	1000 horas luz en el año
Evaporación	103 mm/mes
Zona de vida	bh-T
Topografía	Irregular
Tipo de Suelo	Franco arcilloso

FUENTE: VILLACÍS, P. (2014).

3.2. Tipo de investigación.

Para llevar a cabo el proyecto se utilizó la investigación de campo mediante visitas al atractivo, siendo muy útil para identificar los problemas en las instalaciones que posee el lugar. Además fue necesaria la investigación exploratoria para la recolección de datos, mediante entrevistas a los propietarios del lugar y la ejecución de encuestas a los visitantes del sector, para conocer la percepción, al igual que la investigación bibliográfica para desarrollar los objetivos propuestos.

3.3. Métodos de investigación.

- **Método de observación:** Este método sirvió para las visitas que se realizaron al sitio de investigación para conocer que sucede en las inmediaciones del área de estudio.
- **Método exploratorio:** El objetivo de este método fue de examinar las necesidades o los problemas que presenta el atractivo turístico, permitiendo recopilar información mediante las salidas de campo.
- **Método inductivo:** Con la utilización de este método se buscó sacar conclusiones gracias a la observación y organización de datos recolectados.
- **Método deductivo:** Este método sirvió para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) del atractivo y que permitió llegar a conclusiones precisas mediante los fenómenos particulares y determinar alternativas de solución.

3.4. Fuentes de recopilación de información.

La recolección de información se obtuvo mediante citas bibliográficas siendo esta una de las principales fuentes, además de entrevistas realizadas a los administradores/propietarios, así como de resultados obtenidos de las encuestas que se realizaron a la población.

3.5. Diseño de la investigación.

Diagnóstico de la situación actual de los recursos del atractivo turístico.

En la investigación se realizó un análisis de la situación actual del atractivo con técnicas y procedimientos recolectando información tanto de sus propietarios así como de observación directa permitiendo tener una visión más amplia de la situación en la que se encuentra actualmente el atractivo.

Aplicar un análisis FODA para mejorar la oferta del atractivo turístico.

Mediante el análisis FODA que se aplicó se pudo obtener un diagnóstico interno preciso y que en función de ello, se obtuvo una lista que permitió conocer en forma general las debilidades y fortalezas que posee el lugar, conociendo así mismo sus oportunidades y amenazas, pasando luego a analizar cada uno de estos aspectos mediante su respectiva ponderación. Por lo tanto se buscó estrategias para mejorar la oferta del atractivo turístico, sirviendo como base para establecer el plan de mejora.

Desarrollar la propuesta del plan de mejora del atractivo turístico Cerro Bravo.

La propuesta del plan de mejora se desarrolló bajo el análisis del escenario turístico el cual estuvo encauzado en mejorar las áreas tanto social como turística sirviendo de apoyo las encuestas realizadas mediante el método Likert para lo cual fue necesario aplicar la fórmula de la muestra.

$$n = \frac{z^2 N p q}{(e^2)(N - 1) + (z)^2 p}$$

Dónde:

n= tamaño muestra

z = nivel de confianza 95 % = 1.96

p = Probabilidad de ocurrencia 50 % (0.50)

q = Probabilidad de no ocurrencia 50 % (0.50)

N = tamaño de la población 600

e = error 5 % (0.05)

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 600 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(600 - 1) + 1.96^2 * 0.5}$$

$$n = \frac{576.24}{3.4183}$$

$$n = 169$$

3.6. Instrumentos de investigación.

Para llevar a cabo la investigación fue necesario utilizar el método Likert para realizar preguntas en la ejecución de las encuestas, la observación directa también sirvió para dar cumplimiento a los objetivos propuestos al igual que la recopilación de información mediante análisis de documentos.

3.7. Tratamiento de los datos.

El tratamiento de los datos se realizó utilizando Microsoft Office como Word, Excel y PowerPoint.

3.8. Recursos humanos y materiales.

3.8.1. Recursos humanos.

Para la elaboración del proyecto se contó con la ayuda y apoyo del Ing. Ángel Yépez como tutor del proyecto de investigación, contando además con la ayuda del propietario Sr. Ángel García y de su señora esposa.

3.8.2. Recursos materiales.

Para desarrollar los objetivos planteados en el proyecto de investigación se emplearon los siguientes materiales:

- **Materiales bibliográficos:** Tesis, libros, revistas.
- **Materiales tecnológicos:** Computadora, GPS, impresora, hojas A4, Cámara fotográfica, Internet, Pendrive, Software informático.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Diagnóstico de la situación actual de los recursos del atractivo turístico Cerro Bravo.

4.1.1. Diagnóstico de la situación actual.

El atractivo turístico se encuentra ubicado al noreste de la ciudad a 1.800 metros del área urbana, en la finca Cerro Bravo cuyos propietarios son la familia Ganchozo García, posee una extensión de 3.30 hectáreas, de las cuales 500 metros corresponde al atractivo a orillas del río Baba. Alrededor del atractivo se encuentran plantas de mango y plátano.

4.1.1.1. Identificación de áreas de análisis.

El atractivo turístico tiene a disposición de los visitantes diferentes áreas que son: áreas de alimentos, bebidas y recreativas.

- **Área de alimentos.**

El espacio destinado a esta área es una cabaña con techo de paja toquilla con paredes de 1.20 metros de alto elaboradas de caña, tiene una dimensión de 16 metros cuadrados que se utilizan únicamente para la preparación de alimentos los cuales están en la categoría de comida rápida, además la venta de snacks. La atención está a cargo de la propietaria y de un ayudante quien se encarga de la organización y limpieza del lugar. En cuanto a la vestimenta no se observó utilización de equipo necesario para la manipulación de alimentos (mandil, guantes, cofia, etc.).

- **Área de bebidas.**

Al igual que el área de alimentos esta edificado en forma de cabaña ocupando un espacio de 6 metros cuadrados, donde se expenden bebidas alcohólicas, jugos naturales, refrescos, gaseosas, exhibiéndolas en un enfriador. La atención está a cargo del dueño, cuenta con un lugar adicional acondicionado con mesas y sillas, que también es usada como pista de baile.

- **Área recreativa.**

En esta área se encuentra la cancha de indor futbol, su dimensión es de 270 metros cuadrados no posee césped y en los costados se encuentran asientos realizados en caña protegido con techo de zinc los cuales son utilizados por los espectadores.

Además de ser usada por los visitantes también se realizan campeonatos deportivos. Como parte del área recreativa se suman dos mesas de billar ubicadas frente a la cancha que se alquilan por hora.

- **Área de servicios higiénicos.**

Cuenta con dos baterías sanitarias que son utilizadas tanto por hombres y mujeres, no posee instalación para la descarga de agua en el inodoro por lo que se encuentra en mal estado y se realiza con un recipiente. Adicional a esto tiene 3 vestidores que se usan como cortinas en lugar de puertas. Esta área se encuentra a 10 metros del área de bebidas.

4.1.1.2. Lista de incidentes críticos.

Tabla 2. Lista de incidentes críticos.

N°	Errores
1	No hay horario definido para las comidas
2	No hay horario de atención
3	No existe un menú concertado para ofrecer a los visitantes
4	No existe señalética turística
5	Poca iluminación en el camino y en el atractivo en la noche
6	No se ha realizado un estudio de capacidad de carga de suelo
7	No posee un kit de primeros auxilios en caso de accidentes
8	No se cuenta con un contacto directo en caso de emergencias

Elaborado por: Autora.

4.2. Análisis FODA para mejorar la oferta del atractivo turístico.

Se realizó el análisis FODA para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades del atractivo turístico, así como también las Oportunidades y Amenazas, mediante la información que se ha recolectado, además de proporcionar una visión amplia del escenario y la situación del atractivo con la finalidad de descubrir lo que se puede potenciar.

4.2.1. Matriz de priorización.

Para la formulación de un plan de mejora es necesario realizar el análisis FODA el cual nos ayuda a determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del atractivo con el fin de conocer su estado actual y los factores externos que lo afectan.

Tabla 3. Matriz de priorización.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Recursos Naturales Extensión de la finca Cerca de la urbe Accesibilidad Distribución de las áreas Infraestructura	Ingresos económicos Organización de eventos deportivos Organización de eventos culturales Seguridad interna Propietarios predispuestos a colaborar en el ámbito del turismo Gran afluencia de personas
DEBILIDADES	AMENAZAS
Escaza señalización Poca infraestructura Falta de promoción Poca transportación Falta de facilidades turísticas Poca inversión en construcción de infraestructura No posee permiso de funcionamiento	Contaminación del recurso hídrico por pesticidas Falta de inversión. Inseguridad externa. Carretera sin asfalto. Preocupación de los propietarios por el ingreso de drogas. Centro turístico cercano. Crecida del río en período de lluvia.

Elaborado por: Autora

4.2.1.1. Fortalezas priorizadas.

Las fortalezas son los puntos que están bajo control dentro de una empresa y como tal los atractivos turísticos presentan aspectos positivos internos que los hacen privilegiados frente a otros. La principal fortaleza de Cerro Bravo son los recursos naturales que posee (río, flora, fauna, etc.), otra fortaleza es la accesibilidad para ingresar debido a su gratuidad, la infraestructura también se considera una fortaleza importante porque estas brindan confort al visitante.

Tabla 4. Priorización de fortalezas.

FORTALEZAS	1	2	3	4	5	6	Puntaje	Porcentaje del total
1 Recursos Naturales	0.5	1	1	1	1	1	5.5	32.35
2 Extensión de la finca	0	0.5	0	0	0	0	0.5	2.94
3 Cerca de la urbe	0	0	0.5	0	0	0	0.5	2.94
4 Accesibilidad	0	1	1	0.5	1	1	4.5	26.47
5 Distribución de las áreas	0	1	1	0	0.5	0	2.5	14.71
6 Infraestructura	0	1	1	0	1	0.5	3.5	20.59
TOTAL							17.0	100.00

Elaborado Por: Autora.

4.2.2.2. Oportunidades priorizadas.

Las oportunidades son los aspectos que se pueden desarrollar para ser aprovechados a pesar de no tener un control directo de ellas, la predisposición que tienen los propietarios de colaborar en el ámbito del turismo es la principal oportunidad que posee el atractivo seguido de los ingresos económicos que se generan y la organización de eventos deportivos que contribuyen a que exista gran afluencia de personas.

Tabla 5. Priorización de oportunidades.

OPORTUNIDADES	1	2	3	4	5	6	Puntaje	Porcentaje del total
1 Ingresos económicos	0.5	1	1	1	0	0	3.5	19.44
2 Organización de eventos deportivos	0	0.5	1	1	0	1	3.5	19.44
3 Organización de eventos culturales	0	0	0.5	1	0	1	2.5	13.89
4 Seguridad interna	0	0	0	0.5	0	0	0.5	2.78
5 Propietarios predispuestos a colaborar en el ámbito del turismo	1	1	1	1	0.5	0	4.5	25.00
6 Gran afluencia de personas	1	0	0	1	1	0.5	3.5	19.44
TOTAL							18.0	100%

Elaborado por: Autora.

4.2.2.3. Debilidades priorizadas.

Las debilidades son las desventajas que hacen que la empresa no logre sus objetivos, en Cerro Bravo, la poca inversión en construcción de infraestructura es un factor que acompañado con escasa infraestructura, inexistencia de facilidades turísticas además de no poseer permiso de funcionamiento seguido de la falta de promoción evitan el desarrollo turístico positivamente.

Tabla 6. Priorización de debilidades.

DEBILIDADES	1	2	3	4	5	6	7	Puntaje	Porcentaje del total
1 Escaza señalización	0.5	0	0	0	0	0	1	1.5	6.67
2 Escaza infraestructura	1	0.5	1	1	1	0	0	4.5	20.00
3 Falta de promoción	1	0	0.5	1	0	0	0	2.5	11.11
4 Poca transportación	1	0	0	0.5	0	0	0	1.5	6.67
5 Falta de facilidades turísticas	1	0	1	1	0.5	0	1	4.5	20.00
6 Poca inversión en construcción de infraestructura	0	1	1	1	1	0.5	1	5.5	24.44
7 No posee permiso de funcionamiento	0	0	1	1	0	0	0.5	2.5	11.11
TOTAL								22.5	100%

Elaborado por: Autora.

4.2.2.4. Amenazas priorizadas.

Los riesgos externos que no se pueden controlar pero se pueden hacer frente se identifican como amenazas, la falta de inversión es un obstáculo para el avance turístico, también la contaminación provocada por los químicos utilizados en la bananera es un factor de riesgo, seguido de la inseguridad externa a esto se suma la preocupación de los propietarios por el ingreso de drogas, causando un efecto negativo al lugar.

Tabla 7. Priorización de amenazas.

AMENAZAS	1	2	3	4	5	6	7	Puntaje	Porcentaje del total
1 Contaminación del recurso hídrico por pesticidas	0.5	0	1	0	1	1	1	4.5	23.08
2 Falta de inversión	1	0.5	1	0	1	1	1	5.5	28.21
3 Inseguridad externa	0	0	0.5	0	0	1	1	2.5	12.82
4 Carretera sin asfalto	0	0	0	0.5	0	1	0	1.5	7.69
5 Preocupación de los propietarios por el ingreso de drogas.	0	0	0	0	0.5	1	1	2.5	12.82
6 Centro turístico cercano	0	0	0	0	0	0.5	1	1.5	7.69
7 Crecida del río en período de lluvia.	0	0	0	1	0	0	0.5	1.5	7.69
TOTAL								19.5	100%

Elaborado por: Autora.

4.2.2.5. Conclusión del análisis FODA.

Las características que posee el atractivo turístico tanto positivo (Fortalezas y oportunidades) como su condición externa (debilidades y amenazas) permitirán realizar un plan de mejora más objetivo direccionado específicamente a las variables que afectan al desarrollo comunitario y turístico del atractivo.

El rango de ubicación queda de la siguiente manera:

Tabla 8. Rango de ubicación.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Recursos Naturales	Poca inversión en construcción de infraestructura
Accesibilidad	Escasa infraestructura
Infraestructura	Falta de facilidades turísticas
	No posee permiso de funcionamiento
	Falta de promoción
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Propietarios predispuestos a colaborar en el ámbito del turismo	Falta de inversión
Ingresos económicos	Contaminación del recurso hídrico por pesticidas
Organización de eventos deportivos	Seguridad externa
Gran afluencia de personas	Preocupación de los propietarios por el ingreso de drogas.

Elaborado por: Autora.

4.3. Propuesta del plan de mejora para el atractivo turístico Cerro Bravo.

4.3.1. Análisis de resultados de la muestra encuestada.

Para la realización de la propuesta fue necesario hacer un estudio de campo, para lo cual fue necesario elaborar un banco de preguntas utilizando el método Likert para conocer el grado de satisfacción de los visitantes acerca de los servicios ofertados, los que serían necesarios mejorar, además de los que se podrían implementar. Las encuestas se realizaron a una muestra de 169 personas de las 600 que normalmente acuden al atractivo.

Obteniendo los siguientes resultados.

1. Edad.

Se encuestó a los visitantes de 15 años en adelante, siendo la mayor concentración de personas ubicadas en el rango de 15 a 25 años 37% (63), seguido de las de 26 a 35 años donde se agrupa el 23% (39) de los encuestados, mientras que un mínimo de 11% (19) corresponde a las edades de 56 a 75 (Figura 2).

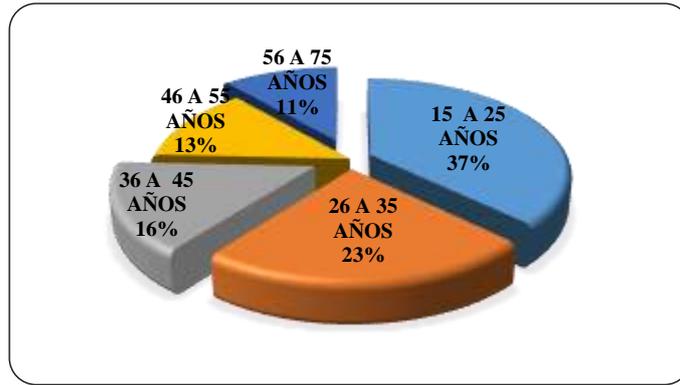


Figura 2. Rango de edades.
Elaborado por: Autora

2. Género.

Del 100% de los encuestados el 56% (95) representa a personas del género masculino y 44% (74) restante corresponde al género femenino (Figura 3).

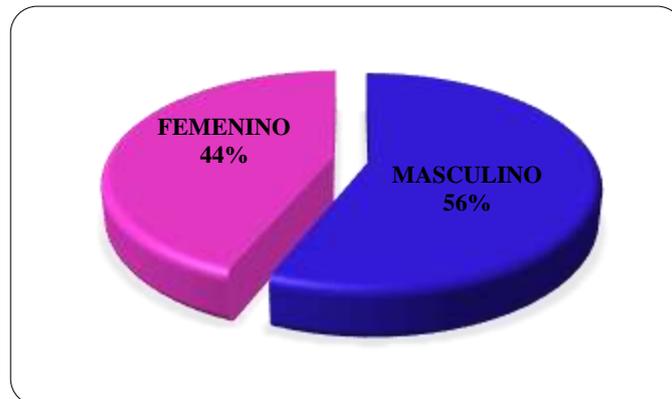


Figura 3. Género.
Elaborado por: Autora

3. Lugar de procedencia.

Del total de encuestados se obtuvo que el 93% (157) son visitantes locales, y en el 7% (12) indican que su procedencia es regional y provincial (Figura 4).

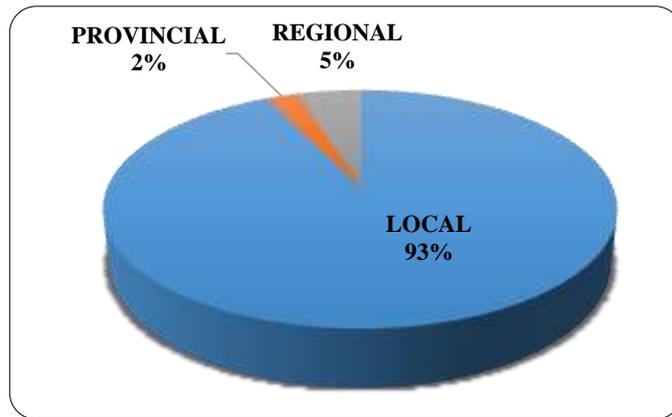


Figura 4. Lugar de procedencia
Elaborado por: Autora

4. Visita anterior.

La mayoría de los encuestados manifestó haber visitado el atractivo turístico en ocasiones anteriores (94%) y solo una mínima cantidad de ellos estaban allí por primera vez, estos representa el 6% del total de personas consideradas en la muestra (Figura 5).

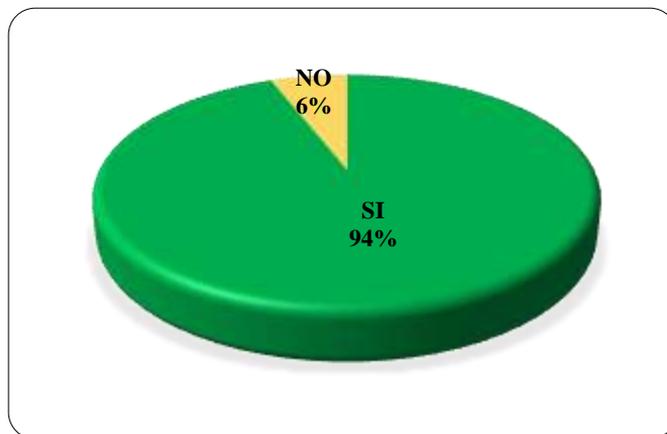


Figura 5. Visita anterior.
Elaborado por: Autora

5. Frecuencia de visita.

Al preguntar a las personas la frecuencia con la que visitan el atractivo, aquellas que manifestaron que lo hacían frecuentemente representan el 87% (138) de los encuestados declararon que no estaban allí por primera vez.

Siendo solo un 7% de ellos que lo hacen muy frecuentemente, y tan solo el 6% lo visita raramente u ocasionalmente (Figura 6).

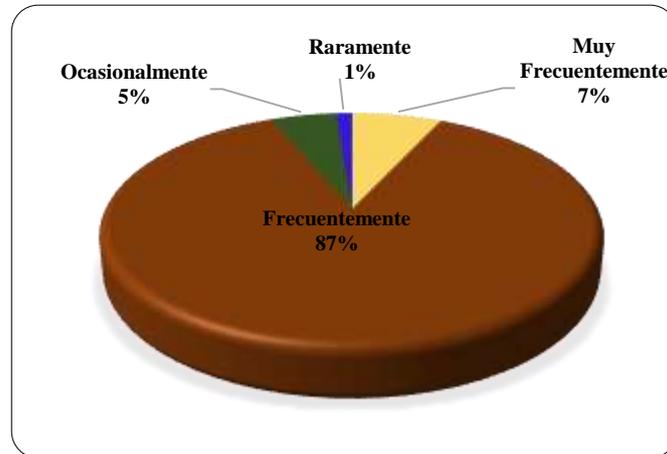


Figura 6. Frecuencia de visita.
Elaborado por: Autora

6. Conocimiento de la existencia del lugar

El 83% de las personas seleccionadas en la muestra conocieron de la existencia del atractivo por la cercanía a su lugar de residencia, solo el 9% (15) se enteró de su existencia por medio de recomendación y el 8% lo descubrieron en las redes sociales o por su interés por conocer nuevos atractivos (Figura 7).

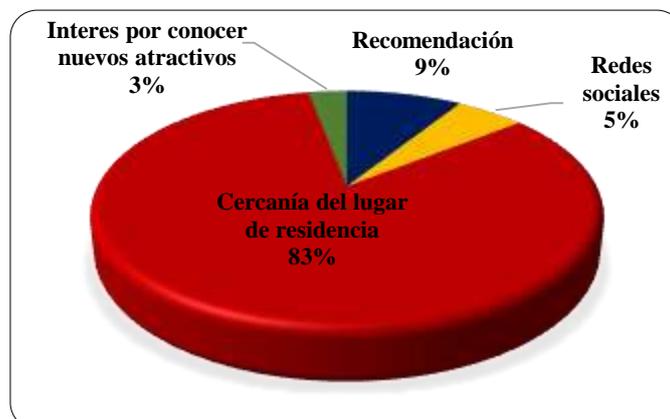


Figura 7. Conocimiento de la existencia de lugar.
Elaborado Por Autora.

7. Importancia de promoción del atractivo

Para el 57% de los visitantes que se encuestaron es muy importante promocionar el atractivo turístico, mientras el 42% lo considera importante, solo un grupo reducido de personas (1%) consideran moderadamente importante el promocionar el sitio como un atractivo turístico **Figura 8**(Figura 8).



Figura 8. Importancia de promoción del atractivo.
Elaborado Por: Autora.

8. Importancia de mejorar el área de alimentos.

Con relación a si se debería el área de alimentos la mayoría de las personas encuestadas (64%) lo consideran moderadamente importante, mientras que el 24% estableció que es importante realizar mejoras en esa área. El 12% de los de los que respondieron a la encuesta optaron por muy importante y de poca importancia (Figura 9).

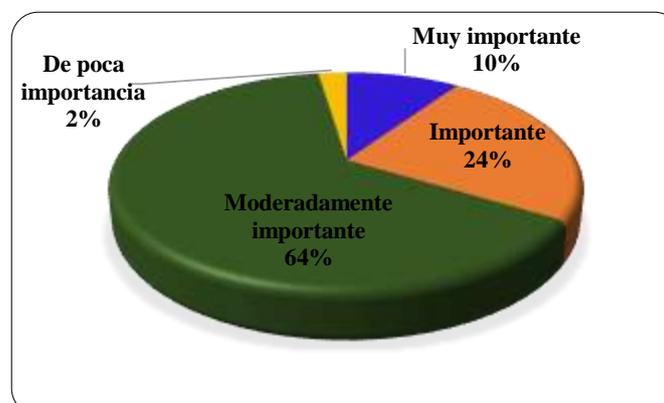


Figura 9. Importancia de mejorar el área de alimentos.
Elaborado por autora.

9. Mejora del menú ofertado.

El 69% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo con mejorar el menú que se ofrece en el atractivo. Considerando que en su mayoría los visitantes pertenecen a la localidad 93%(Gráfico 4). Mientras el 18% se mostraron indecisos, el 13% dice estar totalmente de acuerdo tomando en cuenta que el 7%(Gráfico 4) indicó que procede de otra provincia y región (Figura 10).

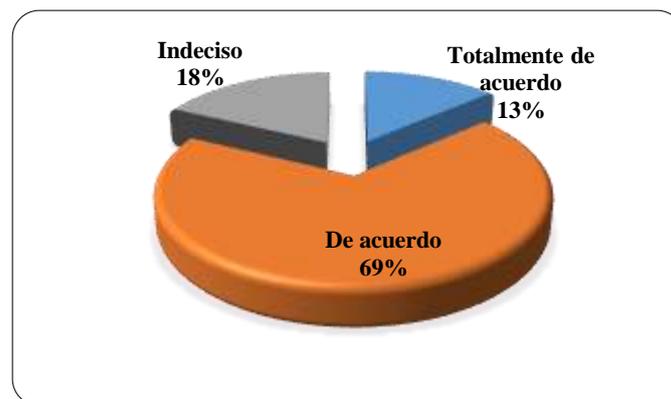


Figura 10. Mejora del menú ofertado.
Elaborado por: Autora.

10. Importancia de mejorar la cancha de indor y sus asientos.

El área recreacional es considerada una de las mayores atracciones para los visitantes que llegan al lugar, es por ello que el 36% piensa que es muy importante que se realicen mejoras a la cancha de indor y sus asientos, así también el 33% lo considera importante y otro 23% respondió a esta pregunta como moderadamente importante, solo el 8% le dio poca importancia (Figura 11).



Figura 11. Importancia de mejorar la cancha de indor y sus asientos.
Elaborado por: Autora.

11. Importancia de mejorar los baños y vestidores.

Un área que tiene gran relevancia es la de los servicios higiénicos, por tal razón de los 169 visitantes que formaron parte de la muestra encuestada que el 56%(95) consideran muy importante que se realicen mejoras tanto en el área de los baños como en los vestidores, de igual manera el otro 44%(74) restante manifestó que es importante el mantenimiento que se le debe dar a estos (Figura 12).

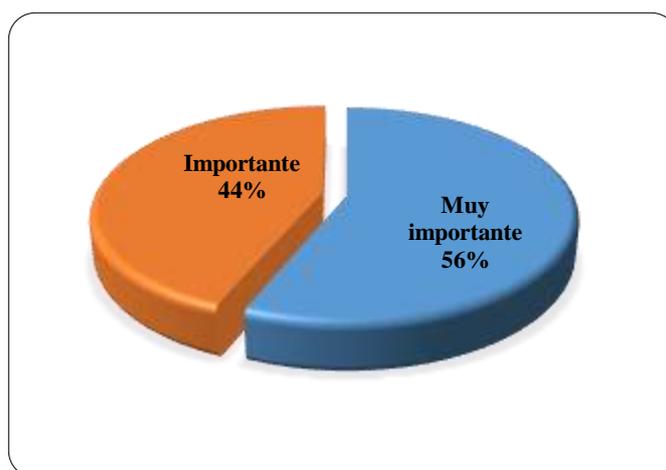


Figura 12. Importancia de mejorar los baños y vestidores
Elaborado por: Autora.

12. Implementación de parqueadero.

Casi la totalidad de visitantes que fueron encuestados (93%) está totalmente de acuerdo en que se implemente un parqueadero en el atractivo, debido a que la ubicación de los vehículos se convierte en una molestia para los asistentes que se desplazan dentro del lugar. Tan solo el 6% dice estar de acuerdo y el 1% de ellos se mostraron indecisos (Figura 13).

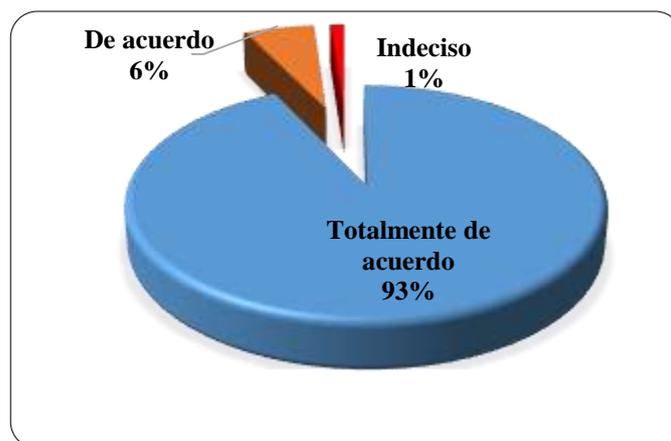


Figura 13. Implementación de parqueadero.
Elaborado por: Autora.

13. Implementación de un área de juegos infantiles.

El 85% de la muestra encuestada reaccionó positivamente (48% de acuerdo y 37% totalmente de acuerdo) a la implementación de un área de juegos infantiles debido a que esto ayudaría al atractivo incrementando el número de visitantes, además de servir como estrategia en épocas de lluvia. El 8% se mostraron indecisos y en cuanto al 7% restante indicaron estar en desacuerdo (Figura 14).

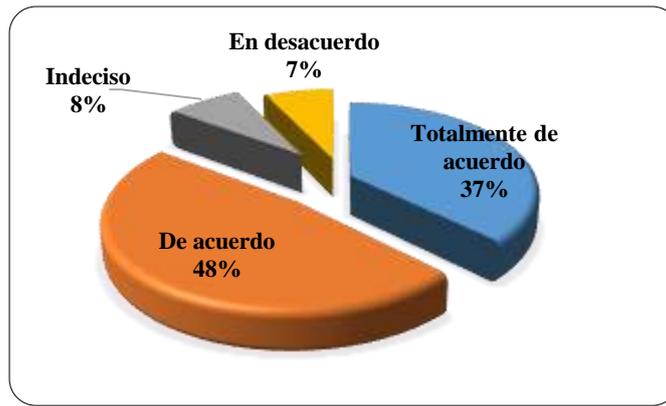


Figura 14. Implementación de juegos infantiles.
Elaborado por: Autora.

14. Implementación de señalética.

Siendo la señalética turística una herramienta de gestión del espacio y que contribuye a la información, orientación, prevención y seguridad de los visitantes, las personas encuestadas en su mayoría (75%) consideran que es muy importante que se implemente este tipo de guía en el atractivo, e l otro 20% concuerda con que es importante y el 5% de los visitantes a los que se les realizó la encuesta manifestó que es moderadamente importante (Figura 15).



Figura 15. Implementación de señalética.
Elaborado por: Autora.

4.3.1.1. Conclusión de los resultados obtenidos de la encuesta.

Los visitantes que formaron parte de la muestra encuestada alrededor del 71% declararon que es importante realizar mejoras en las diferentes áreas (ver anexo 3) del atractivo. Y en cuanto a implementarse nuevos espacios y servicios el 94% respondió de manera positiva ante esta propuesta.

Estos resultados muestran la necesidad que tiene el visitante de contar con mejores y renovados servicios y así sentirse motivados a volver, contribuyendo con la promoción del lugar haciendo recomendaciones positivas, sirviendo de herramienta para aumentar el porcentaje de visitas de procedencia regional y provincial.

4.3.2. Propuesta del plan de mejora para el atractivo turístico Cerro Bravo.

4.3.2.1. Justificación.

Mediante la investigación de campo realizada se determinó la situación actual del atractivo identificando las necesidades que presenta cada una de las áreas establecidas, además de detectar la ausencia de espacios que requiere el lugar para ser considerado como un centro turístico. Por lo expuesto anteriormente y para llevar a cabo el proyecto se elabora un plan de mejora con el objetivo de fomentar el desarrollo comunitario del cantón Buena fe.

4.3.2.2. Objetivos.

4.3.2.2.1. Objetivo General.

- Mejorar el servicio que proporciona el atractivo Cerro Bravo para fomentar el desarrollo comunitario del cantón Buena fe.

4.3.2.2.2. Objetivos Específicos.

- Mejorar la infraestructura y servicios en las diferentes áreas establecidas que ofrece el atractivo a sus visitantes.
- Crear facilidades turísticas para fortalecer el turismo dentro del atractivo.
- Realizar un presupuesto económico referencial para cada mejora e implementación.

4.3.2.3. Desarrollo de la propuesta.

4.3.2.3.1. Mejora de infraestructura y servicio.

La infraestructura con la que cuentan los atractivos turísticos y los servicios que estos prestan a los visitantes juegan un papel importante en la realización de la actividad turística, debido a que son considerados básicos para la satisfacción de los usuarios, por lo que es de gran relevancia estar en constante innovación, ya que en la actualidad el turista requiere servicios de excelencia para cubrir sus necesidades.

Mediante el método de observación que se realizó se verificó las deficiencias en las áreas existentes así como en los servicios que se ofertan, igualmente basados en los resultados de la muestra encuestada el 71.25% de los visitantes considera importante realizar mejoras en las distintas áreas y servicios (alimentos y bebidas, menú, recreación, SS.HH) que existen en el atractivo.

Se proponen las siguientes mejoras:

a) Área de alimentos.

A partir de los criterios obtenidos, los visitantes de procedencia regional y provincial consideran muy importante realizar mejoras en esta área a diferencia de los visitantes locales que opinaron como moderadamente importante esta propuesta, pero en vista a la gran importancia que posee esta área para atraer al visitante de otros sectores, es necesario realizar cambios e implementaciones.

En lo que se refiere a la infraestructura es factible que se realicen cambios con materiales de la zona para conservar su enfoque rústico y no ocasionar un impacto en el espacio natural. Se plantea que se realice ventanales de caña que garanticen la protección y seguridad de esta área. Entre las implementaciones que se consideran importantes esta la adquisición de equipos de cocina como congelador para la conservación de los alimentos, cocina industrial para una preparación más eficaz del menú, parrilla para ofrecer más variedad en cuanto a comida, además la peladora y picadora de papa. Los utensilios que se sumarían a la implementación son: pailas, ollas, sartenes, bowls, bandejas, cuchillos, tablas de picar, vajilla, cucharas y porta cubiertos.

Para lo que corresponde a la indumentaria necesaria de los miembros que atienden esta área se recomienda la utilización de cofia, mandil y guantes de látex, para mantener la higiene así como diferentes limpiadores que servirán para la limpieza de manos y manipulación de alimentos.

b) Área de bebidas.

Al igual que el área de alimentos es imprescindible que se efectúe la creación de un ventanal para otorgar seguridad sin perder el contacto con el cliente, al igual que el incremento de un exhibidor de bebidas para otorgar una mayor visibilidad de los productos, además de la compra de vasos y se propone la adquisición de un congelador mediante convenio con una empresa expendedora de helados.

c) Menú.

Más de la mitad de los encuestados indicaron estar de acuerdo en que se realicen mejoras en el menú por lo tanto se propone ofrecer a los visitantes platos típicos como: tilapias asadas, maito de tilapia, tongas, bollo, fritada. En cuanto a temporadas altas y feriados se ofrecería una variedad de ceviches y dentro de la comida rápida incrementar empanadas de harina y chuzos, son algunas de las opciones para mejorar el servicio y atraer al tipo de turista que gusta de la gastronomía.

d) Área de recreación.

Una de las razones por las que el atractivo es más visitado se debe a los eventos deportivos y culturales que allí se realizan y teniendo como referencia el resultado obtenido de la investigación de campo determinó que la cancha de fútbol y sus asientos requieren las siguientes mejoras: colocación de césped natural en la cancha, arreglo de arcos y reparación de los asientos.

e) Vestidores y Servicios higiénicos.

En lo que se refiere a esta área se observó la necesidad de realizar mejoras que ofrezcan seguridad a la privacidad del usuario al utilizar estos servicios, además de tomar en cuenta el nivel de importancia (56% muy importante y 44% importante) que le dieron las personas encuestadas a este tema.

La colocación de puertas en baños y vestidores es la principal adecuación que se debe realizar seguido de la instalación de tuberías de agua en las baterías sanitarias y lavamanos, también se requiere instalar ganchos colgantes en los vestidores.

4.3.2.3.2. Creación de facilidades turísticas.

Las facilidades turísticas están constituidas por todos aquellos servicios e instalaciones destinadas para facilitar la estancia de los visitantes y atraer su interés. Dentro del atractivo se pudo observar el poco espacio de áreas que contribuyan a brindar un mejor confort a las personas que acuden y la señalización que les permita mantenerlos orientados e informados. En promedio el 65.5% (ver anexo 2) de los visitantes a los que se les preguntó si están de acuerdo en la implementación de nuevos espacios manifestaron estar totalmente de acuerdo en que se de las siguientes implementaciones:

a) Parqueadero.

El área delimitada para la realización de este espacio será de 17x28 metros cuadrados, la ubicación de los vehículos será en dos hileras con la capacidad de 16 aparcamientos normales (2.5 x 5) y 4 destinados para personas con discapacidad (3.2 x 5) los cuales estarán ubicados 2 en cada hilera y en la entrada de esta área. En lo referente al piso del parqueadero se lo adecuará con lastre y plantas ornamentales.

b) Área de juegos infantiles.

El atractivo turístico recibe visitantes de todas las edades, según los resultados obtenidos en la encuesta el 85% de los encuestados mostraron un nivel de acuerdo (37% totalmente de acuerdo y 48% de acuerdo) ante la interrogante de la creación de juegos infantiles. Para lo cual se propone que la implementación de estos sea con materiales amigables con el medio ambiente y a su vez contribuyan con la distracción de los más pequeños. El área destinada abarcará 32 metros cuadrados, los juegos con los que contará son los siguientes: columpios, resbaladera, pasamanos, sube y baja, además de un muro de escalar. Para el piso será prudente y ecológico la colocación de césped.

c) Señalética turística.

La señalética turística es una facilidad que servirá para guiar a los turistas hacia los servicios disponibles dentro de atractivo. Los tipos de señalética que se implementara serán de carácter informativo, interpretativo y de orientación los cuales estarán distribuidas de la siguiente manera: a) para otorgar información general de la distribución de las áreas dentro del atractivo se colocara un panel informativo en la entrada así como otras que serán ubicadas en cada área donde sean visibles para los usuarios, b) las interpretativas serán colocadas en los baños y en los lugares destinados para los recipientes de basura y c) en lo que corresponde a señalética de orientación se ubicará en un punto estratégico para dar secuencia y continuidad del camino a las personas que buscan llegar al atractivo.

d) Promoción del atractivo.

La promoción es una herramienta necesaria para dar a conocer un producto, un servicio o un lugar es por esto que la mayoría de la muestra encuestada (57%) respondió ante esta pregunta que es muy importante promocionar el atractivo. Para ello se propone darle un mejor uso a la cuenta de Facebook creada con anterioridad con una inversión mínima diaria, la cual se pagaría totalmente cada mes mediante debito bancario, así como el perifoneo los que servirán como estrategia para dar a conocer el lugar, los servicios que se busca implementar y también promocionar los eventos deportivos y culturales que se realizan.

4.3.2.3.3. Presupuesto económico referencial.

a) Presupuesto de mejoras.

Las presentes tablas muestran el presupuesto requerido para las mejoras planteadas de las diferentes áreas y servicios con las que cuenta el atractivo.

Tabla 9. Adecuación del área de alimentos.

Programa: Mejora de facilidades turísticas		
Localización: Área de alimentos.		
Descripción de la mejora:		
Con la mejora de esta área se podrá brindar un servicio más eficiente, además de dar comodidad a los encargados de la preparación de los alimentos.		
Detalle de inversión:		
Modernización de infraestructura	Materiales de construcción	104,00
	Mano de obra	60,00
Adquisición de equipos y utensilios de cocina	Congelador	250,00
	Cocina Industrial	155,00
	Parrilla	130,00
	Peladora de papa	16,00
	Picadora de papa	18,00
	Utensilios de preparación	147,00
	Utensilios de servicio de mesa	65,00
Indumentaria	4 Mandiles	15,00
	Caja de Guantes	7,30
	Cofias x 100	23,00
TOTAL		990,30

Elaborado por: Autora.

Tabla 10. Adecuación del área de bebidas.

Programa: Mejora de facilidades turísticas		
Localización: Área de bebidas		
Descripción de la mejora:		
La mejora y adquisición de nuevos equipos contribuirá a aumentar la capacidad de ofrecer nuevos y variados productos.		
Detalle de inversión:		
Modernización de infraestructura	Materiales de construcción	70,00
	Mano de obra	40,00
Adquisición de equipos	Exhibidor	450,00
Utensilios	50 Vasos	25,00
Equipo bajo convenio	Inversión mínima en helados	150,00
TOTAL		735,00

Elaborado por: Autora.

Tabla 11. Mejora del menú.

Programa: Mejora de facilidades turísticas		
Localización: Área de alimentos		
Descripción de la mejora:		
La propuesta de mejora del menú es equivalente al gasto de un fin de semana, incluido aquellos platos que se ofertaran en temporadas altas como feriados.		
Detalle de inversión:		
Producto	Cantidad Kg/Paq.	Costo
Tilapia	13 Kg	78,00
Gallina criolla	24 lbs	43,20
Carne de cerdo	45 lbs	101,25
Arroz	30 lbs	10,50
Camarón	20 lbs	50,00
Pescado picudo	20 lbs	40,00
Carne de res	5 lbs	12,50
Chorizos	4 kg	18,00
Discos de harina	4 paq	4,80
Queso	3 lbs	7,50
Condimentos y otros		10,00
TOTAL		375,75
Elaborado por: Autora		

Tabla 12. Mejora del área de recreación.

Programa: Mejora de facilidades turísticas		
Localización: Área de recreación.		
Descripción de la mejora:		
La importancia de mejorar esta área es debido a que es uno de los motivos por los cuales los visitantes se sienten atraídos y el modernizarlas contribuirá a aumentar la asistencia de personas que disfrutan del deporte.		
Detalle de inversión:		
Modernización de infraestructura	Materiales de construcción	260,00
	Mano de obra	40,00
	Césped natural	1300,00
TOTAL		1600,00
Elaborado por: Autora.		

Tabla 13. Mejora del área de SS. HH. y vestidores

Programa: Mejora de facilidades turísticas		
Localización: Área de SS.HH y vestidores		
Descripción de la mejora:		
Al realizar mejoras de estos servicios se ofrece cubrir las expectativas de los visitantes con instalaciones en condiciones adecuadas.		
Detalle de inversión:		
	Materiales de instalación	40,00
Modernización de infraestructura	Mano de obra	50,00
	Puertas	450,00
	Ganchos colgantes	6,00
	TOTAL	546,00
Elaborado por: Autora.		

b) Presupuesto de implementaciones.

La implementación de nuevas facilidades aportará a que haya una adecuada organización en las diferentes áreas, para que el visitante tenga un mejor esparcimiento y las estrategias de promoción servirán para incrementar el turismo dentro del atractivo.

Tabla 14. Implementación de parqueadero.

Programa: Implementación de facilidades turísticas		
Localización: Entrada al atractivo		
Descripción de la mejora:		
Esta facilidad se implementará con el objeto de brindar comodidad a los visitantes.		
Detalle de inversión:		
	Aplanadora	20,00
Alquiler de maquinarias	Cargadora Frontal	20,00
	Volqueta	20,00
	4 volquetadas de lastre	240,00
Materiales y mano de obra	300 Plantas ornamentales	150,00
	Mano de obra	45,00
TOTAL		495,00
Elaborado por: Autora.		

Tabla 15. Implementación de juegos infantiles

Programa: Implementación de facilidades turísticas		
Localización: Área de recreación		
Descripción de la mejora: Los juegos infantiles contribuirán a la ampliación del área de recreación los cuales estarán disponibles a todo el público.		
Detalle de inversión:		
Alquiler de maquinarias	Cargadora frontal	20,00
	Aplanadora	20,00
	Volqueta	20,00
	Césped	160,00
	Madera	750,00
Materiales y mano de obra	Clavos	3,00
	Cabo	120,00
	Pernos	36,00
	Brochas	4,50
	Barniz	8,00
	Plancha de tool	46,00
	TOTAL	1187,50

Elaborado por: Autora.**Tabla 16.** Implementación de señalética turística.

Programa: Implementación de facilidades turísticas		
Localización: Diferentes áreas		
Descripción de la mejora: La colocación de señalética facilitará el desplazamiento de los visitantes por las diferentes áreas del atractivo.		
Detalle de inversión:		
Señalética	Planchas de tool	69,00
	Letreros adhesivos	87,00
	Pernos	6,00
	Madera	30,00
	Mano de obra	20,00
TOTAL	212,00	

Elaborado por: Autora.

Tabla 17. Promoción turística del atractivo

Programa: Promoción turística		
Localización: Área urbana		
Descripción de la mejora: Las estrategias de promoción serían utilizadas ante la realización de eventos tanto culturales como deportivos y en temporadas altas.		
Detalle de inversión:		
Medios de difusión	Perifoneo	20,00
	Anuncios en Facebook	30,00
TOTAL		50,00
Elaborado por: Autora.		

Tabla 18. Cronograma de actividades de la propuesta del Plan de mejora.

CRONOGRAMA CRONOLÓGICO DE ACTIVIDADES							
PROGRAMA	PROYECTO	2019/2020					
		DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY
MEJORA DE LAS FACILIDADES TURISTICAS	Área de alimentos.	X					
	Menú	X					
	Área de bebidas		X				
	Área de recreación			X			
	Baños y vestidores					X	
IMPLEMENTACION DE FACILIDADES TURISTICAS	Parqueadero					X	
	Área de juegos infantiles						X
	Señalética turística		X				
PROMOCION TURISTICA	Perifoneo			X	X		
	Publicidad en Facebook			X	X		

ELABORADO POR: AUTORA.

4.4. Discusión.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación la mayoría (60%) de visitantes está concentrado en las edades de 15 a 35 años de edad así mismo el 56% de los visitantes pertenecen al género masculino esto se debe a las actividades deportivas en especial los campeonatos de inodor que se realizan en el atractivo. Lo que concuerda con la investigación realizada por Díaz y Holguín (2015), sobre una propuesta de mejora para la comuna de Puerto Engabao, provincia del Guayas para fomentar el desarrollo turístico, donde las edades de los turistas que visitan ese destino turístico esta entre los 18 y 35 años correspondiendo al 65%, en lo referente al género el 55% son hombres lo que determinó que este atractivo es llamativo por los varios campeonatos que se realizan.

Sumba (2017) en su estudio denominado “diseño de un plan de promoción turística para el balneario Yanayacú, Cochancay-La Troncal” obtiene como resultados en las encuestas que el 64% conoció la existencia del lugar a través de referencias personales y el 100% indica que no conoce promoción alguna del atractivo, lo que no concuerda con los resultados de la encuesta efectuada en Cerro Bravo donde el 83% de los encuestados manifiestan conocer el atractivo por la cercanía al lugar donde residen, mientras que solo el 9% supo de su existencia por recomendación y el 5% indicó haberlo conocido por redes sociales.

En la investigación realizada por Bonilla (2014) con el tema “Plan de mejoramiento turístico del centro de supervivencia nativa en la comunidad de Santa Teresita, cantón Aguarico, provincia de Francisco de Orellana” concluye que la comunidad de estudio tiene un gran potencial turístico, pese a esto posee debilidades que se fortalecerán con inversión tanto pública como privada con la finalidad de construir infraestructura para recibir a los turistas. Lo que se asemeja con los resultados obtenidos del análisis F.O.D.A. del atractivo turístico Cerro Bravo el mismo que presenta como debilidad la escasa infraestructura así como poca inversión en la construcción de las mismas.

Mientras tanto Contreras y Pallazhco (2015) en su investigación acerca de “Análisis de las facilidades turísticas disponibles en el balneario La Unión del Cantón Naranjito de la Provincia del Guayas, a fin de desarrollar al balneario como producto turístico” consideran que no se puede brindar un servicio acogedor si no se tiene la infraestructura turística apropiada, concuerdan que las mejoras que se realicen en sus instalaciones sean de preferencia con material ecológico lo que aportaría al incremento económico. Esto coincide con los resultados obtenidos de la encuesta efectuada en el lugar objeto de este estudio donde el 82% de la muestra encuestada están de acuerdo en que se realicen mejoras e implementación siendo parte de la propuesta de que estos se efectúen con materiales amigables con el medio ambiente, lo cual contribuiría con el desarrollo comunitario y a su vez el económico.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se determinó mediante la visita al atractivo Cerro Bravo que este se encuentra en un lugar estratégico para desempeñar actividades turísticas, además de tener la ventaja de contar con recursos naturales que son de interés para los visitantes y al que se puede ingresar gratuitamente. A pesar de esto el lugar no cuenta con las suficientes facilidades turísticas que permitan satisfacer de manera eficiente las necesidades de los visitantes motivo por el cual no se lo considera como un centro turístico disminuyendo la visita de turistas de otras regiones.
- El análisis FODA se realizó con el propósito de encontrar factores que benefician y otros que limitan el desarrollo de la actividad turística. La predisposición que tienen los propietarios en colaborar en el ámbito del turismo, la organización de eventos deportivos y la gran afluencia de personas son ventajas explotables que permiten el desarrollo de la actividad turística. Sin embargo, presenta deficiencias en lo referente a la inversión en construcción de infraestructura, facilidades y promoción colocándolo en una posición desfavorable frente a la competencia.
- La propuesta del plan de mejora está direccionado a contribuir al aumento de visitantes a través de la implementación y mejoras de facilidades y servicios necesarias para captar a turistas que disfrutan la visita a espacios naturales. Por otro lado se detalla formas económicas de promocionar el atractivo especialmente en temporadas altas y ante la realización de eventos deportivos y culturales.

5.2. RECOMENDACIONES.

- Aprovechar el potencial que posee el lugar mediante la constante realización de eventos tanto deportivos como culturales ya que son fortalezas que posee el atractivo y contribuyen al incremento de visitantes que buscan recreación en su tiempo libre.
- Para la ejecución de la propuesta se recomienda realizar un convenio con el GAD Municipal del Cantón Buena fe para realizar eventos en temporadas festivas y feriados para mejorar e incrementar las facilidades con la finalidad de obtener un mayor desarrollo económico tanto para los propietarios como para el cantón.
- Considerando la predisposición que tienen los propietarios a colaborar en el ámbito del turismo se recomienda dar apertura a instituciones y ciudadanía en general a realizar proyectos encaminados al turismo y a la protección del medio ambiente lo que ayudará en la conservación de este espacio natural.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Mexico. Trillas.
- Amaiquema, L. (2015). *Recursos Turísticos*. Recuperado el 06 de Agosto de 2019, de Universidad Técnica de Machala: <http://repositorio.utmachala.edu.ec>
- Boullón, R. (2009). *Las actividades turísticas y recreacionales*. Mexico: Trillas.
- Cáceres, L. (2018). *Propuesta de un Plan de Diversificación Turística para el cantón Girón, Provincia del Azuay*. Universidad de Cuenca. Recuperado el 01 de Diciembre de 2019, de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/30956>
- Cárdenas, T. (2006). *Proyecto turístico*. Mexico: Trillas.
- Castillo, Martinez y Vazquez. (2015). El turismo en Ecuador, nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribucion al crecimiento económico. *Revista Galena de Economía*. Recuperado de: usc.es/econo/RGE/vol24/rge2426.pdf
- Cruz, D. (2014). *Las rutas turísticas y su incidencia en el turismo de aventura en el cantón Archidona, Provincia de Napo*. Universidad Tecnica de Ambato. Recuperado el 01 de Diciembre de 2019, de: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/9341>
- Domínguez, Bernard y Burguete. (s. f.). *Turismo alternativo y tecnología*. Obtenido de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n2/art02.pdf>
- Francesc, P. (2005). *Marco general para el establecimiento, el seguimiento y la revisión de los planes de mejora*. Recuperado el 08 de Agosto de 2019, de Biblioteca de Catalunya.: http://www.aqu.cat/doc/doc_40159984_1.pdf

- Glagovsky, H. (s. f.). *Gestiopolis*. Recuperado el 08 de Agosto de 2019, de <http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001%5CFile%5Ccestoesfoda.pdf>
- MINTUR. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Recuperado el 07 de Agosto de 2019, de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Muñoz, K. (2018). *Evaluación de servicios de complejos turísticos, su importancia en la implementación de facilidades turísticas en el cantón Quinsaloma*. Universidad Técnica de Babahoyo. Recuperado de dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/5480/1/P-UTB-FCSE-HTURIS-000059.pdf
- Obando, J. (2018). *Análisis de las dificultades que afectan al sistema turístico del cantón San Vicente*. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Recuperado el 01 de Diciembre de 2019, de <https://repositorio.ulead.edu.ec>
- OMT. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Oyarzún, M. (s. f.). *Turismo Cultural, Potencialidades y Riesgos en la Región de Los Lagos, Chile*. Recuperado de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n2/art03.pdf>
- Pallazhco, D., y Contreras, S. (2015). *Análisis de las facilidades turísticas disponibles en el balneario La Unión del Cantón Naranjito de la Provincia del Guayas, a fin de desarrollar al balneario como producto turístico*. Repositorio UCSG. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3272/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-219.pdf>

Sumba, P. (2017). *Diseño de un plan de promoción turística para el balneario Yanayacú, Cochancay - La Troncal*. Universidad Técnica Estatal de Milagro. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3168/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20plan%20de%20promocion%20turistica%20para%20el%20balneario%20Yanayac%C3%BA%2C%20Cochancay-%20La%20Troncal.pdf>

Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa. *Scielo*, 510. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>

Quesada, R. (s.f.). *Fundamentos de Turismo*. Universidad Interamericana para el desarrollo. Recuperado de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lectura/Lectura.pdf

Rodríguez, I. (2007). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. Micrositios. Recuperado el 4 de Agosto de 2019, de <https://micrositios.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>

CAPÍTULO VII
ANEXOS

7.1. Anexo 1. Principales atractivos turísticos del cantón Buena fe.

N°	Nombre de atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Arco Iris del Cóngoma	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas
2	Cuatro Eros			
3	Río Gallina			
4	Puerto Bajaña			Remanso
5	Cerro Bravo			
6	Estación Científica Río Palenque	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas, Científicas o artísticas contemporáneas	Centros científicos y tecnológicos
7	Centro recreativo La Victoria			Obras técnicas
8	Complejo Angelita			
9	Rancho La Alegría			
10	Centro turístico Puerto Bajaña			
11	Distribuidor de tráfico			
12	Parque Central			
13	Parque Infantil			Embarcadero
14	Iglesia San Jacinto			
15	Puerto Gualipe			
16	Puerto El Mono			
17	Puerto Mosquera			Aprovechamientos agropecuarias
18	Centro Agroturístico Aguas Blancas			

FUENTE: GAD MUNICIPAL, 2010, P. 36

7.2. Anexo 2. Encuesta efectuada a visitantes del atractivo.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL ATRACTIVO TURÍSTICO CERRO BRAVO

Objetivo: Realizar un plan de mejora del producto turístico Cerro Bravo como parte del desarrollo comunitario del cantón Buena fe.

Nota: La información recolectada es estrictamente confidencial y será usada únicamente con fines académicos.

Instrucción: Califique con una x la opción que corresponda a su respuesta.

Sexo:	M ()	F ()
Edad:		
Lugar de procedencia:	Local ()	Regional ()
	Provincial ()	Extranjera ()

1._ ¿Ha visitado el lugar con anterioridad?

Si ()

No () Si su respuesta es no pase a la pregunta 3

2._ ¿Con que frecuencia visita el lugar?

Muy frecuentemente

Frecuentemente

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

3._ ¿Cómo se enteró de la existencia de este lugar?

Recomendación ()

Redes sociales ()

Cercanía del lugar de residencia ()

Otro: _____

Interés por conocer nuevos atractivos ()

4._ ¿Cree usted que es importante promocionar el atractivo como un lugar turístico?

Muy importante

De poca importancia

Importante

Sin importancia

Moderadamente importante

5._ ¿Que tan importante es para usted que se mejore el área de alimentos?

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| Muy importante | <input type="radio"/> | De poca importancia | <input type="radio"/> |
| Importante | <input type="radio"/> | Sin importancia | <input type="radio"/> |
| Moderadamente importante | <input type="radio"/> | | |

6._ ¿Qué tan de acuerdo está usted en que se mejore el menú que se ofrece en el área de alimentos?

- | | | | |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> | En desacuerdo | <input type="radio"/> |
| De acuerdo | <input type="radio"/> | Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> |
| Indeciso | <input type="radio"/> | | |

7._ ¿Cuán importante considera usted mejorar la cancha de indor y sus asientos?

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| Muy importante | <input type="radio"/> | De poca importancia | <input type="radio"/> |
| Importante | <input type="radio"/> | Sin importancia | <input type="radio"/> |
| Moderadamente importante | <input type="radio"/> | | |

8._ ¿Que tan importante es para usted que se mejore los baños y vestidores?

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| Muy importante | <input type="radio"/> | De poca importancia | <input type="radio"/> |
| Importante | <input type="radio"/> | Sin importancia | <input type="radio"/> |
| Moderadamente importante | <input type="radio"/> | | |

9._ ¿Qué tan de acuerdo está usted en que se implemente un parqueadero?

- | | | | |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> | En desacuerdo | <input type="radio"/> |
| De acuerdo | <input type="radio"/> | Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> |
| Indeciso | <input type="radio"/> | | |

10._ ¿Qué tan de acuerdo está usted en que se implemente un área de juegos infantiles?

- | | | | |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> | En desacuerdo | <input type="radio"/> |
| De acuerdo | <input type="radio"/> | Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> |
| Indeciso | <input type="radio"/> | | |

11._ ¿Qué tan importante considera usted que exista señalética turística?

Muy importante De poca importancia

Importante Sin importancia

Moderadamente importante

7.3. Anexo 3. Resumen de mejoras e implementaciones

MEJORAS				
	muy importante	importante	moderadamente importante	de poca importancia
Importancia de mejora en área de alimentos	10%	24%	64%	2%
Importancia de mejorar cancha y asientos	36%	33%	23%	8%
Importancia de mejorar los baños y vestidores	56%	44%		
Mejorar el menú	13%	69%	18%	
SUMATORIA	115	170	105	8
PROMEDIO	28,75	42,5	26,25	2
IMPLEMENTACIONES				
	totalmente de acuerdo	de acuerdo	indeciso	en desacuerdo
Implementación de parqueadero	93%	6%	1%	
Implementación de juegos infantiles	37%	48%	8%	7%
Importancia de señalética turística	75%	20%	5%	
Importancia de promoción	57%	42%		
SUMATORIA	262	116	14	7
PROMEDIO	65,5	29	3,5	1,75

ELABORADO POR: AUTORA.

7.4. Anexo 4. Archivo fotográfico del proceso de levantamiento de información.



Imagen 1. Entrada al atractivo.



Imagen 2. Tarima para actos sociales.



Imagen 3. Cancha de indor - futbol.



Imagen 4. Asientos de la cancha.



Imagen 5. Aplicando encuestas a visitantes del atractivo



Imagen 6. Aplicando encuestas a visitantes del atractivo



Imagen 7. Aplicando encuestas a visitantes del atractivo



Imagen 8. Aplicando encuestas a visitantes del atractivo