



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE  
TURISMO Y HOTELERÍA**

**CARRERA: Administración de Empresas Turística**

**TEMA:**

**ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LA  
PARROQUIA DE LAGARTO PROVINCIA DE  
ESMERALDAS PARA EL DESARROLLO DE  
DESTINOS.**

Trabajo de grado previo a la obtención del título de  
Tecnólogo en Administración de Empresas Turísticas

**Autor:** Geovana Jaqueline Rodríguez Ortega

**Director:** Ing. Miguel Yuctor

**Quito – Ecuador**

**2015**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. Y a mis hermanos por confiar en mí y en la capacidad que Dios me regalo para poderme preparar y llegar hacer una buena profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado la fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado, por ello con toda la humildad que de mi corazón pueda emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios.

De igual forma, dedico esta tesis a mi madre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

Al Ingeniero Miguel Yuctor quien me supo ayudar y aporfo con sus conocimientos al momento de la culminación de mi plan de investigación.

Al Instituto Tecnológico Superior de Hotelería y Turismo ITHI el cual fue parte de mi formación académica para la culminación de mis estudios.

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, Geovana Jaqueline Rodríguez Ortega declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de monografía con tema: Estrategias de Promoción Turística en la Parroquia de Lagarto Provincia de Esmeraldas para el desarrollo de destinos, es de mi estricta autoría y autenticidad.

Responsabilizándome de los conceptos, propuestas y opiniones en el documento presentado.

Atentamente

---

Geovana Rodríguez

# **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FÍN DE CARRERA**

En el presente documento consta la cesión de derechos de mi trabajo de fin de carrera en conformidad con las siguientes cláusulas:

**PRIMERO:** El Ing. Miguel Yuctor, por sus propios derechos, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y el Srta. Geovana Jaqueline Rodríguez Ortega, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo de fin de carrera.

## **SEGUNDO:**

**UNO;** Geovana Jaqueline Rodríguez Ortega, realizó el trabajo de fin de carrera titulado Estrategias de Promoción Turística en la Parroquia de Lagarto Provincia de Esmeraldas, para obtener el título de Tecnólogo en Administración de Empresas Turísticas. En el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”, bajo la tutoría de Ing. Miguel Yuctor.

**DOS:** Es política del Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”, que los trabajos de fin de carrera se materialice, se difunda y se lo aplique en beneficio de la comunidad y de los estudiantes que conforman el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”.

**TERCERO:** Comparecen, Ing. Miguel Yuctor, en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera, y Geovana Jaqueline Rodríguez Ortega , como autor del mismo,

por medio del presente escrito, tiene a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con título: Estrategias de Promoción Turística en la Parroquia de Lagarto Provincia de Esmeraldas; y conceden autorización para que el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”, pueda utilizar este trabajo en beneficio de los estudiantes y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

**CUARTA:** las partes involucradas declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Fin de Carrera.

**Tutor**

**Autor**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Ing. Miguel Yuctor

Geovana Rodríguez

Ing. Miguel Yuctor

TUTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

## **CERTIFICA**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”, de Quito; por lo tanto se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FÍN DE CARRERA.....	v
CERTIFICA .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
PRIMERA PARTE - PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.1. Identificación del Problema de Investigación .....	16
1.2. Formulación del Problema .....	18
1.3 Objetivos.....	19
1.3.1 Objetivo General .....	19
1.3.2 Objetivos Específicos .....	19
1.4 Justificación.....	20
SEGUNDA PARTE-MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. Fundamentación Teórica .....	22
2.2. Estructura del Marco Teórico.....	23
CAPITULO 1 GENERALIDADES DE LA ZONA EN INVESTIGACIÓN .....	23
1. Descripción Del Entorno .....	23
1.1 Límites De La Parroquia De Lagarto .....	23
1.2 Situación Política.....	24
1.3 Superficie.....	24
1.4 Población .....	24
1.5 Historia de la Parroquia .....	25
1.6 Causales de su nombre de la parroquia de Lagarto .....	25
1.7 Clima .....	26
1.8 Hidrología.....	26
1.9 Suelos .....	26
1.10 Flora.....	27
1.11 Fauna .....	27
1.12 Gastronomía .....	27
1.13. Fiestas .....	28
CAPÍTULO 2 LEVANTAMIENTO DE INFORMACION DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA.....	29
2.1 Superestructura.....	29
2.1.1 Gobierno Provincial De Esmeraldas .....	29
2.1.2 Gobierno Cantonal.....	29
2.1.3 Gobierno GAD Parroquial De Lagarto.....	29
2.2 Infraestructura.....	30
2.2.1 Vivienda .....	30
2.2.2 Agua para consumo humano .....	30

2.2.3 Alcantarillado .....	31
2.2.4 Recolección de desechos sólido .....	31
2.2.5 Seguridad .....	32
2.2.6 Salud .....	32
2.2.7 Educación .....	32
2.2.8 Actividades Productivas .....	33
2.2.8.1 Artesanía.....	34
2.2.9 Vialidad Transporte .....	34
2.2.10 Telecomunicaciones .....	35
2.3 Planta Turística.....	35
2.3.1 Alojamiento .....	35
2.3.2 Alimentación .....	36
2.3.3 Transporte.....	36
2.3.4 Agenciamiento.....	36
2.4 Oferta Y Demanda.....	37
2.4.1 Análisis De Oferta .....	37
2.4.2 Análisis De La Demanda.....	37
2.5 Atractivos Turísticos .....	37
2.5.1 Definición De Atractivos.....	37
2.5.2 Categoría.....	38
2.5.3 CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS .....	38
2.6 Metodología de Jerarquización.....	40
2.6.1. Categorización y Jerarquización.....	40
2.6.2 Tipo.....	42
2.6.3 Subtipo.....	42
2.6.4 Valor Intrínseco .....	42
2.6.5 Valor Extrínseco .....	42
2.6.6 Estado De Conservación.....	43
2.6.7Entorno .....	43
<b>CAPITULO 3 ESTRATEGIAS DE PROMOCION DEL MARKETING</b>	
<b>TURISTICO .....</b>	<b>44</b>
3.1 Definición.....	44
3.2 Elemento.....	44
3.3 ¿Qué medios de publicidad voy a utilizar para dar la promoción turística a la parroquia de lagarto?.....	47
3.3.1Trípticos Turísticos.....	47
3.3.2 Volantes.....	48
3.3.3 Afiches.....	48
3.3.4. Medios de Comunicación .....	49
3.4 Cómo iniciar la promoción turística en la parroquia de lagarto .....	49
3.5 Producto Turístico .....	50
3.5.1 Señalética e Implementación de Rutas .....	50
3.5.2 Artesanía y Gastronomía .....	50
3.5.3 Agroturismo, Ecoturismo, Turismo cultural .....	50
<b>TERCERA PARTE METODOLOGÍA .....</b>	<b>51</b>
3.1. Tipo y Diseño de investigación .....	51
3.2. Universo y Muestra .....	51
3.3. Instrumentos Recolección de Datos .....	52

3.4 Descripción del Trabajo de Campo .....	53
3.5 Procesamiento y Análisis .....	53
CUARTA PARTE PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	54
4.1 Presentación Gráfica de Resultados .....	54
4.1.2 Entrevista.....	69
4.2.1 Ficha de Resumen de Inventarios de Atractivos Turísticos .....	98
4.2.2 Análisis De Potencialización Turística.....	99
4.2.3 Diagnostico de la Situación Matriz FODA .....	99
4.3 CONCLUSIONES.....	101
4.4 RECOMENDACIÓN .....	103
QUINTA PARTE –PROPUESTA.....	104
5.1 PROPUESTA .....	104
5.2 Objetivos.....	105
5.2.1 Objetivo General .....	105
5.2.2 Objetivos Específicos .....	105
5.3 Impacto.....	105
5.4 Diseño de un Plan de Promoción Turística de la Parroquia de Lagarto.....	107
5.5 Análisis Situacional .....	108
5.6 Definición de Misión y Visión del Plan .....	109
5.6.1 Misión Turística.....	109
5.6.2 Visión Turística .....	109
5.7 Estrategias de Promoción y Difusión Turística .....	109
5.7.1 Estrategia de Posicionamiento.....	110
5.7.2 Estrategias de Medio Masivo .....	111
5.7.3 Estrategias de Medio Radio.....	112
5.7.4 Estrategias de Medio Virtual .....	113
5.8 Vialidad de la Propuesta.....	114
REFERENCIAS .....	115
APÉNDICES .....	117
ANEXOS.....	123

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Recintos de la Parroquia Lagarto.....	24
Tabla N° 2 Procedencia del Agua Recibida .....	31
Tabla N° 3 Clasificación de los Atractivos Turísticos .....	38
Tabla N°4 El Valor de la Jerarquización.....	42
Tabla N°5 Matriz de Edad de las Personas Encuestadas.....	54
Tabla N°6 Sexo de la Población.....	56
Tabla N°7 Actividades que realizan .....	57
Tabla N°8 Practica Turismo .....	58
Tabla N°9 Conocimiento de los Atractivos Turísticos.....	59
Tabla N°10 Importancia del Turismo.....	60
Tabla N°11 Potencializar los Atractivos Turísticos .....	62
Tabla N°12 Junta Parroquial Promociona a la Parroquia.....	63
Tabla N° 13 Afluencia Turística.....	64
Tabla N°14 Planta Turística .....	65
Tabla N° 15 Promoción de los Atractivos Turísticos.....	66
Tabla N°16 Medios de Publicidad.....	67
Tabla N°17 Clasificación De Atractivos Turísticos De La Parroquia De Lagarto .....	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Ubicación actual de la parroquia de Lagarto.....	23
Figura N° 2 Hidrología de la parroquia de Lagarto .....	26
Figura N° 3 Edad de los Encuestados .....	54
Figura N° 4 Sexo de los Encuestados .....	56
Figura N° 5 Actividades Económicas que realiza la Población.....	57
Figura N° 6 Practica Turismo .....	58
Figura N° 7 Conocimiento de Atractivos Turísticos.....	59
Figura N° 8 Importancia del Tipo de Turismo.....	60
Figura N° 9 Importancia del Tipo de Turismo.....	62
Figura N° 10 Promoción Turística .....	63
Figura N° 11 Afluencia turística .....	64
Figura N° 12 Aprovechamiento Turístico turística.....	65
Figura N° 13 Promoción de la Parroquia .....	66
Figura N° 14 Medios de Publicidad.....	67

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA  
ITHI**

**ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LA PARROQUIA DE  
LAGARTO PROVINCIA DE ESMERALDAS PARA EL DESARROLLO  
DE DESTINOS.**

**Autor:** Geovana Rodríguez  
**Director:** Ing. Miguel Yuctor  
**Fecha:** 25 de Mayo del 2015

**RESUMEN**

La parroquia de Lagarto se encuentra ubicada al noreste del Cantón Rio Verde de la Provincia de Esmeraldas donde se destacan sus pobladores por su humildad y el empeño que le ponen al trabajo, además cuenta con los atractivos turísticos necesarios como la playa Bocana de Lagarto que la colocan como un destino de visita importante dentro de la localidad. Es por esa razón que se realizó este trabajo investigativo para determinar Estrategias de Promoción turística de la parroquia de Lagarto, que fortalezcan turísticamente a la localidad. Para poder conocer las estrategias se tuvo que estudiar en un porcentaje a los pobladores para que los mismos aportaran con sus ideas y conocimientos que enriquecieron este trabajo. Utilizamos varios instrumentos para la recolección de información como fueron las encuestas que se las hizo a los pobladores del sector, entrevistas a los miembros de la Junta Parroquial, fichas de levantamientos de atractivos turísticos, empresas de gastronomía, empresas de alojamiento y visitas de campo. Con esta investigación se llegó a concluir que la parroquia de Lagarto tiene un potencial turístico que aún falta por aprovechar en la mayoría de sus aspectos esta localidad se encuentra en desarrollo. Y por último se presenta la propuesta para promocionar a la parroquia a través de la actualización de la página web del GAD Parroquial donde se encontrara información turística, generalidades de la parroquia y sus atractivos turístico; a su vez promocionándola a través de los medios de comunicación para que exista una gran demanda y así la calidad de vida de los habitantes mejore con la actividad complementaria que es el turismo.

## INTRODUCCIÓN

La industria turística es un gran motor de desarrollo económico y social debido al alto valor agregado que implica su desenvolvimiento, el turismo ha llegado a constituirse en una de las principales actividades económicas generadoras de divisas a nivel mundial con tendencia al crecimiento y especialización. Con el pasar del tiempo, el turismo cultural y de naturaleza ha ido tomando fuerza en las preferencias de visitación a tal punto que el Estado ecuatoriano ha visto al turismo como una estrategia a adoptar para la lucha contra la pobreza.

Ecuador es uno de los países más pequeños de América del sur, posee una gran riqueza cultural que le permite ser conocidos y a la vez potenciados los diferentes atractivos turísticos con los que cuenta este país.

El presente trabajo de investigación se inicia con el propósito de conocer y potencializar nuevos atractivos turísticos de la parroquia Lagarto, la cual tiene mucho que ofrecer como su hermoso paisaje y recursos que adornan a este destino, lo anterior se completa con la acogedora muestra de amistad y cariño de su gente. Este lugar tiene características especiales que le permiten ser un potencial destino para el desarrollo turístico, para atraer viajeros de todo el mundo a que conozcan este encanto de naturaleza.

La Parroquia Lagarto, se encuentra ubicada al noreste del Cantón Rio Verde a 65 Km de la capital provincial Esmeraldas, este sitio permite disfrutar de un

ambiente agradable y tranquilo rodeado de naturaleza, el clima que predomina es tropical húmedo; cuya temperatura promedio es de 25° C, por sus bosques vírgenes tropicales con una incalculable riqueza por la biodiversidad y el patrimonio genético que guarda hace de este un sitio ideal para las personas que les gusta adentrarse a lugares misteriosos y explorar cosas nuevas.

Dentro de la parroquia puedes visitar la Bocana de Lagarto que es una playa muy bella sobre todo en este sitio las personas pueden tomar un descanso y salir de la rutina. De la misma manera, en la parroquia de Lagarto se puede degustar la comida típica conocida como los sietes sabores que es el plato principal de este lugar, también cuentan con el tapao arrecho, encocado de pescado, ceviches de los diferentes mariscos entre otras.

Por lo tanto, el propósito de esta investigación es que a través de la promoción se pueda potencializar el desarrollo turístico y a la vez este sitio sea conocido por sus diferentes atractivos y recursos que le permita lograr una consolidación y posicionamiento en el mercado nacional y a la vez lograr un crecimiento económico, social y cultural de la población residente.

## **PRIMERA PARTE - PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Identificación del Problema de Investigación**

En el Ecuador existen lugares que aún no son aprovechados debido a la falta de acogida que se le da al sitio y a la poca difusión que le brinda el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo, Municipalidades de dichos sectores y otras entidades públicas por lo cual hacen que las personas desconozcan las bellezas que tiene el Ecuador.

La poca difusión del sector es un grave problema por qué no permite que el turista este informado sobre los atractivos que existen en cada lugar o zona, en este caso sería de la parroquia Lagarto en la Provincia de Esmeraldas.

Lagarto es una parroquia que posee valiosos atractivos que lamentablemente no cuentan con una promoción turística del sector lo que da como resultado que no haya una debida oferta turística y a la vez que exista una baja demanda de turistas para este sitio.

La parroquia de Lagarto se encuentra en un proceso de desarrollo en lo que respecta en infraestructura y planta turística para poder mejorar y tener al turismo como una actividad complementaria que ayude a los ingresos económicos de los habitantes del sector.

Lagarto no cuenta con un adecuado diagnóstico de levantamiento de información y promoción turística acerca de los atractivos que se encuentran en la localidad esto no permite destacar el gran potencial turístico con el que cuenta el sector.

La promoción turística de esta localidad es demasiado limitada lo que hace que no sean explotados todos los recursos naturales que la localidad posee y a la vez sea desconocida por turistas.

Al no existir un adecuado Plan de Manejo Turístico dentro de esta parroquia va a tener consecuencias como el deterioro del espacio, ya que los pobladores no aprovechan los recursos que poseen como son los manglares que permite que esta localidad tenga una biodiversidad incomparable.

La mayoría de los asentamientos humanos y en especial los más pequeños, carecen de servicios básicos y se encuentran deficientemente comunicados por la falta de vías terrestres permanentes, esto se debe a una desorganización política que conlleva la pérdida de tiempo, y esto está ligado a la pérdida de dinero o a dejar de ganarlo, teniendo como consecuencia que exista atrasos para mejorar el desarrollo de la población.

En sí, el turismo es una actividad complementaria que ayudaría a mejorar los ingresos económicos de los pobladores de la parroquia de Lagarto lo que se obtendrá como resultado de una promoción turística adecuada y los recursos sean

manejado sosteniblemente y así se puede valorar el potencial turístico con lo que la parroquia cuenta.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Cómo afecta la falta de estrategias de promoción turística en la parroquia de Lagarto Prov. de Esmeraldas para el desarrollo de destinos?

La falta de estrategias de promoción turística afecta considerablemente a varios factores como son:

El primer factor que afecta es a la población ya que la mayoría de las personas de esta localidad se dedican a lo que es la agricultura y la ganadería, el turismo ayudaría a que exista un mayor ingreso económico y así la población tenga un mejor estilo de vida.

Otro factor que afecta es a la planta turística como son restaurantes, alojamiento debido a la baja afluencia de turistas.

La falta de colaboración de las autoridades gubernamentales del cantón Rioverde afecta directamente a la población lo que conlleva a que no haya una debida promoción turística del lugar por lo tanto la parroquia maneja una baja demanda y los atractivos no sean conocidos ni potencializados esto lo menciona la Ingeniera Doménica Intriago que trabaja para el Departamento de Cultura de la parroquia de Lagarto.

En la actualidad existen proyectos turísticos para el desarrollo de la parroquia que se encuentra en ejecución, los cuales se verían afectados por las elecciones

próximas, ya que, si la junta cambia de presidente, existiría el riesgo de que las obras no concluyan.

La falta de estrategias promoción hace que Lagarto sea una parroquia desconocida para los turistas lo que conlleva a una baja demanda y oferta, sin contar que esta localidad cuenta con hermosos atractivos tanto naturales como culturales que hacen de este sitio un lugar esplendido para el descanso y salir de lo rutinario.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Desarrollar estrategias de promoción turística en la Parroquia de Lagarto Prov. de Esmeraldas para el desarrollo de destinos turísticos en la localidad y que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar el sistema turístico de la parroquia de Lagarto, provincia de Esmeraldas y determinar su situación actual.

- Jerarquizar los recursos y atractivos turísticos de la parroquia Lagarto para la definición de su potencial y categorizarlos en medida de sus características turísticas.
- Diseñar un plan de promoción y difusión del potencial turístico de la parroquia de Lagarto.

#### **1.4 Justificación**

La dirección de este trabajo de investigación está enfocada principalmente en el desarrollo de la promoción turística de la parroquia Lagarto en el cantón Rioverde lugar turístico. El turismo hoy en día es un factor importante porque genera riqueza; el turista deja mucho dinero en (hoteles, restaurantes, compras...). Y se crean muchos puestos de trabajo esto beneficia mucho al pueblo de Lagarto ya que las personas serán empleadas directamente en actividades turísticas o relacionadas con ellas, (camareros, conductores de autobuses, guías turísticos, empleados de hotel...) Además contribuye al intercambio de actitudes sociales y culturales entre los pueblos.

El turismo es indiscutiblemente un aporte importante a la economía local de una nación, por tal motivo, las estrategias de promoción turística en la parroquia de Lagarto constituyen un instrumento que permite el manejo adecuado de las actividades y promover la participación y obtención de beneficios para esta población.

Mediante el análisis situacional se podrá confirmar si el territorio de la parroquia de Lagarto posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico y mediante este estudio pueda aportar a la parroquia en la promoción del lugar y así con esto, cientos de turistas visiten Lagarto y genere recursos económicos por medio de esta actividad e incrementar las competencias locales para la prestación de servicios turísticos.

## SEGUNDA PARTE-MARCO TEÓRICO

### 2.1. Fundamentación Teórica

Realizada la investigación bibliográfica de tipo secundario acerca del tema planteado no existe ningún otro tema que se asimile o se parezca a la investigación que se va realizar en el territorio en mención.

**Fuente:** Proyecto Turístico del Cantón Rioverde

**Autor:** GAD Rioverde

**Año:** 2014

**Extracto:** El tema que trata es sobre elevar la calidad del servicio que brindan los prestadores de servicios turísticos del cantón Rioverde se han coordinado acciones con la Dirección Provincial de Esmeraldas, Ministerio de Turismo, para capacitar a más de cien personas, en los temas de Seguridad Alimentaria y Hospitalidad, en la semana del 25 al 29 de abril del presente año, teniendo cada capacitación una duración de 20 horas, que comprende la parte teórica y práctica.

**Fuentes:** PDOT Parroquial de Lagarto

**Autor:** Sra. Doménica Intriago Presidente Del Gobierno Autónomo Descentralizado De Lagarto

**Año:** 2011

**Extracto:** El PDOT de Lagarto trabaja mucho en Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales también en Incentivar el desarrollo de actividades

productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

## 2.2. ESTRUCTURA DEL MARCO TEÓRICO

### CAPITULO 1 GENERALIDADES DE LA ZONA EN INVESTIGACIÓN

#### 1. Descripción Del Entorno

La Parroquia Lagarto, se encuentra ubicada al noreste del Cantón Rio Verde a 65 Km. de la Capital Provincial de Esmeraldas, en la vía Esmeraldas-San Lorenzo.

#### 1.1 Límites De La Parroquia De Lagarto

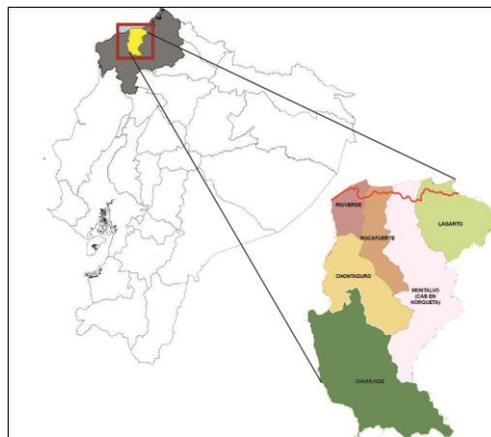


Figura N° 1 Ubicación actual de la parroquia de Lagarto

Fuente: PDOT Lagarto, 2011, pág.8

“Sus límites son:

- Norte con el Océano Pacífico.
- Sur con las Parroquias Montalvo y Onzole.
- Este con la Parroquia Anchayacu

- Oeste con la Parroquia Montalvo” (PDOT- Lagarto, 2011, pág. 8)

## 1.2 Situación Política

La parroquia de Lagarto cuenta 18 recintos estos son:

**Tabla N°1 Recintos de la Parroquia Lagarto**

Bellavista	Bocana de Lagarto
Cacho	Culebrita
El Pueblito	La Conquista
Las Delicias	Las Lagunas
Las Mareas	Las Marías
Lavadero	Hojas Blancas
Pajui	Piquigual
Pizarito	Tres Marías
Vainillita	Vainilla

Fuente: Los principales recintos de la parroquia de Lagarto  
Datos INEC 2010

## 1.3 Superficie

“La parroquia de Lagarto cuenta con una extensión de 212,78 Km<sup>2</sup>” (PDOT- Lagarto, 2011, pág. 8)

## 1.4 Población

Según los últimos datos oficiales (INEC, 2010), La parroquia Lagarto, cuenta con 5.674 habitantes, Lagarto es una parroquia de 5.674 habitantes; constituye el 21.11% de la población del cantón, existen varios recintos alejados a su cabecera parroquial, a los cuales no existen vías de acceso, salvo caminos de herradura, transitables en verano pero que se tornan difíciles en invierno.

## **1.5 Historia De La Parroquia**

La Parroquia Rural de Lagarto, fue creada mediante ordenanza por el Ilustre Municipio de Rio Verde el 28 de noviembre del 1956, mediante decreto expedido por el Ministro de Gobierno Teniente Coronel Plaza Manzon, quien ocupo dicho cargo en la tercera administración del Dr. José María Velasco Ibarra anteriormente era recinto de la parroquia Montalvo. La cabecera parroquial fue trasladada donde hoy se encuentra, el 19 de diciembre de 1960 y a partir de ese año se tomó como conmemoración de aniversario parroquial esta nueva fecha. (G.A.D Parroquial Lagarto, s/f)

## **1.6 Causales de su nombre de la parroquia de Lagarto**

La parroquia tiene este nombre debido a que antiguamente en las riveras y pantanos de los manglares de las cuencas de los esteros, Lagarto, Lagartillo y Vainilla existía gran cantidad de reptiles de esta especie por lo que se los conocía como los esteros de los lagartos. (G.A.D Parroquial Lagarto, s/f)

El señor Miguel Ángel Quintero se ubica en el estero de la parte norte e instala su hacienda ganadera Vainilla, dándole este nombre al estero del lugar, a los otros se los siguió manteniendo con el mismo nombre pero posteriormente se los designo según su caudal, no propiamente como estero de los lagarto sino al de mayor densidad de agua Lagarto, y el de menos densidad Lagartillo, pero se mantiene su nombre por tradición. Al crear la parroquia el nombre del estero lagarto se lo traslado a toda la jurisdicción incluyendo su cabecera Parroquial, ya que anteriormente este sitio se lo conoció como la boca de Naranja porque el pequeño afluente que desemboca en este sitio y que lo atraviesa la carretera que va a Piquigual se llama naranja y el que debía ser el nombre de la Cabecera Parroquial pero las tradiciones ha sentado sus raíces y los habitantes de toda la jurisdicción pregonan con júbilo el nombre de Lagarto.

## 1.7 Clima

“El clima que predomina en la Parroquia Lagarto es tropical húmedo; cuya temperatura promedio es de 25° C.” (PDOT- LAGARTO, 2011, pág. 11)

## 1.8 Hidrología



Figura N° 2 Hidrología de la parroquia de Lagarto  
Fuente: PDT Lagarto, 2011, pág.14

El principal sistema hídrico de la parroquia, lo conforma la Cuenca del Río Lagarto, que atraviesa la Parroquia sur a norte, paralelo a ella se encuentra el río Lagartillo, así como también riachuelos y esteros que alimentan el río, éste a su vez desemboca en el Océano Pacífico (PDOT- LAGARTO, 2011, pág. 14)

## 1.9 Suelos

En la parroquia de Lagarto el suelo es apto para el uso agropecuario, para la actividad pesquera, forestal o entretenimiento para los bañistas. “No existen riesgos naturales críticos que puedan afectar totalmente a la población, el principal riesgos natural que está expuesto Lagarto es la actividad sísmica, debido

a la actividad tectónica existente en el continente”. (PDOT- LAGARTO, 2011, págs. 14-15)

### **1.10 Flora**

“La vegetación de la zona se caracteriza por poseer una gran variedad de especies de manglares, tales como el mangle negro o iguanero, jeli, blanco, rojo y piñuelo, así como bromelias, seca y majagua.” (G.A.D Parroquial Lagarto, s/f)

### **1.11 Fauna**

La fauna de la zona se caracteriza por tener animales como al al gaviotín piquigruoso, gaviotín real, gaviotín elegante; fragatas, pelícano pardo. Y playeros como el chorlo gris, chorlo semipalmeado, cangrejo rojo y cangrejo azul.

### **1.12 Gastronomía**

De igual manera Lagarto se destaca por el arte-culinario especialmente: ‘Los 7 sabores del mar’ es la receta estrella de la parroquia Lagarto. El plato tiene ceviche de concha prieta, calamar reventado, encocado de ‘pata de burro’ (molusco similar al caracol), langostinos a la plancha, pescado reventado, pangora (crustáceo), encocado de almejas, que se complementa con patacones, ensalada y jugo, Mariela Martínez, quien lo prepara bajo pedido, indica que es un plato para cuatro personas. El costo es de \$ 25.

“Entre otros platos que son muy apetecidos tenemos: encocado de guanta, pescado asado ,arroz marinero, caldo de gallina criolla, estofado de gallina,

verde asado al carbón a la parrilla, encocado de camarón de río aún en la olla caliente”. (G.A.D Parroquial Lagarto, s/f)

### **1.13. Fiestas**

Las fiestas de la Parroquia se celebran el 28 de Noviembre de cada año, y son organizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia, aquí va a encontrar desfiles culturales, desfiles cívicos, eventos deportivos, bailes, eventos artísticos, comidas típicas y varios actos religiosos.

## **CAPÍTULO 2 LEVANTAMIENTO DE INFORMACION DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA**

### **2.1 Superestructura**

#### **2.1.1 Gobierno Provincial De Esmeraldas**

##### **Autoridades De La Provincia**

- Gobernadora: Lic. Paola Cabezas Castillo
- Prefecto de Manabí: Ing. Lucía Sosa
- Alcalde: Dr. Lenín Lara

#### **2.1.2 Gobierno Cantonal**

##### **Autoridades Del Cantón Rioverde**

- Alcalde: Dr. Dubal Guisamano
- Vicealcalde: Armando Peña
- Delegado del Concejo Municipal: Sr Humberto López

#### **2.1.3 Gobierno GAD Parroquial De Lagarto**

- Presidente: Sra. Doménica Intriago Zamora
- Vice-presidente: Sr. Luis Ipiales Quishpe
- Primer Vocal: Sr. Tulio Arteaga Solórzano
- Segundo Vocal: Sr. Milton Mina Chila
- Tercer Vocal: Sr. Calixto Nazareno Rodríguez

- Secretaria - Tesorera: Sra. Verónica Olmedo Rodríguez

## **2.2 Infraestructura**

### **2.2.1 Vivienda**

Las viviendas en la parroquia de Lagarto constituyen la forma de vida de la población.

A nivel de la parroquia según diagnóstico participativo en un 90 % las condiciones de habitabilidad son bajas pues la mayoría de viviendas carecen de servicios básicos. En estos poblados, la implantación de las viviendas o edificaciones se da de forma desordenada. Tienen pocas trazas viales definidas y escaso equipamiento comunitario. La mayoría de casas tienen techo de zinc, el suelo es de madera e igual las paredes son de madera, en caso de tener baño, éste se encuentra fuera de la vivienda. (PDOT-LAGARTO, 2011, pág. 24)

### **2.2.2 Agua para consumo humano**

Lagarto no cuenta con sistema propio de agua potable, actualmente existe un sistema de tratamiento de agua para consumo humano, el cual busca abastecer por gravedad a la cabecera parroquial, que viene desde la Parroquia Montalvo, que beneficia aproximadamente a 200 familias. En el sector rural el abastecimiento de agua se lo realiza principalmente del río Lagarto y de pequeños esteros, también de agua lluvia, mediante recolección en recipientes plásticos de forma manual o mediante canalización rudimentaria por mangueras ayudados por pequeñas bombas.

**Tabla N° 2 Procedencia del Agua Recibida**

Procedencia principal del agua recibida	Casos	%
De red pública	360	29,27 %
De pozo	327	26,59 %
De río, vertiente, acequia o canal	455	36,99 %
De carro repartidor	58	4,72 %
Otro (Agua lluvia/albarrada)	30	2,44 %
Total	1.230	100,00 %

Fuente: Procedencia del agua para el consumo humano  
Datos: INEC Censo De Población Y Vivienda 2010

### **2.2.3 Alcantarillado**

“Existe un insuficiente sistema de alcantarillado sanitario, lo que se observa es la utilización de pozos ciegos.” (PDOT- LAGARTO, 2011, pág. 26)

### **2.2.4 Recolección de desechos sólido**

La Parroquia Lagarto, en su mayoría deposita la basura a campo abierto sin ningún tratamiento y no existe una zona establecida para depositar estos residuos, muchas familias queman los residuos en su mayoría no degradables. Existe un recolector de parte de la Municipalidad de Rio Verde que hace un recorrido tres veces por semana.

### **2.2.5 Seguridad**

Lagarto cuenta en la cabecera parroquial, con un retén dotado de tres policías; Dentro de las contravenciones y delitos, los escándalos en la vía pública son los más comunes. En Lagarto no se dispone de un servicio de extinción de incendios (Cuerpo de bomberos)

### **2.2.6 Salud**

“En salud cuentan con un Sub-centro de Salud donde tienen servicio de dos médico durante 8 horas diarias y odontólogo 5 días a la semana” (PDOT-LAGARTO, 2011, pág. 34).

### **2.2.7 Educación**

El acceso a cobertura educativa para niños de 6 a 18 años de edad independiente del nivel en Lagarto según datos del INEC al 2010 es del 33,98% siendo el índice a nivel del cantón de 47.75%, claramente no se logra ir más allá de la educación básica motivo por el cual sus 19 escuelas fiscales son de enseñanza primaria y donde en su gran mayoría se cuenta únicamente con un profesor En general la educación no es lo suficientemente buena, los estudiantes no cuentan con escuelas lo suficientemente equipadas para impartir enseñanza, donde la falta de pupitres y materiales didácticos es evidente a esto se le suma el problema docente con la existencia de apenas un profesor para enseñanza básica, quien en muchos casos con la ayuda y financiamiento de los propios padres de familia imparte conocimientos 2 o tres veces por semana, muchas de las escuelas están cerradas por falta de profesores y por la temporada invernal donde no funcionan por quedar aisladas evidenciando un descuido por parte de las autoridades provinciales y cantonales. (PDOT- LAGARTO, 2011, pág. 36)

### **2.2.8 Actividades Productivas**

El sector industrial actualmente no es una alternativa de desarrollo, se realiza la explotación de madera sin ningún control y mucho menos sin un adecuado plan de manejo, lo que convierte a esta actividad una amenaza al medio ambiente

La producción ganadera es una de los principales fuente de ingresos económicos de la Parroquia, las actividades avícolas y de pesca no tiene mayor influencia en el sector. La mayoría de los agricultores se dedican al cultivo del cacao, tagua, maíz, yuca, plátano, guineo, etc., estos productores se ven afectados ya que la falta de caminos vecinales en buen estado y líneas de comunicación que permitan la conexión de los recintos con la cabecera parroquial de Lagarto , dificulta la comercialización de la poca producción que consiguen, lo que limita el desarrollo socio económico de los habitantes, los cuales adicionalmente tienen una restringida circulación de capital.

El cultivo del cacao fino de aroma es una de las actividades económicas más significativas de esta parroquia, además uno de los productos con una demanda interesante en el mercado internacional, razón por la que se deberían tomar medidas pertinentes para aprovechar el potencial de la zona, buscando obtener una mejor producción de cacao de exportación, teniendo en cuenta conceptos de sostenibilidad y certificación orgánica.

Otra de las actividades productivas es la elaboración del queso que es realizada por mucha gente de esta parroquia y se convierte en una importante fuente de ingresos. Es que hasta los niños saben cómo y qué hacer con el cuajo, que es colocado en un envase con sal en grano por ocho días para luego retirarlo

del recipiente y ponerlo con el suero, aunque hay otras personas que tienen otra forma de elaborar el queso.

#### **2.2.8.1 Artesanía**

Se confeccionan aretes, collares, canastos, paneras, jarros, floreros de diferentes formas. Los materiales que se usan para los diferentes tipos de artesanías (conchas, tagua, mangle) que son recolectados en las playas de la parroquia. Las personas que elaboran las artesanías son muy cuidadosas en los detalles de los productos observándose así un buen acabado y nitidez en la presentación. No tienen definido un número de producción; los periodos en los que se elabora un mayor número de artesanías son durante la temporada y feriados la venta es local en la playas.

Para elaborar un jarro pequeño se demoran aproximadamente medio día, para las artesanas es una manera de distraerse pero no su fuente principal de ingresos por lo que no se sienten presionadas para elaborarlos en cantidades todo el año.

#### **2.2.9 Vialidad Transporte**

La principal vía de acceso desde el Cantón Rio Verde hasta la Parroquia Lagarto es asfaltada, A nivel de la cabecera parroquial no existen calles asfaltadas.

Las 18 poblaciones del sector rural, se encuentran separadas por distancias cortas, medianas y largas. Sin embargo, no existe una red vial que permita una comunicación permanente y eficiente entre ellas. Hasta el momento sólo hay

caminos vecinales, algunos de los cuales son carrózales, pero únicamente en temporada seca, ya que en invierno se convierten en caminos de herradura.

Existe el servicio de transporte interprovincial que corresponde al corredor Esmeraldas-San Lorenzo, la transportación hacia el sector rural, se lo realiza a través de rancheras y camionetas particulares.

#### **2.2.10 Telecomunicaciones**

En la parroquia, existe el servicio de telefonía fija, así como también la telefonía celular, existe una débil cobertura del servicio de internet

### **2.3 Planta Turística**

#### **2.3.1 Alojamiento**

“El alojamiento se ha transformado de muchas y variadas maneras a través del tiempo, sin embargo, el servicio fundamental es satisfacer las necesidades del viajero el cual necesita dormir en un determinado lugar”.

(Di-bella, 1991, pág. 55)

El levantamiento de información concluye que en lo referente alojamiento en la parroquia de Lagarto; carece de instalaciones de este tipo, sin embargo en algunos ranchos y haciendas se están reacondicionando para recibir turistas solo un establecimiento están en funcionamiento por ahora.

### **2.3.2 Alimentación**

La alimentación constituye un servicio turístico, puesto a que está dirigido fundamentalmente al viajero que se aloja en un hotel o que circula por sus áreas por cualquier motivo, sin embargo, en todos los poblados existen servicios de alimentación llamados restaurantes, que no se consideran como servicio turístico, aunque pueden proporcionar alimentación a los turistas. (Di-bella, 1991, pág. 58)

En alimentación podemos concluir que en la Bocana de Lagarto contamos con un restaurant que maneja el plato típico llamado los siete sabores pero la mayor concentración de establecimientos (restaurantes) se encuentra en la cabecera cantonal, en los demás recintos existen pequeños establecimientos que cuentan con la comida típica para que el turista pueda degustar.

### **2.3.3 Transporte**

Los medios de transporte terrestre que operan son “Pacífico” y transporte “Costeñita” el costo del pasaje es de \$2.00

Los medios de transporte fluvial son transportes privados y tienen un costo de \$2.00

El transporte aéreo opera con la ruta Quito-Esmeraldas y viceversa los días lunes, miércoles y viernes, la aerolínea que opera es Tame.

### **2.3.4 Agenciamiento**

En la investigación se pudo evidenciar que no existen empresas como agencias de viaje que operen turísticamente.

## **2.4 Oferta Y Demanda**

### **2.4.1 Análisis De Oferta**

No se ha evidenciado que por parte del sector público exista promoción turística, hasta la actualidad que podría ser considerada como un medio de desarrollo del lugar.

### **2.4.2 Análisis De La Demanda**

“La parroquia tiene una demanda de turistas es de

Nacionales: 600

Extranjero: 100

Dando un total de 700 turistas visitando la parroquia al año”. (PDOT-LAGARTO, 2011, pág. 60)

## **2.5 Atractivos Turísticos**

### **2.5.1 Definición De Atractivos**

“Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante” (Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2004, pág. 1)

## 2.5.2 Categoría

“Define los atributos que tiene un elemento y motiva a la visita de los turística dependiendo de su naturaleza”. (Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2004, pág. 18)

## 2.5.3 CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS

Tabla N° 3 Clasificación de los Atractivos Turísticos

<b>CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>			
<b>Categoría</b>		<b>Tipo de atractivos</b>	
<b>1.</b>	<b>Sitios Naturales</b>	1. Montañas 2. Planicies 3. Desiertos 4. Ambientes lacustres 5. Ríos 6. Bosques 7. Aguas subterráneas	8. Fenómenos espeleológicos 9. Fenómenos geológicos 10. Costas o litorales 11. Ambientes marinos 12. Tierras insulares 13. Sistema de áreas protegidas
<b>2.</b>	<b>Manifestaciones Culturales</b>	1. Históricos 2. Etnográficos 3. Realizaciones técnicas y científicas 4. Realizaciones artísticas contemporáneas 5. Acontecimientos programados	

Fuente: Clasificación de los atractivos turísticos Ley de turismo

### Sitios Naturales

Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: los bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales entre otros.

## **Manifestaciones Culturales**

Los atractivos turísticos culturales son aquellos elementos que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales

## **2.6 Metodología de Jerarquización**

### **2.6.1. Categorización y Jerarquización**

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: Calidad, Apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos se determina es rango jerárquico donde se ubica el atractivo.

Es importante definir bajo que metodología se han clasificado y sobre qué base determina la jerarquización de los atractivos turísticos de la parroquia que se analizaron.

Esta metodología clasifica a los atractivos en categorías, tipos y subtipos, mientras que determina una jerarquización que va de 4 a 1.

De esta manera, de acuerdo a dicha metodología, se entiende por:

#### **Categoría**

Aquella que define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza”

#### **Tipo**

Son los elementos de características similares en una categoría

## **Subtipo**

Son los elementos que caracterizan los tipos.

Se cuenta entonces con dos categorías Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales, cada una de las cuales a su vez reconoce varios tipos:

Sitios Naturales reconoce los tipos montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares y sistema de áreas protegidas.

Manifestaciones culturales reconoce los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

A su vez cada tipo cuenta con una sub.-clasificación en subtipos que puede ser observada en la correspondiente metodología.

Por otra parte, las jerarquías se conceptualizan de la siguiente manera:

Jerarquía IV Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Jerarquía III Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por si solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía II Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2004, pág. 48/54)

**Tabla N°4 El Valor de la Jerarquización**

1 a 25 puntos	Jerarquía I
26 a 50 puntos	Jerarquía II
51 a 75 puntos	Jerarquía III
76 a 100 puntos	Jerarquía IV

Fuente: valor de la jerarquización,  
Elaborado Sistema de Estados Americanos OMT

### **2.6.2 Tipo**

“Son los elementos de características similares en una categoría”. (Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2004, pág. 52)

### **2.6.3 Subtipo**

“Son los elementos que caracterizan a los tipos”. (Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2004, pág. 52)

### **2.6.4 Valor Intrínseco**

“Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza es decir escénico, científico, artístico, cultural etc.” (Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2004, pág. 52)

### **2.6.5 Valor Extrínseco**

Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad o por el hecho o factor circunstancial o accidental.

### **2.6.6 Estado De Conservación**

Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo.

### **2.6.7 Entorno**

Se refiere al ambiente físico-biológico y socio-cultural que rodea un atractivo.

## **CAPITULO 3 ESTRATEGIAS DE PROMOCION DEL MARKETING TURISTICO**

### **3.1 Definición**

Las estrategias son las que proporcionan una dirección para todas las áreas del Plan de Marketing. Las estrategias sirven como una guía para posicionar el producto, además sirve como referencia para desarrollar un “Marketing Mix” específico: producto, precio, plaza, promoción, merchandising, etc. (Estrategias de plan de Marketing Turístico, 2015).

Aplicando al presente trabajo de esta manera se busca una estrategia para posicionar a la Parroquia de Lagarto y a todo su sistema turístico, el mismo que es el producto a ser promocionado.

### **3.2 Elemento**

Para la promoción turística de la parroquia se tomara en cuenta los 4 mix de marketing: producto, plaza, promoción, precio.

“Producto esta variable engloba tanto el producto (core product) en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc.” (Estrategias de plan de Marketing Turístico, 2015)

El presente trabajo pretende buscar productos con características especiales que ayuden en la promoción turística de la parroquia

Tomando en cuenta factores que fortalezcan los productos como, historia, atractivos turísticos y que puedan enriquecer de manera directa a los productos y de una u otra manera puedan beneficiar a la localidad.

Estrategias de producto:

- Ofrecer productos actualizados llamativos en el mercado en el que las personas centre su atención, con información que llame su atención directamente.
- Agregar al producto nuevas características, atributos, beneficios, mejores funciones, utilidades, usos que otros productos no tengan pero que no pierdan el sentido turístico.
- A futuro ampliar línea de productos, por ejemplo trípticos, volantes o postales de los atractivos de la parroquia.

Precio: En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos. (Estrategias de plan de Marketing Turístico, 2015)

Definir el precio del producto, permitirá realizar las estrategias adecuadas ya que con ello también se podrá definir a que público del mercado se dirige

Estrategias de precio:

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo con el fin de lograr una rápida penetración y acogida.
- Reducir los precios con el fin de atraer una mayor clientela o incentivar las ventas
- Ofrecer descuentos por pronto pago, por volumen o por temporada

Todo esto se logra realizando encuestas donde se determina el gusto de la población y que se abarque todo lo que se necesita saber para la elaboración del producto.

Plaza: En esta variable se analizan los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc. (Estrategias de plan de Marketing Turístico, 2015)

Debemos definir en este caso ¿Dónde se comercializara el producto o el servicio que se está ofreciendo? En el caso de un producto ¿Será distribuido al por mayor o al por menor?, estos detalles deben estudiarse cuidadosamente, ya que al definir plaza, determinaremos que tan fácil es adquirir el producto o el servicio para el cliente.

- Crear una página web para el producto o servicio
- Hacer uso de intermediarios con el fin de lograr una mayor cobertura del producto.
- Se empleara la estrategia de distribución selectiva para la venta del producto.

Promoción: La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc. (Estrategias de plan de Marketing Turístico, 2015)

Este plan se emplea cuando el grado de desarrollo es incipiente y la disponibilidad de información es escasa. Para la inserción del Plan Estratégico de Promoción y Desarrollo Turístico, se mantendrá una estrecha relación con la Administración Municipal del Cantón, y la comunidad, mostrándoles las ventajas que brindará el PDT (Plan de Desarrollo Turístico), así encontramos:

- Promoción de los atractivos de la parroquia.
- Mayor afluencia de turistas al sector.

- Nuevas fuentes de empleo.
- Capacitación permanente a las comunidades para mejorar la atención al turista.
- Trabajo conjunto con la comunidad y posible turismo comunitario.
- Por medio de la comercialización del producto en general y conjuntamente con el mejoramiento de la infraestructura turística se esperarán los resultados con el transcurso del tiempo, esperando que estos sean positivos y que llenen con las expectativas a la localidad.
- Los productos turísticos se ofertaran por medio de la red informática (Internet), medios de comunicación, en fechas de festividades de la parroquia con un manejo adecuado y con la capacitación adecuada a las comunidades se tratará de prevenir los impactos ambientales a los atractivos naturales.

### **3.3 ¿Qué medios de publicidad voy a utilizar para dar la promoción turística a la parroquia de lagarto?**

Actualizar la página web donde podrás encontrar información Turística y Generalidades de la parroquia de Lagarto y sus atractivos turísticos algo nuevo y mejor donde encontraras sitios turísticos del Ecuador. Lugares no explotados pero de un encanto natural de disfrutar y recrear, las cuales serán los siguientes:

#### **3.3.1 Trípticos Turísticos.**

Los Trípticos turísticos tienen como objetivos describir lo atractivos naturales y socioculturales de un lugar que sea visitado.

Con esto se promueve el turismo sea rural, cultural, religioso o de aventura de diversos lugares, contienen ubicación geográfica del lugar, su descripción topográfica, histórica, y la descripción de los atractivos y actividades turísticas.

Algunos trípticos contienen, además, recorridos turísticos, información sobre los servicios que se ofrecen en el lugar y números telefónicos o direcciones electrónicas para proporcionar informes. Estos textos también tienen una función conativa o apelativa ya que pretenden provocar una reacción en el receptor y se pide que haga algo como Visite, saboree, disfrute o descanse.

### **3.3.2 Volantes**

Un volante propagandístico es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo. Su mensaje es breve y conciso, por lo cual se diferencia del tríptico y del folleto, aunque se acepta que el volante es un cierto tipo de folleto breve. Se conoce en inglés como flyer.

### **3.3.3 Afiches**

Es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos breves. Ha sido definido por algunos estudiosos como "un grito en la pared", que atrapa la atención y obliga a percibir un mensaje. También puede definirse como un susurro que, ligado fuertemente a las motivaciones e intereses del individuo, penetra en su conciencia y le induce a Adoptar la conducta sugerida por el cartel.

En conclusión, el afiche es un material gráfico, cuya función es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a lo sugerido por el propio afiche.

### **3.3.4. Medios de Comunicación**

Con el término medio de comunicación (del latín *medius*), se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

## **3.4 Cómo iniciar la promoción turística en la parroquia de lagarto**

- Diseñar campañas de promoción a nivel cantonal para luego enfocarse a nivel regional
- Colaborar con la actualización del inventario de atractivos turísticos.
- Elaborar un cd con información de la parroquia, mostrando en él los diferentes aspectos geográficos, históricos, culturales, sociales así también como de sus principales atractivos.
- Idear trípticos con información sobre sus principales atractivos, tanto visual y textual y repartirlos a agencias de viajes, operadoras y counter de información.
- Incluir señalización adecuada y atractiva en la entrada de cada comuna, especificando los principales servicios que pueden ofrecer a los posibles turistas.

### **3.5 Producto Turístico**

Los productos turísticos es la oferta que se posee la parroquia a parte de su infraestructura, los productos turísticos deben conjugar armoniosamente la sostenibilidad y rentabilidad manteniendo la calidad del producto para su competitividad. Los tipos de productos turísticos que se desea implementar son:

#### **3.5.1 Señalética e Implementación de Rutas**

En este caso es indispensable en todo destino turístico, la parroquia no posee señalización adecuada, es indispensable crear nuevas rutas para realizar actividades como: senderismo, fotografía, caminatas,

#### **3.5.2 Artesanía y Gastronomía**

Es un producto que necesita un proceso para llegar a posesionarlo en el mercado turístico con un producto de calidad y diversidad.

#### **3.5.3 Agroturismo, Ecoturismo, Turismo cultural**

Para estos productos turísticos es indispensable conocer el perfil de mercado para desarrollarlos, cada uno de estos productos tienen un concepto diferente, requisitos, barreras para su desarrollo en función de las cuales se pueden determinar las estrategias y alianzas para desarrollar estos productos turísticos, con la finalidad de fortalecer la oferta turística de la parroquia.

## TERCERA PARTE METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y Diseño de investigación

La investigación se realizó utilizando el método deductivo analizando la información de la provincia hasta la parroquia.

Se utilizó la investigación descriptiva, analítica, explorativa, observacional; mostrando los resultados en porcentajes.

En cuanto al diseño de investigación se aplicó el cuantitativo ya que se utilizó instrumentos como: encuesta, entrevista y observación.

### 3.2. Universo y Muestra

La población de Lagarto es de 5.674 entre hombres y mujeres según la base de datos del censo poblacional del INEC 2010.

Para desarrollar el cálculo de la muestra y obtener el número de encuestas se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + p \cdot q}$$

n = tamaño de la población 5.674

p = nivel de aceptación 0.50

q = nivel de rechazo 0.50

e = grado de error 0.05

k = 2

$$n = \frac{5674(0.50 * 0.50)}{(5674 - 1) \left(\frac{0.05}{2}\right)^2 + 0.5 \times 0.50}$$

$$n = \frac{5674 * 0.25}{(5674)0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{1418.5}{3.54625 + 0.25}$$

$$n = \frac{1418.5}{3.79}$$

$$n = 374 \text{ personas}$$

### **3.3. Instrumentos Recolección de Datos**

#### **Observación Científica: (ver Anexo 1)**

La observación de campo se realizó en una forma sistemática a través de las fichas del Ministerio de Turismo recopile la información necesaria de la población y sus atractivos turísticos para poder analizar el potencial turístico que posee la parroquia de Lagarto.

#### **Encuesta:(ver apéndice A)**

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados, se realizaron a 374 personas de la localidad, en la cual se emplearon 10 preguntas, abiertas y cerradas para poder recopilar la información necesaria con el propósito de emplear las estrategias adecuadas para una promoción turística del sector.

### **Entrevista:(ver apéndice B)**

La entrevista consto de 5 preguntas dirigidas al Presidente de la Junta Parroquial pero como no conté con su ayuda me colaboro la Coordinadora del Departamento de Cultura Doménica Intriago, la preguntas fueron concisa para saber sobre los proyectos que han realizado y lo que están realizando para una promoción turística de la localidad.

### **3.4 Descripción del Trabajo de Campo**

El trabajo de campo se realizó en la parroquia de Lagarto, analizando el sistema actual de cada uno de los componentes del sistema turístico, se utilizó instrumentos de recolección de datos como: entrevistas, encuestas, fichas, observación, fotografía permitiendo un levantamiento de información del sector. Se visitó la parroquia en los días establecidos dentro del cronograma de actividades.

### **3.5 Procesamiento y Análisis**

Los resultados y datos de la investigación se realizaron mediante los programas de Word y Excel, para el análisis se utilizó estadísticas basadas en porcentajes respectivamente

## CUARTA PARTE PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 4.1 Presentación Gráfica de Resultados

Luego del proceso de recolección de datos a través de la encuesta, se realizó la tabulación de la información, de la cual se han obtenido los siguientes resultados.

**Tabla N°5 Matriz de Edad de las Personas Encuestadas**

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
MENOS DE 20 AÑOS	8	2%
20-25 AÑOS	16	4%
26-30 AÑOS	50	17%
31-35 AÑOS	110	28%
36-40 AÑOS	160	41%
MAS DE 40 AÑOS	30	8%
TOTAL	374	100%

Fuente: matriz de edad de las personas encuestad  
Elaborado: Geovana Rodríguez

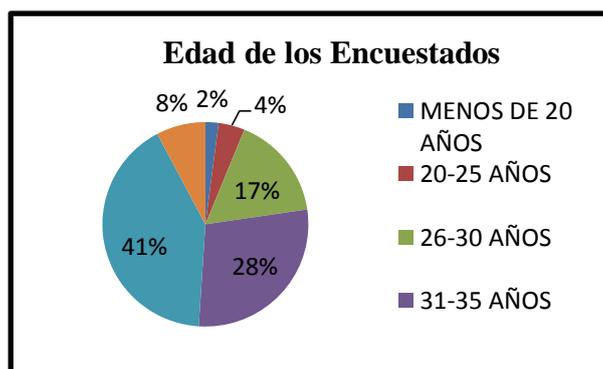


Figura N° 3 Edad de los Encuestados  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** el 41% de las encuestadas realizadas son de personas que van desde los 36 a los 40 años, el 28% son personas que tienen 31 a 35 años, el 17% tiene una edad promedio 26 a 30 años, el 8% son personas que tienen más de 40 años, el 4% va desde los 20 a 25 años y el 2% son personas menores de 20 años.

**Interpretación:** El resultado de las encuestas indica que la investigación está enfocada a las personas adultas de 31 a 40 años de edad.

**Tabla N°6 Sexo de la Población**

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MASCULINO	206	57%
FEMENINO	168	43%
TOTAL	374	100%

Fuente: Sexo de la población de Lagarto  
Elaborado por: Geovana Rodríguez

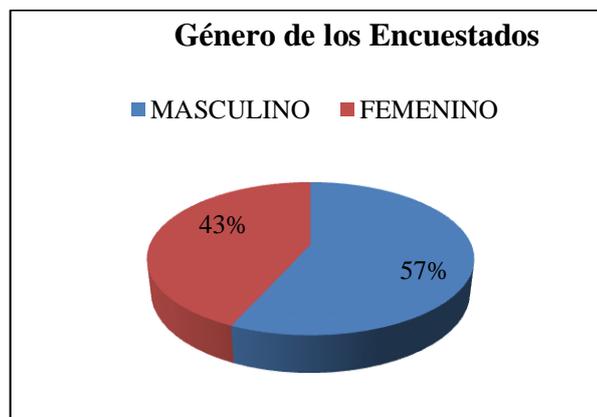


Figura N° 4 Sexo de los Encuestados  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** El 57% de las personas encuestadas son de género masculino, mientras que el 43% son de género femenino.

**Interpretación:** Según el estudio hecho a través de las encuestas se puede notar que la investigación está dirigida a las personas que son de género masculino.

## PREGUNTA N° 1

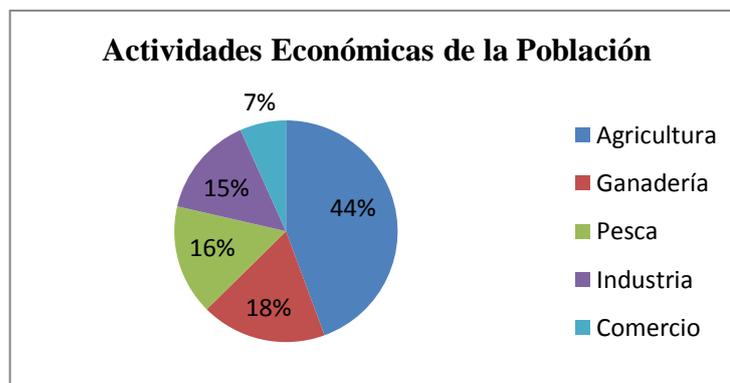
1. ¿Qué actividad realiza usted?

Agricultura ( )    Ganadería ( )    Pesca ( )    Industria ( )    Comercio ( )

**Tabla N°7 Actividades que realizan**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>Agricultura</b>	16	44%
<b>Ganadería</b>	68	18%
<b>Pesca</b>	60	16%
<b>Industria</b>	55	15%
<b>Comercio</b>	25	7%
TOTAL	374	100%

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado por: Geovana Rodríguez



**Figura N° 5 Actividades Económicas que realiza la Población**  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** Un 46% de las personas encuestadas se dedican a la actividad de la agricultura, seguido de un 18% en la ganadería, un 16% a la Pesca, un 14% a la industria y un 6% al comercio.

**Interpretación:** Según las encuestas efectuadas, se observa que la mayoría de personas se dedican a la agricultura, lo que indica que es el principal ingreso económico de la parroquia.

## PREGUNTA 2

Practica usted turismo

Si ( )

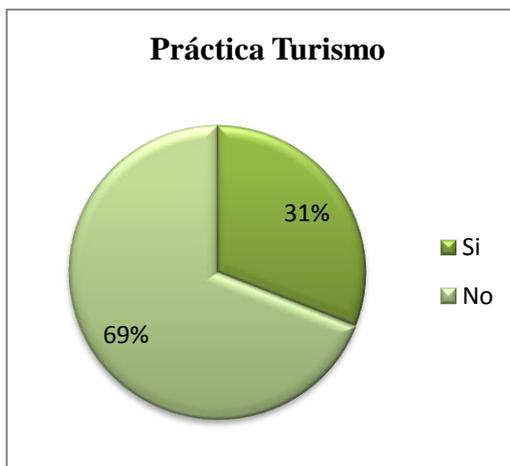
No ( )

Por que

**Tabla N°8 Practica Turismo**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	100	31%
NO	274	69%
TOTAL	374	100%

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado: Geovana Rodríguez



**Figura N° 6 Practica Turismo**  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** Un 69% de las personas encuestadas no practican turismo y el 31% si ha practicado turismo.

**Interpretación:** Según las encuestas efectuadas, se observa que la mayoría de personas no han practicado turismo debido al tiempo la gran parte de dedica a su trabajo ya sea en agricultura, ganadería o a la pesca artesanal.

### PREGUNTA N° 3

¿Conoce usted los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia?

Si ( )

No ( )

Nombre los atractivos turísticos que conoce

1.....

2.....

3.....

4.....

**Tabla N°9 Conocimiento de los Atractivos Turísticos**

ÍTEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	356	95%
NO	18	5%
TOTAL	374	100%

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado: Geovana Rodríguez

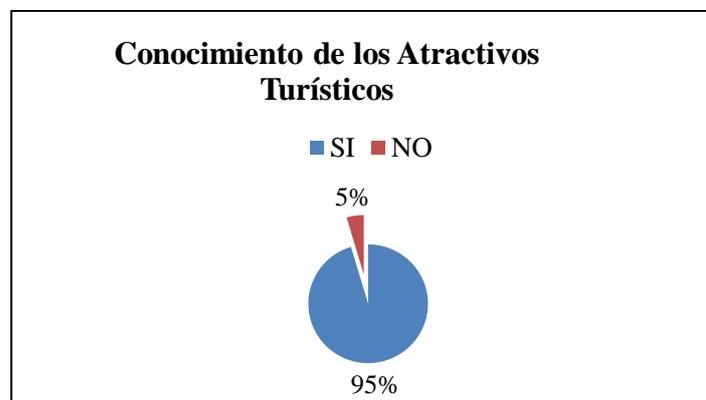


Figura N° 7 Conocimiento de Atractivos Turísticos  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** El 95% de las personas encuestadas si conocen los atractivos turísticos de la parroquia, mientras el 5% restante no los conocen.

**Interpretación:** Con el resultado de las encuestas se deduce que la gran mayoría de los habitantes si conocen los atractivos nombrando a: la fiesta de la virgen del Carmen que se le rinde cada año, Playa Bocana de Lagarto, Playa Vainillita, Elaboración de artesanías y el Playa Bocana de Vainilla. Erróneamente también se nombraba a la Playa de las Peñas pero este lugar pertenece al cantón Eloy Alfaro.

#### Pregunta 4

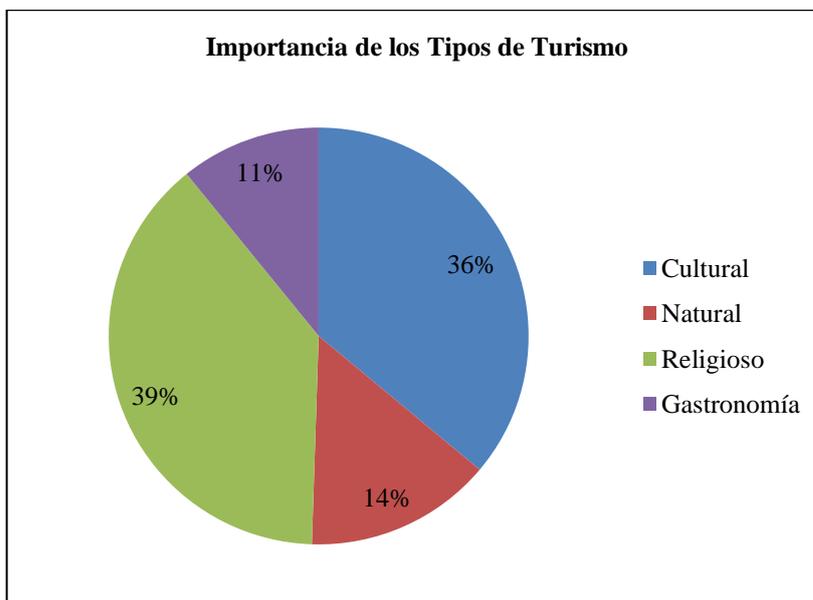
Según su criterio, ¿Qué tipo de turismo es el más importante en la parroquia?

Cultural ( ) Natural ( ) Religioso ( ) Gastronomía ( )

**Tabla N°10 Importancia del Turismo**

ÍTEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>Cultural</b>	126	36%
<b>Natural</b>	56	14%
<b>Religioso</b>	150	39%
<b>Gastronomía</b>	42	11%
TOTAL	374	100%

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado: Geovana Rodríguez



**Figura N° 8 Importancia del Tipo de Turismo**  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** El 39% de las personas encuestadas afirman que el Turismo Religioso es el más importante, muy cerca se encuentra con un 36% el Turismo Cultural,

seguido del Turismo Natural con un 14% y considerado el menos importante con 11% al Turismo de Gastronomía.

**Interpretación:** El resultado de la encuesta claramente se deduce que en la parroquia existe una fervorosa devoción a la religión católica, a su protectora y milagrosa Virgen del Carmen. En segundo lugar los habitantes tienen muy presente lo valioso de su cultura.

## PREGUNTA 5

De las siguientes alternativas ¿Cuál cree usted es la mejor manera para potencializar los atractivos de la parroquia?

Apoyo de las autoridades ( ) Publicidad ( ) Participación comunitaria ( )

**Tabla N°11 Potencializar los Atractivos Turísticos**

ÍTEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Apoyo de las autoridades	231	63%
Publicidad	85	22%
Participación Comunitaria	58	15%
TOTAL	374	100%

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado: Geovana Rodríguez

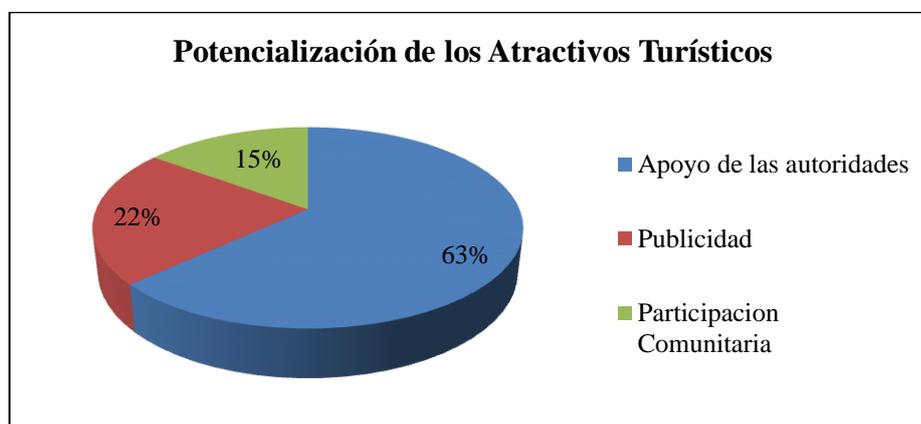


Figura N° 9 Importancia del Tipo de Turismo  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** Un 63% de los encuestados indica que el apoyo de las autoridades es la mejor manera de potencializar los atractivos, el 22% cree que la publicidad y un 15% que la Participación Comunitaria son los medios para potencializarlos.

**Interpretación:** Los resultados de las encuestas destacan que la parroquia para alcanzar un éxito en sus atractivos turísticos necesita el apoyo de las autoridades para un mejor crecimiento y desarrollo de la misma.

## PREGUNTA 6

¿Cree usted que la junta parroquial promociona a la parroquia turísticamente?

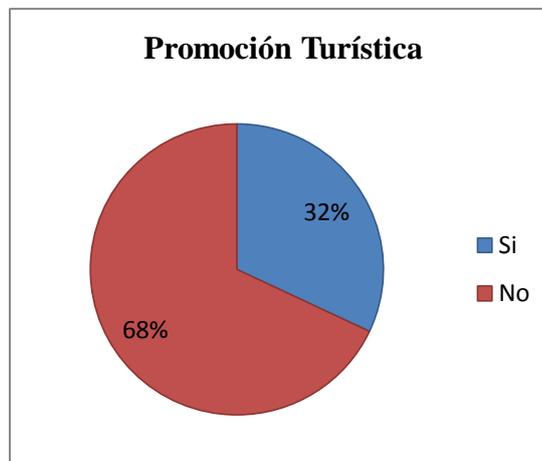
Si ( )

No ( )

**Tabla N°12 Junta Parroquial Promociona a la Parroquia**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	118	32%
No	256	68%
TOTAL	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado: Geovana Rodríguez



**Figura N° 10 Promoción Turística**  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** En lo que concierne a promoción turística el 68% comentó que la parroquia no cuenta con promoción turística. Mientras que un 32% de los habitantes que comentaron que la parroquia sí cuenta con promoción.

**Interpretación:** Los resultados de las encuestas destacan que la parroquia no cuenta con una promoción turística lo que no le permite tener un buen aprovechamiento de los atractivos turísticos con los que cuenta.

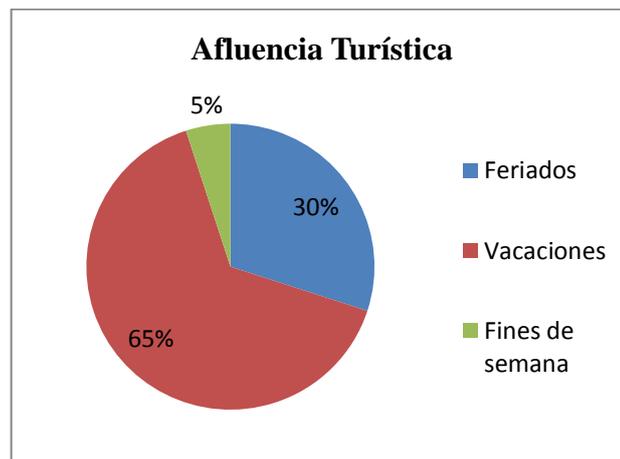
## PREGUNTA 7

¿En qué etapa del año cree usted que la parroquia tiene más afluencia turística?

**Tabla N° 13 Afluencia Turística**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Feriados	112	30%
Vacaciones	244	65%
Fines de semana	18	5%
TOTAL	374	100%

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado: Geovana Rodríguez



**Figura N° 11 Afluencia turística**  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** El 65% de los encuestados menciono que la parroquia cuenta con más visitantes turísticos en vacaciones escolares mientras que el 30% que corresponden supo decir que en feriados la parroquia recibe turistas y un 5% dijo que los fines de semana es cuando hay más afluencia turística.

**Interpretación:** Los resultados de las encuestas destacan que la parroquia tiene más afluencia de turista en el periodo de las vacaciones escolares lo que le permite aprovechar y potencializar los recursos turísticos con los que cuenta.

**PREGUNTA 8**

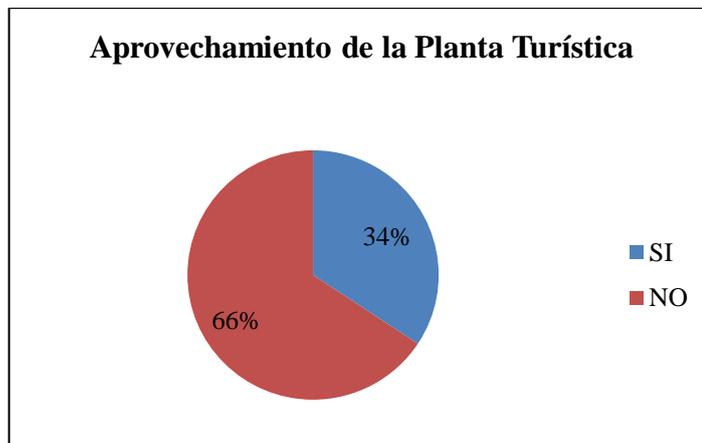
¿Cree usted que la planta turística de la parroquia está siendo bien aprovechada?

Si ( )                      No ( )

**Tabla N°14 Planta Turística**

ÍTEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	133	34%
NO	241	66%
TOTAL	374	100%

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado: Geovana Rodríguez



**Figura N° 12 Aprovechamiento Turístico turística**  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** Del 100% de las personas encuestadas el 66% piensa que no se está aprovechando la planta turística, en cambio un 34% afirma que si lo está.

**Interpretación:** Los resultados muestran que hay una falta de aprovechamiento de la planta turística de la parroquia lo que impide que se muestre el potencial del lugar.

## PREGUNTA 9

Cree usted que la zona cuenta con los suficientes atractivos turísticos para que sea promocionado por agencias de viaje

Si ( )

No ( )

**Tabla N° 15 Promoción de los Atractivos Turísticos**

Ítem	Valor	%
No	33	9%
SI	341	91%
Total	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
Elaborado: Geovana Rodríguez



Figura N° 13 Promoción de la Parroquia  
Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** Del 100% de las personas encuestadas el 9% piensa que la parroquia no cuenta con los suficientes atractivos turísticos, en cambio un 91% afirma que si lo está.

**Interpretación:** Los resultados muestran que la parroquia cuenta con los atractivos turísticos necesaria para ser promocionada por una agencia de viaje siempre y cuando se cuente con el apoyo de las autoridades para un mejor desarrollo de calidad de vida

**PREGUNTA 10**

¿Qué medios usted recomienda para la promoción turística?

- Tv
- Radio
- Web
- Volantes
- Afiches
- Trípticos

**Tabla N°16 Medios de Publicidad**

ITEM	VALOR	PORCENTAJE
Web	72	25%
Tv	72	25%
Radio	72	25%
Volante	62	10%
Afiches	61	9%
Trípticos	35	6%
<b>TOTAL</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población encuestada, 206 Hombres y 168 Mujeres  
 Elaborado: Geovana Rodríguez

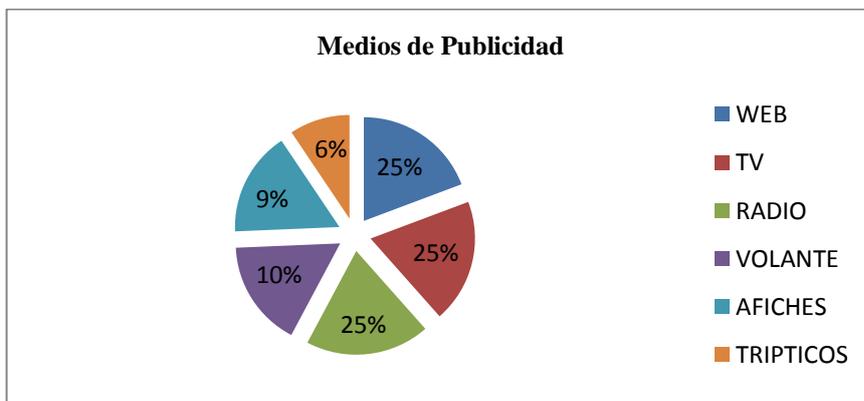


Figura N° 14 Medios de Publicidad  
 Elaborado: Geovana Rodríguez

**Análisis:** 75% de los encuestados indica que la web, tv, radio son medios de publicidad con mayor acogida en la parroquia el 10% prefieren volantes, el 9% son afiches y el 6% prefieren trípticos

**Interpretación:** Los resultados de las encuestas destacan que la parroquia para alcanzar un éxito en sus atractivos turísticos necesita ser promocionada por medio de la web, radio y televisión que son los medios que más utilizan las personas de la parroquia lo que permite mejor crecimiento y desarrollo de la parroquia.

#### **4.1.2 Entrevista**

Por medio de una entrevista que se le realizó a la Señora Doménica Intriago quien trabaja en el área de Cultura se pudo obtener información a nivel local con preguntas previamente analizadas, las cuales supo contestar lo siguiente:

### **Instituto Superior Tecnológico ITHI**

#### **Entrevista**

Fecha 25/05/2015

Lugar Lagarto

Entrevistado Doménica Intriago Departamento de Cultura

#### **Desarrollo**

##### **1. ¿Qué opina del turismo como actividad económica local?**

El turismo en si es una fuente de ingreso y a la vez es la puerta que nos da a conocer los diferentes atractivos con los que cuenta la parroquia

##### **2. ¿Qué programas o proyectos tiene el GAD parroquial con respecto de turismo?**

Nos hemos enfocado trabajar conjuntamente con el Gobierno Municipal en el recinto Bocana de Lagarto que por ahora es el único atractivo en cuanto a playa y han descubierto un lugar vía Anchayacu pero que sigue perteneciendo a la Parroquia de Lagarto llamado Ruta de los Monos

##### **3. ¿Qué información turística existe en el GAD?**

Toda la información con la que se cuenta esta en el PDT de la parroquia es más ahí se nombra el resto de atractivos turístico como lo es la playa de Vainilla, Vainillita la veneración de la Virgen del Carmen que se la realiza cada año, elaboración del queso entre otras tambien se cuenta con la representación de una

niña que quedo princesita del ecuador a nivel nacional y es ella quien los va ayudar para que exista promoción turística de la parroquia.

**4. ¿Tienen guías nativos y son acreditados por el Ministerio de Turismo?**

Lamentablemente no se cuenta con guías porque en si no se cuenta con una organización adecuada donde se conozcan en si todos los atractivos turísticos que posee la parroquia.

**5. Algunas entidades gubernamentales como el MINTUR los apoyado al adecuado turismo de la parroquia**

Hemos recibido ayuda del MINTUR pero para el recinto Bocana de Lagarto y también hemos contado con la ayuda del MIES y ahora estamos planificando con el municipio y conjunto al MINTUR las baterías sanitarias.

## 4.2 Inventario De Atractivos Turísticos De La Parroquia Lagarto

### Listado De Atractivos Turísticos

**Tabla N°17 Clasificación De Atractivos Turísticos De La Parroquia De Lagarto**

Categoría	Tipo	Subtipo
Sitios Naturales	Costas	Playa Bocana de Lagarto
		Playa Bocana de Vainilla
		Playa de Vainillita
		Estero de Vainilla
	Ríos	Rio Lagarto
	Bosque	Húmedo tropical parque de los Monos
Manifestaciones culturales	Etnográficos	Llanura Finca Sug Yor
		Manifestación religiosa la virgen del Carmen
		Artesanía
		Comida típica elaboración del queso

Fuente: Cuadro de clasificación de los atractivos turísticos de la parroquia Lagarto

Elaborado: Geovana Rodríguez

**FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL**

<b>1. LOCALIDAD</b> <b>Parroquia Lagarto</b>	<b>2. FICHA N °</b> 01	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>
---	---------------------------	----------------------------

**4. ACCESO**

5. Desde:	6. Vía, tipo y estado	7. tiempo y medio de transporte
<b>Esmeraldas</b>	<b>Primer orden, asfaltado, Buena</b>	<b>bus, automóvil 60 minutos</b>
<b>San Lorenzo</b>	<b>Primer orden, asfaltado, Buena</b>	<b>bus, automóvil 1.30 minutos</b>

**8. BREVE DESCRIPCIÓN**



**La parroquia de Lagarto hogar de gente amable y hospitalaria, se encuentra ubicada al noreste del Cantón Rio Verde a 65 Km. de la Capital Provincial, en la vía Esmeraldas-San Lorenzo. Cuenta con de 5.674 habitantes**

**El nombre de Lagarto es debido a que antiguamente en las riveras y pantanos de los manglares de las cuencas de los esteros, Lagarto, Lagartillo y Vainilla existía gran cantidad de reptiles de esta especie por lo que se los conocía como los esteros de los lagartos.**

**9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS**

Categoría	Tipo	Subtipo
R. Naturales	Ríos, costa, ambiente marino ,agroturismo	<b>Riachuelos, esteros, cuevas, playas, tulicios camaroneras</b>
R.Culturales	Histórico	<b>Monumento</b>
R. Etnográficos	Artesanías, Manifestación religiosa	
Realizaciones Técnicas	Ninguna	
Realizaciones Programadas	Ferias y Exposiciones	<b>Gastronomía, fiestas de la parroquia</b>

**10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES**

- Transporte públicos **x**
- Gasolineras
- Teléfono Público **x**
- Oficina bancaria **x**
- Cajero
- Centro de salud **x**
- Primeros auxilios
- Farmacia **x**
- Seguridad **x**
- Centros escolares **x**
- Centros culturales **x**
- Centros deportivos **x**
- Espacios recreativos **x**
- Otros

**11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO**

Alojamiento	N 2	Tipo 1 estrellas
Restaurantes	N 1	Tipo 1 tenedor
Otros lugares de comida	N varias	Tipo 1 tenedor
Empresas de actividades recreativas	N no existe	Tipo
Empresas receptivo	N no existe	Tipo

Otros	N	no existe	Tipo
12. OFICINA ITUR MÁS PROXIMA:		Horários: no existe	
No existe			
13. PRINCIPALES PROBLEMAS			
○ Señalización x		• <b>no existe una debida y adecuada señalización vía</b>	
○ Accesos			
○ Información x			
○ Conservación urbana		• <b>La información sobre Lagarto es limitada.</b>	
○ Saneamiento x		• <b>La parroquia no cuenta con limpieza adecuada de calles y lugares públicos.</b>	
○ Circulación x		• <b>Se encuentra en proceso.</b>	
○ Limpeza y recogida de basura		• <b>Los turistas nacionales solo son atraídos en fiestas de la parroquia. la presencia de extranjeros se puede observar en la temporada alta como lo es en carnaval.</b>	
○ Seguridad		• <b>La limpieza es regular, tiene un camión recolector que trabaja de miércoles a domingo.</b>	
○ Otros		• <b>La seguridad sola existe una patrulla con 3 policías.</b>	
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVA			
Plan de Desarrollo Territorial de la Parroquia de Lagarto			
15. Realizado por: Geovane Rodriguez		Fecha: 25/ 05/ 2015	

**FICHA DE ATRACTIVOS**

<b>1. NOMBRE</b> <b>Playa Bocana de Lagarto</b>	<b>2. FICHA N</b> 01	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>
<b>4. CATEGORÍA</b> Sitios Naturales	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> TIPO: <b>litoral</b> SUBTIPO: <b>Playa</b>	
<b>6. UBICACIÓN</b> <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: 1°04' 31''</b> <b>LONGITUD: 79°14' 52'' a.</b>		
<b>7. ACCESO</b> 8. Desde Tiempo : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b> , <b>asfaltada, Buena</b> <b>2h00</b>	9. Vía, tipo y estado : <b>asfaltada, Buena</b>	10 Medio de acceso 11 : <b>automóvil , bus, canoa</b>
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> <div align="center" data-bbox="603 1032 1066 1238">  </div> <p><b>ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm</b>  <b>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):500 cm3</b>                  Bocana de Lagarto presenta aproximadamente 700 metros de playa la calidad del agua es semiturbia verdosa.</p> <p><b>Flora y fauna (biodiversidad):</b> La vegetación se caracteriza por poseer: varias especies de manglares: mangle negro o iguanero (<i>Avicennia germinans</i>), mangle jeli (<i>Conocarpus erecta</i>), mangle blanco (<i>Laguncularia recemosa</i>), mangle rojo (<i>Rhizophota mangle</i>), mangle piñuelo (<i>Pelliciera rhizophorae</i>); bromelias (<i>Tillandsia usneoides</i>), seca (<i>Geofroea arbórea</i>), majagua (<i>Hiibiscus tiliaceus</i>); en cuanto a fauna existen: el gaviotín piquigrueso (<i>Sterna nilotica</i>), gaviotín real (<i>Sterna máxima</i>), gaviotín elegante (<i>Sterna elegans</i>); fragatas (<i>Fregata magnificens</i>), pelícano pardo (<i>Pelecanus occidentalis</i>), playeros: Chorlo gris (<i>Pluvialis squatarola</i>), chorlo semipalmeado (<i>Charadrius semipalmatus</i>), cangrejo rojo (<i>Ucides occidentalis</i>) y cangrejo azul (<i>Cardisoma crassum</i>). En cuanto a flora se pueden apreciar plantas herbáceas. La playa queda al pie de la población, hacia el este se observan acantilados bajos cubiertos de bosque seco tropical. La playa tiene una pendiente ligera. A lo largo de la playa se observan embarcaciones pesqueras, la calidad de la arena es gris oscuro con textura fina.</p>		

<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b> <b>Entre las actividades turísticas que más se destacan son: Bañarse en la playa, pesca deportiva, caminata, paseo en lancha, campeonatos de playeros.</b>		
<b>14. HORARIOS</b> N/E	<b>15. PRECIOS</b> N/E	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PÚBLICO</b>  Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas auto guiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b> <b>contaminación del mar al votar ahí mismo las cabezas de los camarones</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> <b>Investigación de campo</b>		
<b>25. OBSERVACIONES</b> <b>Los buses de transporte llegan hasta la cabecera parroquial, se debe tomar un taxi moto o camionetas para llegar a la playa, se recomienda aprovechar las horas de sol.</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Geovana Rodríguez		<b>Fecha:</b> <b>25/05/2015</b>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE <b>Playa Bocana de Vainilla</b>	2. FICHA N 02	3. FICHAS ASOCIADAS	
4. CATEGORÍA <b>Sitios Naturales</b>	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: <b>litoral</b> SUBTIPO: <b>Playa</b>		
6. UBICACIÓN <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: 1°05' 01''</b> <b>LONGITUD: 79° 12' 34''</b>			
7. ACCESO	8. Desde <b>: Esmeraldas y San Lorenzo</b>	9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b>	10 Medio de acceso <b>automóvil , bus, canoa</b>
			11 Tiempo <b>2h00</b>
12. DESCRIPCIÓN			
			
<p><b>ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm</b>  <b>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):500 cm3</b>  <b>La playa tiene una extensión de 650 metros encerrada entre acantilados bajos desde la desembocadura del Estero Vainilla, la calidad del agua es semiturbia verdosa</b>  <b>Flora y fauna (biodiversidad) En los acantilados se puede observar un tipo de vegetación achaparrada de no más de seis metros de altura y de aspecto seco, dominada especialmente por especies de las familias Boraginaceae y Convolvulaceae. Las especies características son: Cordia lutea y Heliotropium peruvianum (Boraginaceae), Ipomoea carnea (Convolvulaceae), Waltheria ovata (Sterculiaceae), Cochlospermum vitifolium (Cochlospermaceae) y Muntingia calabura (Elaeocarpaceae). Sobre la zona de construcción se encuentran plantadas palmeras (Cocos nucifera, Attalia colenda, palmiche Euterpe cuatrecasana) y Ficus sp. En cuanto a fauna existen Gaviotas (Creagrus furcatus), fragatas (Fregata magnificens), pelícanos (Pelecanus occidentalis), playeros (Charadrius sp.), cangrejos (Ucides occidentalis) y Cardisoma crassum, La playa es una pequeña ensenada que está limitada en los extremos por la desembocadura de dos esteros y acantilados bajos muy inestables. En un 15% de la playa se encuentran ubicadas embarcaciones pesqueras al pie del recinto Vainilla. Sobre la zona de construcción se observan acantilados bajos inestables hacia el suroeste mientras que en la zona central se encuentran zonas de rocas sedimentarias. Hacia el noreste se encuentra el recinto de Vainilla. La calidad de la arena es gris oscuro con manchas de ferrita a lo largo de la playa.</b></p>			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES <b>Entre las actividades turísticas que más se destacan son: Bañarse en la playa, pesca deportiva, caminata, paseo en lancha.</b>			
14. HORARIOS N/E	15. PRECIOS N/E	16. PROPIETARIO	
		17. PERSONA CONTACTO	

<b>18. TIPO DE PÚBLICO</b> Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	<b>20 ACTIVIDAD</b>	21 CÓDIGO
<b>22. SERVICIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b> <b>Deterioro del espacio</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> <b>Investigación de campo</b>		
<b>25. OBSERVACIONES</b> <b>Los buses de transporte pasan por la carretera principal de la comunidad Vainilla, desde ahí se debe tomar una taximoto que trasladan a la playa.</b>		
26. Realizada Por: Geovana Rodríguez		Fecha: <b>25/05/2015</b>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE <b>Rio de Lagarto</b>	2. FICHA N 03	3. FICHAS ASOCIADAS	
4. CATEGORÍA <b>Sitios Naturales</b>		5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: <b>RIO</b> SUBTIPO: <b>Río</b>	
6. UBICACIÓN <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: : 1.06667</b> <b>LONGITUD: -79.25</b>			
7. ACCESO	8. Desde <b>: Esmeraldas y San Lorenzo</b>	9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b>	10 Medio de acceso <b>automóvil , bus, canoa</b>
			11 Tiempo <b>2h00</b>
12. DESCRIPCIÓN			
			
<p><b>ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm</b>  <b>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):500 cm3</b>  <b>El principal sistema hídrico de la Parroquia, lo conforma la Cuenca del Rio Lagarto, que atraviesa la Parroquia sur a norte, paralelo a ella se encuentra el rio Lagartillo, así como también riachuelos y esteros que alimentan el río, éste a su vez desemboca en el Océano Pacífico.</b></p>			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES <b>Entre las actividades turísticas que más se destacan en el río son: paseos en bongos , paseos en balsa observación de su flora</b>			
14. HORARIOS N/E	15. PRECIOS N/E	16. PROPIETARIO	
		17. PERSONA CONTACTO	
18. TIPO DE PÚBLICO Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO	
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> </ul>			

- Alquiler de material para realizar actividades
- venta de souvenir, información sobre el recurso
- Folletos
- Teléfono publico
- Pago con tarjetas de crédito
- otros

23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA

**Los habitantes cercanos al rio botan basura en el rio. Es necesario presentar un plan de conservación al medio ambiente, creciente del rio**

24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS

**Investigación de campo**

25. OBSERVACIONES

**Es necesario presentar un plan de conservación al medio ambiente**

26. Realizada Por:  
Geovana Rodríguez

Fecha:  
**25/05/2015**

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE <b>Estero de vainilla</b>		2. FICHA N 04	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA <b>Sitios Naturales</b>		5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: <b>litoral</b> SUBTIPO: <b>estero</b>	
6. UBICACIÓN <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: : : 1.08333</b> <b>LONGITUD: -79.21667</b>			
7. ACCESO			
8. Desde : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b>	9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b>	10 Medio de acceso <b>automóvil , bus, canoa</b>	11 Tiempo <b>2h00</b>
12. DESCRIPCIÓN			
			
<b>ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm</b> <b>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):500 cm3</b>			
<p><b>Estero de Vainilla</b> está ubicado en la vía a San Lorenzo, a pocos minutos de la parroquia de Lagarto, en la Provincia de Esmeraldas, al noroeste del Ecuador Es sin duda, un hermoso destino turístico para propios y extraños. En este lugar se puede conocer uno de los paisajes más bellos, ya que está rodeado de una basta vegetación donde podrás escuchar el canto de aves. Estero de Vainilla pertenece a la zona de vida bosque seco tropical, está rodeada de cocoteros y zonas de pastizales. En las que se puede observar gaviotas y gallinazos.</p>			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES			
Entre las actividades turísticas que más se destacan son el avistamiento de la biodiversidad, fotografía y bañarse			
14. HORARIOS N/E		15. PRECIOS N/E	16. PROPIETARIO  17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO			
Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X			
19. EMPRESAS QUE OPERAN		20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO

<p>22. SERVICIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Comida</li> <li>○ Alojamiento</li> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Talleres</li> <li>○ Rutas autoguiadas</li> <li>○ Señalización para llegar</li> <li>○ Señalización interna</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Servicios higiénicos</li> <li>○ Seguridad y Manteniendo</li> <li>○ Alquiler de material para realizar actividades</li> <li>○ venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li>○ Folletos</li> <li>○ Teléfono publico</li> <li>○ Pago con tarjetas de crédito</li> <li>○ otros</li> </ul>	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</p> <p><b>Deterioro del espacio</b></p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</p> <p><b>Investigación de campo</b></p>	
<p>25. OBSERVACIONES</p> <p><b>ES necesario presentar un plan de conservación al medio ambiente</b></p>	
<p>26. Realizada Por: Geovana Rodríguez</p>	<p>Fecha: <b>25/05/2015</b></p>

FICHA DE ATRACTIVOS

<p>1. NOMBRE <b>Playa de vainilla</b></p>	<p>2. FICHA N 05</p>	<p>3. FICHAS ASOCIADAS</p>					
<p>4. CATEGORÍA <b>Sitios Naturales</b></p>		<p>5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: <b>litoral</b> SUBTIPO: <b>playa</b></p>					
<p>6. UBICACIÓN <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: : : 01° 05' 05''</b> <b>LONGITUD: : 079° 12' 09''</b></p>							
<p>7. ACCESO</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="288 813 558 875"> <p>8. Desde : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b></p> </td> <td data-bbox="558 813 861 875"> <p>9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b></p> </td> <td data-bbox="861 813 1197 875"> <p>10 Medio de acceso <b>automóvil , bus, canoa</b></p> </td> <td data-bbox="1197 813 1375 875"> <p>11 Tiempo <b>2h00</b></p> </td> </tr> </table>				<p>8. Desde : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b></p>	<p>9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b></p>	<p>10 Medio de acceso <b>automóvil , bus, canoa</b></p>	<p>11 Tiempo <b>2h00</b></p>
<p>8. Desde : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b></p>	<p>9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b></p>	<p>10 Medio de acceso <b>automóvil , bus, canoa</b></p>	<p>11 Tiempo <b>2h00</b></p>				
<p>12. DESCRIPCIÓN</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p><b>ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm</b> <b>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):700 cm3</b></p> <p><b>Siguiendo la carretera en el sentido Norte llegamos a Vainilla siendo el límite entre del Cantón Rioverde y el Cantón Eloy Alfaro. Desde aquí a unos 15 minutos se llega hasta su hermosa playa de Vainillita donde podemos observar y disfrutar de sus cuevas y sus playas vírgenes, y extensas en estado natural. a. Dimensiones: Aproximadamente 8 Km. b. Calidad del Agua: Semiturbia por la presencia de actividades relacionadas a pesca artesanal y palmicultoras cercanas. c. Flora y Fauna (Biodiversidad): En la zona predomina la existencia de palmeras, árboles frutales y estero de manglar. En relación a la fauna, al estar ubicado la playa al pie de un pueblo de pescadores, se observa aves, tales como la garceta nívea (Egretta thula), garza azul (Egretta caerulea) entre otras. d. Descripción del paisaje: Es una playa donde se observa la presencia de bancos de conchillas, botes, redes e instrumentos de pesca artesanal. En el extremo izquierdo se observan acantilados y la desembocadura de un río, conocido como la bocana de Vainilla. Al extremo derecho, se observa una loma con árboles frutales, presencia en el suelo de vestigios arqueológicos, y la formación de un pequeño estero rodeado de remanente de</b></p>							

<b>manglar.</b>		
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b> <b>Entre las actividades turísticas que más se destacan es la pesca, baño, fotografía camita por la playa, visitar cuevas</b>		
<b>14. HORARIOS</b> N/E	<b>15. PRECIOS</b> N/E	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PÚBLICO</b> Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b> <b>Contaminación Por la actividad pesquera, la presencia de malezas y troncos traídos por la corriente</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> <b>Investigación de campo</b>		
<b>25. OBSERVACIONES</b> <b>Los buses dejan a las personas al pie de la carretera principal pero no ingresan a la población. Para llegar a la playa desde la carretera, se debe tomar un camino empedrado de aproximadamente 2,5 Km de distancia</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Geovana Rodríguez		<b>Fecha:</b> <b>25/05/2015</b>

**FICHA DE ATRACTIVOS**

<b>1. NOMBRE</b> <b>Finca Sub York</b>	<b>2. FICHA N</b> 06	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>
<b>4. CATEGORÍA</b> <b>Sitios Naturales</b>	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> TIPO: <b>planicie</b> SUBTIPO: <b>Ilanura agroturismo</b>	
<b>6. UBICACIÓN</b> <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: : : 01° 05' 05''</b> <b>LONGITUD: : 079° 12' 09''</b>		
<b>7. ACCESO</b> 8. Desde : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b> 9. Vía, tipo y estado : <b>asfaltada, Buena</b> 10 Medio de acceso : <b>automóvil , bus</b> 11 Tiempo : <b>2h00</b>		
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> <div align="center" data-bbox="592 969 1074 1294">  </div> <p><b>ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm</b>  <b>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):700 cm3</b>                  La finca se encuentra en el recinto las Delicias posee 30 hectáreas en las cuales cuenta con sembrío de platano, naranja, yuca, cacao, mamey, coco aparte tiene espacios recreativos tanto para adulto como niños, existe un criadero de animales en el cual el turista puede observar y realizar un agroturismo</p>		
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b> Entre las actividades turísticas que más se destacan son paseo a caballo, juegos para niños, canchas para hacer deportes, nadar en el río o en la piscina, ordeñar vacas.		
<b>14. HORARIOS</b> <b>Fines de semana</b>	<b>15. PRECIOS</b> \$10	<b>16. PROPIETARIO</b> Georgi Cortez  <b>17. PERSONA CONTACTO</b> 062744095

<b>18. TIPO DE PÚBLICO</b> Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERA</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b> <b>Alteración del medio Ambiente</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> <b>Investigación de campo</b>		
<b>25. OBSERVACIONES</b> <b>No cuenta con una señalización interna ni tampoco una difusión de este atractivo</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Geovana Rodríguez		<b>Fecha:</b> <b>25/05/2015</b>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE <b>Parque de los Monos</b>	2. FICHA N 07	3. FICHAS ASOCIADAS	
4. CATEGORÍA <b>Sitios Naturales</b>	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: <b>Bosque</b> SUBTIPO: <b>tropical húmedo</b>		
6. UBICACIÓN <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: : : 01° 10' 05''</b> <b>LONGITUD: : 079° 20' 10''</b>			
7. ACCESO	8. Desde <b>: Esmeraldas y San Lorenzo</b>	9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b>	10 Medio de acceso <b>automóvil , bus,</b>
11 Tiempo <b>2h00</b>			
12. DESCRIPCIÓN			
			
<p><b>ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm</b>  <b>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):700 cm3</b>  <b>Al visitar el recinto Hojas Blancas podemos encontrarnos con primates del tipo aullador en un ambiente de melodía selvática. Además de su rica flora y fauna silvestre. Cuando se hace la caminata por el sendero, podrás ver las diferentes especies que se encuentran dentro de estas 15 hectáreas observarás a los monos aulladores guindados de las ramas, como los sonidos de cientos de aves. Y por el paseo fluvial podrás observar a los cazadores de cangrejo, el arte de sacarlos del hueco sin ser mordidos.</b></p>			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES <b>Entre las actividades turísticas que más se destacan observación de las diferentes especies, fotografías.</b>			
14. HORARIOS <b>Fines de semana</b>	15. PRECIOS \$10	16. PROPIETARIO Adolfo Murillo	

		17. PERSONA CONTACTO 0997892665
18. TIPO DE PÚBLICO Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X		
19. EMPRESAS QUE OPERA	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA <b>Alteración del medio Ambiente</b>		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS <b>Investigación de campo</b>		
25. OBSERVACIONES <b>No cuenta con una señalización interna ni tampoco una difusión de este atractivo</b>		
26. Realizada Por: Geovana Rodríguez		Fecha: <b>25/05/2015</b>

**FICHA DE ATRACTIVOS**

<b>1. NOMBRE</b> <b>Virgen del Carmen</b>	<b>2. FICHA N</b> 08	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>
<b>4. CATEGORÍA</b> <b>Manifestaciones Culturales</b>	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> TIPO: <b>Etnográfico</b> SUBTIPO: <b>manifestación religiosa</b>	
<b>6. UBICACIÓN</b> <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: : : 01° 06' 05''</b> <b>LONGITUD: : 079° 15' 10''</b>		
<b>7. ACCESO</b> 8. Desde : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b> 9. Vía, tipo y estado : <b>asfaltada, Buena</b> 10 Medio de acceso : <b>automóvil , bus,</b> 11 Tiempo : <b>2h00</b>		
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> <div align="center" data-bbox="635 904 1031 1160"> </div> <p><b>ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm</b></p> <p><b>PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):700 cm3</b></p> <p><b>La virgen más celebrada y que tiene más devotos es Nuestra Señora del Carmen, que celebra el 16 de julio.</b></p> <p><b>La fiesta grande de la virgen del Carmen se realiza a orillas del mar , donde se instala un gran altar de serpentinas, ramos de flores y papel picado de colores, a donde llega la procesión y se le cantan arrullos y alabanzas a la virgen y sus milagros.</b></p> <p><b>Actualmente se conserva la tradición y se practica en la mayoría de las parroquias.</b></p>		
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b> <b>Homenajear, agradecer y solicitar milagros a la Virgen del Carmen</b>		
<b>14. HORARIOS</b> <b>16 de Julio</b>	<b>15. PRECIOS</b> N/E	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>

<b>18. TIPO DE PÚBLICO</b> Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERA</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> <b>Investigación de campo</b>		
<b>25. OBSERVACIONES</b> <b>a la virgen la sacan a pasear en alta mar y desde ahí empiezan los arrullos</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Geovana Rodríguez		<b>Fecha:</b> <b>25/05/2015</b>

FICHA DE ATRACTIVOS

1. NOMBRE <b>ELABORACION DE ARTESANIAS EN LAGARTO</b>	2. FICHA N 09	3. FICHAS ASOCIADAS
--	------------------	---------------------

4. CATEGORÍA <b>Manifestaciones Culturales</b>	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: <b>Etnográfico</b> SUBTIPO: <b>artesanía</b>
---	--

6. UBICACIÓN <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: : 1° 04' 50''</b> <b>LONGITUD: : 79° 23' 14''</b>
--

7. ACCESO	8. Desde : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b>	9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b>	10. Medio de acceso <b>automóvil , bus,</b>	11. Tiempo <b>2h00</b>
-----------	---	--	--	---------------------------

12. DESCRIPCIÓN



**ALTURA (m.s.n.m.): 9 msnm**

**PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm3 ):700 cm3**

Los materiales que se usan para los diferentes tipos de artesanías (conchas, tagua, mangle) que son recolectados en las playas del cantón. La venta es local, en las playas durante la temporada y feriados. Las personas que elaboran las artesanías son muy cuidadosas en los detalles de los productos observándose así un buen acabado y nitidez en la presentación, los periodos en los que se elabora un mayor número de artesanías son durante la temporada y feriados. Para elaborar un jarro pequeño se demoran aproximadamente medio día. Para las artesanías es una manera de distraerse pero no su fuente principal de ingresos por lo que no se sienten presionadas para elaborarlos en cantidades todo el año, actualmente se utilizan diversos materiales en los que se confeccionan aretes, collares, canastos, paneras, jarros, floreros de diferentes formas.

<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b> <b>Revalorizar la cultura local a través de la elaboración de artesanías con materiales encontrados in situ y así poder presentar a los visitantes parte de la cultura local.</b>		
<b>14. HORARIOS</b> N/E	<b>15. PRECIOS</b> N/E	16. PROPIETARIO  17. PERSONA CONTACTO
<b>18. TIPO DE PÚBLICO</b> Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERA</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	21 CÓDIGO
<b>22. SERVICIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> <b>Investigación de campo</b>		
<b>25. OBSERVACIONES</b> <b>Se están utilizando materiales que no son de la zona como el caso de la tela y lana para diversificar los productos que se elaboran. La tradición se la está conservando a pesar de ser pocas las que se dedican a esta actividad.</b>		
26. Realizada Por: Geovana Rodríguez		Fecha: <b>25/05/2015</b>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE <b>Elaboracion del Queso</b>	2. FICHA N 10	3. FICHAS ASOCIADAS	
4. CATEGORÍA <b>Manifestaciones Culturales</b>	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: <b>Etnográfico</b> SUBTIPO: <b>gastronomía</b>		
6. UBICACIÓN <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b> <b>LATITUD: : 1° 04' 50"</b> <b>LONGITUD: : 79° 23' 14"</b>			
7. ACCESO			
8. Desde : <b>Esmeraldas y San Lorenzo</b>	9. Vía, tipo y estado <b>, asfaltada, Buena</b>	10 Medio de acceso <b>automóvil , bus,</b>	11 Tiempo <b>2h00</b>
12. DESCRIPCIÓN			
			
<p>La elaboración del queso es realizada por mucha gente y se convierte en una importante fuente de ingresos. Es que hasta los niños saben cómo y qué hacer con el cuajo, que es colocado en un envase con sal en grano por ocho días para luego retirarlo del recipiente y ponerlo con el suero, aunque hay otras personas que tienen otra forma de elaborar el queso</p>			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES <b>Revalorizar la cultura local</b>			
14. HORARIOS N/E	15. PRECIOS N/E	16. PROPIETARIO	17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO Semana Fin de semana Feriados Largos X Vacaciones X			

19. EMPRESAS QUE OPERA	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
<p>22. SERVICIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Comida</li> <li>○ Alojamiento</li> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Talleres</li> <li>○ Rutas autoguiadas</li> <li>○ Señalización para llegar</li> <li>○ Señalización interna</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Servicios higiénicos</li> <li>○ Seguridad y Manteniendo</li> <li>○ Alquiler de material para realizar actividades</li> <li>○ venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li>○ Folletos</li> <li>○ Teléfono publico</li> <li>○ Pago con tarjetas de crédito</li> <li>○ otros</li> </ul>		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA		
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</p> <p><b>Investigación de campo</b></p>		
<p>25. OBSERVACIONES</p> <p><b>los quesos son reconocidos nacionalmente como los mejores</b></p>		
26. Realizada Por: Geovana Rodríguez		Fecha: <b>25/05/2015</b>

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN <b>La Casa de la Fragata</b>  <b>Bocana de Lagarto, Orillas del mar</b>	2. FICHA N  01	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO <b>0959025109</b>	5. Email info@lacasa de la fragata.com	6. WEB
7. OPERA DESDE: <b>La parroquia Lagarto</b>		
8. TIPO Y CATEGORÍA: <b>residencia 1 estrella</b>		
9. UBICACIÓN: <b>PROVINCIA: Esmeraldas</b> <b>CANTÓN: Rioverde</b> <b>PARROQUIA: Lagarto</b>		
Aislado	<b>Núcleo poblacional</b> x	Carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	<b>Edificio Tradicional</b>	Edificio Moderno <b>x</b>
11 CAPACIDAD		
Con baño <b>x</b>	<b>con duchas</b> x	sin baño
Dobles <b>20</b>		
Otras (múltiples) <b>no hay</b>		
Total Habitaciones <b>10</b>		
Total camas <b>20</b>		
OTROS		
Capacidad Restaurante <b>1</b>		
Capacidad salones <b>No</b>		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
○ Restaurante con especialidades locales		x
○ Restaurante cocina internacional		
○ Bar		
○ Comida para llevar		
○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros		
○ Estacionamiento		<b>x</b>
○ Jardines/ terrazas para uso de clientes		
○ Actividades recreativas para clientes con medios propios		
○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas		
○ Piscina		x
○ Salones para reuniones		
○ Juegos para niños		
○ Primeros auxilios		
○ Formas de pago		<b>x</b>
○ Otros		
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: <b>3 personas encargadas</b>		
14. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE		
○ Fines de semana		
○ Semana		
○ Semana Santa		
○ Feriados	x	
○ Navidad		

○ Verano	
15. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES	<b>3 días</b>
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA	<b>Descanso</b>
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:	
○ Boca oreja	<b>x</b>
○ A través de operadora(cuales)	
○ De los hoteles y hosterías	
○ Promoción directa propia	
○ Página Web	
○ Reserva con anticipación	
○ Reserva teléfono Internet	
○ Otros	
○ Medios de transporte	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	
○ Todo el año	<b>x</b>
○ temporal (indicar época)	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y licencias)	
<b>Todos los permisos se encuentran al día, el ambiente es bueno y confortable, sin embargo no es muy rentable el servicio de alojamiento en el sector.</b>	
20. Realizada por:	Fecha:
<b>Geovana Rodríguez</b>	<b>25/05/2015</b>

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN <b>Los sietes sabores</b>	2. FICHA N <b>1</b>	3.FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO <b>0988852005</b>	5. Email no existe	6. WEB <b>no existe</b>
7. OPERA DESDE <b>Bocana de Lagarto</b>		
8. TIPO Y CATEGORÍA: <b>Primera</b>		
9. UBICACIÓN: <b>Bocana de Lagarto</b>		
Aislado	Núcleo poblacional <b>x</b>	carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno <b>X</b>
11 CAPACIDAD capacidad del Restaurante <b>30 personas</b> capacidad de los Salomes Capacidad de Terrazas		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Restaurante con especialidades locales <span style="float: right;">X</span></li> <li><input type="radio"/> Restaurante cocina internacional</li> <li><input type="radio"/> Bar</li> <li><input type="radio"/> Comida para llevar <span style="float: right;">X</span></li> <li><input type="radio"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros</li> <li><input type="radio"/> Estacionamiento <span style="float: right;">X</span></li> <li><input type="radio"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes</li> <li><input type="radio"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios</li> <li><input type="radio"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas</li> <li><input type="radio"/> Piscina</li> <li><input type="radio"/> Salones para reuniones</li> <li><input type="radio"/> Juegos para niños</li> <li><input type="radio"/> Primeros auxilios</li> <li><input type="radio"/> Formas de pago</li> <li><input type="radio"/> Otros</li> </ul>		
13. PERSONAL Y CAPACIDAD: <b>5 empleados capacidad de 30</b>		

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES

- Fines de semana x
- Semana
- Semana Santa
- Feriados X
- Navidad
- Verano

15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- Boca oreja X
- A través de operadora(cuales)
- De los hoteles y hosterías
- Promoción directa propia X
- Página Web
- Reserva con anticipación
- Reserva teléfono X Internet
- Otros
- Medios de transporte

16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO

- Todo el año x
- temporal (indicar época)

17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES

**(permisos, registros y licencias) si cuenta con los permisos**

18. Ficha realizada por: **Geovana Jaqueline Rodriguez** 19. Fecha: **25/05/2015**

**Ortega**

#### 4.2.1 Ficha de Resumen de Inventarios de Atractivos Turísticos

Atractivo Turístico	Calidad Intrínseco	Calidad Extrínseco	Entorno	Estado de conserv.	Acceso	Servicios	Asoc. con otros atractivos	Significado Local	Signif. regional	Suma	Jerarquía
Valores	Max15	Max15	Max10	Max10	Max10	Max10	Max 5	Max2	Max4		
<b>Playa Bocana de Lagarto</b>	4	4	4	4	4	2	1	1	-	<b>24</b>	I
<b>Playa Bocana de vainilla</b>	5	5	5	5	4	0	1	1	-	<b>27</b>	II
<b>Rio Lagarto</b>	2	2	2	2	5	2	3	2	-	<b>20</b>	I
<b>Finca Sub York</b>	3	3	5	5	5	3	3	2	-	<b>29</b>	II
<b>Ruta de los monos</b>	3	4	3	4	4	3	2	1	-	<b>24</b>	I
<b>Playa de vainillita</b>	10	8	5	7	5	3	4	2	-	<b>44</b>	II
<b>Estero de Vainillita</b>	5	5	3	4	4	3	2	2	-	<b>28</b>	II
<b>Elaboración de Artesanía</b>	8	8	3	4	4	-	1	1	2	<b>31</b>	II
<b>Veneración de la Virgen del Carmen</b>	6	6	3	4	4	2	2	1	1	<b>29</b>	II
<b>Elaboracion del Queso</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	II

#### 4.2.2 Análisis De Potencialización Turística

La parroquia Lagarto cuenta con elementos claves para un desarrollo, crecimiento turístico, social y económico. Los componentes internos del sitio que permite que la parroquia tenga mucho potencial, son de nivel cultural que se refleja en la población, los cuales son conocidos localmente y permite ser reconocidos regionalmente.

#### 4.2.3 Diagnostico de la Situación Matriz FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atractivos Turísticos de tipo Cultural</li><li>• Artesanías</li><li>• De mucha importancia el Turismo Religioso.</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Explotar recursos y atractivos turísticos para potencializar a la parroquia</li><li>• Presencia de turistas extranjeros a la visita de las Peñas</li><li>• Peregrinación de personas devotas a la Virgen del Carmen</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escasa conciencia ciudadana en la imagen de la parroquia</li><li>• Poca información de la parroquia</li><li>• Falta de capacitación a la población sobre la importancia del turismo y la calidad del servicio.</li><li>• Inadecuada administración de los recursos económicos.</li><li>• Deficiencia de los servicios básicos: agua potable, infraestructura.</li><li>• Poca valoración de los recursos turísticos.</li><li>• Poca promoción turística como alternativa de mejora en el ámbito social, económico y cultural de la parroquia.</li></ul>
<b>AMENAZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inestabilidad social y política</li></ul>

## **ANÁLISIS**

**F - O:** La matriz muestra que la mayor fortaleza de la parroquia Lagarto son sus diferentes clases de atractivos turísticos: Cultural, Religioso, Natural y las oportunidades: es un lugar que puede ser potencializado aprovechando los recursos que posee su típica artesanía tenga nombramiento internacional, de la misma manera personas nacionales y extranjeras arriban al sitio para satisfacer sus necesidades. Como estrategia para mejora del lugar, se debe usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades, si se da un buen manejo de los atractivos conservándolos, manteniéndolos en el tiempo, teniendo una excelente propagación permanente que dé a conocer sus tradiciones y costumbres al turista mediante la creación de una ruta turística. Culminando con la visita de algunos lugares donde se expende las artesanías y puedan adquirir dicha artesanía, se logrará así el beneficio de la población y del turista.

**D – O:** Las estrategias para minimizar las debilidades del sector aprovechando las oportunidades, es con la creación de capacitaciones dirigidas a la población proyectadas al cuidado de la parroquia implementadas en las escuelas y colegios la creación de programas de reciclaje y manejo adecuado de los desechos, charlas de la importancia del turismo como ingreso económico al sector y políticas de buen servicio y trato al cliente. Para que la parroquia cuente con una excelente información se debe comenzar por los pobladores, los profesores enseñen a sus alumnos la historia, manifestaciones culturales de Lagarto.

En la página web actualizar la información local, crear una guía turística como medio de atención a la parroquia y deseo que otros la conozcan.

Las autoridades con una buena administración de los recursos, interés del bienestar de los pobladores resolverá la deficiencia de infraestructura y servicios básicos, deben implementar créditos para los artesanos y de esta manera incentivarlos para que continúen con su tradición.

**F - A:** Aprovechando el clima y los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia de manera adecuada trabajando las autoridades junto con los habitantes se podrá evitar la amenaza de una inestabilidad de la sociedad implementando una buena difusión de ellos e internamente contando con una buena capacitación al personal.

**D – A:** Para minimizar las debilidades y evitar las amenazas, es inevitable la preocupación y fusión de las autoridades gubernamentales y no gubernamentales en crear alternativas que permitan el desarrollo de la parroquia, el gobierno brindando los recursos económicos necesarios y las autoridades locales invirtiendo de mejor manera para beneficio de la parroquia en obras de infraestructura, servicios básicos y creación de capacitaciones y talleres

### **4.3 CONCLUSIONES**

La información turística con la que cuenta la parroquia Lagarto es escasa y también se encuentra desactualizada.

- Este plan indica que la parroquia de Lagarto tiene gran potencialidad turística para ofrecer al visitante diversidad de atractivos turísticos.

Importante es mencionar que la parroquia atrae turistas extranjeros pero es una parroquia que se encuentra en un estado de desarrollo con lo que respecta el sistema turística de la localidad.

- Respecto a la jerarquización de los atractivos turísticos concluyó que la parroquia posee atractivos de jerarquización tipo 2 lo que le permite que sean aprovechados todos los recursos con los que cuenta la localidad y así mejorar la calidad de vida de sus habitantes a la vez sea conocida promocionada y potencializada
- Mediante los instrumentos de recolección de datos se concluyó que una de las estrategias de promoción turística y de difusión es la publicidad que se le va a dar a la localidad a través de los principales medios de comunicación que promocióne toda la información del sistema turístico de la parroquia.

#### **4.4 RECOMENDACIÓN**

- Se recomienda realizar alianzas estratégicas y operadoras de viajes para dar a conocer la parroquia Lagarto a nivel Nacional.
- Que las autoridades promocionen turísticamente a la parroquia y que se planteen proyectos turísticos para sí hacer uno de los principales ingresos económicos al turismo aprovechando todas las riquezas de la parroquia.
- Establecer estrategias de promoción turística de la parroquia, para que exista un impulso adecuado de todo el sistema turístico y esto genere una afluencia mayor de visitantes hacia este lugar

## **QUINTA PARTE –PROPUESTA**

### **5.1 PROPUESTA**

En base a los resultados obtenidos en la investigación, se comprobó la necesidad de diseñar un plan de estrategias de promoción turística en la parroquia de Lagarto que permitirá mejorar la afluencia de turistas y poder ser aprovechados y potencializados los atractivos turísticos con los que cuenta la localidad, teniendo en cuenta el apoyo de la Administración Municipal del Cantón, la comunidad conjuntamente con la Junta Parroquial del sector.

En el presente capítulo se muestra el diseño del plan de promoción turística, donde se establecen las diferentes estrategias y acciones a desarrollar para mejorar la afluencia de turista, aprovechar y potencializar los atractivos turísticos ya antes mencionados. Esto con el propósito de contribuir a que en la localidad haya un desarrollo turístico y así el turismo se convierta en una actividad complementaria que ayude a generar fuente de empleo para el beneficio de la población y a la Junta Parroquial.

El plan comprenderá los siguientes aspectos: Objetivos que se desean alcanzar, esquema de la propuesta, misión, visión, y las diferentes estrategias de las cuales se compone el plan.

## **5.2 Objetivos**

### **5.2.1 Objetivo General**

- Ofrecer un diseño de plan promocional turístico a través de la utilización de los medios de comunicación que sirva como herramienta para mejorar la afluencia de los turista, poder ser aprovechados y potencializados los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia de Lagarto

### **5.2.2 Objetivos Específicos**

- Brindar la información actual sobre las facilidades del sistema turístico y que la misma sirva como complemento y genere el interés para la visita de la parroquia.
- Fortalecer la actividad turística con la promoción de sus atractivos.
- Promocionar los diferentes atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia a través de medios de comunicación.

## **5.3 Impacto**

Social: la difusión de los atractivos turísticos a través de los medios de comunicación permitirá que todos los moradores cuenten con herramientas publicitarias para saber que tiene su parroquia y como se está promocionando, todos los pobladores estarán obligados a conocer o saber algo de los lugares turísticos con los que cuenta la localidad.

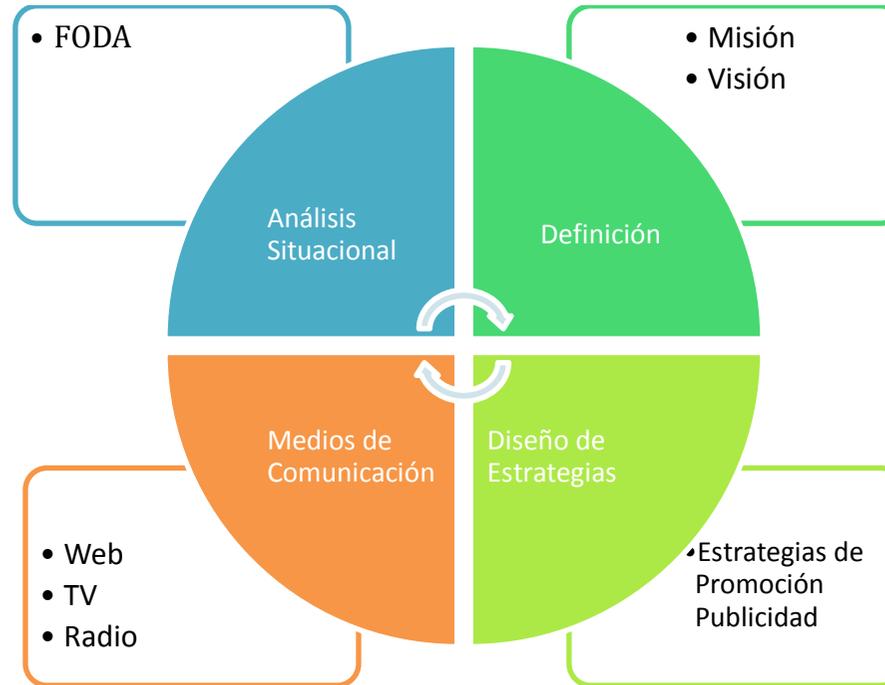
Económicos: La difusión de los atractivos turísticos contribuirá a que los pobladores reciban más turista de manera directa ya que mientras más se promocióne, más turistas llegaran a los atractivos y elevaran ganancia y tendrán un buen desarrollo.

Ambiental: se intentara que los recursos turísticos de la parroquia sean aprovechados al máximo siempre y cuando sea de forma sostenible y amigable para el medio ambiente de la localidad

## 5.4 Diseño de un Plan de Promoción Turística de la Parroquia de Lagarto

Etapa I

Etapa II



Etapa IV

Etapa III

## 5.5 Análisis Situacional

Este análisis nos permite conocer el estado actual en la que se encuentra la parroquia con sus diferentes atractivos turísticos para sí poderlos difundir y potenciarlos.

<b>FORTALEZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atractivos Turísticos de tipo Cultural</li><li>• Artesanías</li><li>• De mucha importancia el Turismo Religioso.</li><li>• Trato amable y cordial de los pobladores</li><li>• Belleza escénica y paisajista, de los atractivos turísticos naturales.</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Explotar recursos y atractivos turísticos para potencializar a la parroquia</li><li>• Presencia de turistas extranjeros a la visita de las Peñas</li><li>• Peregrinación de personas devotas a la Virgen del Carmen</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escasa conciencia ciudadana en la imagen de la parroquia</li><li>• Poca información de la parroquia</li><li>• Falta de capacitación a la población sobre la importancia del turismo y la calidad del servicio.</li><li>• Inadecuada administración de los recursos económicos.</li><li>• Deficiencia de los servicios básicos: agua potable, infraestructura.</li><li>• Poca valoración de los recursos turísticos.</li><li>• Poca promoción turística como alternativa de mejora en el ámbito social, económico y cultural de la parroquia.</li></ul>
<b>AMENAZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inestabilidad social y política</li><li>• Migración</li><li>• Deforestación</li></ul>

## **5.6 Definición de Misión y Visión del Plan**

Para la elaboración de plan de promoción turístico se debe definir los objetivos que se pretende alcanzar el mismo, así como una misión y visión que al implementarlo muestre un alcance a futuro

### **5.6.1 Misión Turística**

Promocionar y difundir los atractivos turísticos de la parroquia San Lagarto para captar un importante flujo de turistas y contribuir al desarrollo económico, social y cultural de la localidad y el Cantón.

### **5.6.2 Visión Turística**

Convertir a la parroquia de Lagarto en un receptor turístico mediante el aprovechamiento de los recursos turísticos con los que cuenta la localidad, prestando los servicios turísticos de calidad.

## **5.7 Estrategias de Promoción y Difusión Turística**

La metodología descriptiva fue fundamental en el desarrollo de las estrategias que conforman el Plan de Promoción y Difusión Turística; los mismos datos que permitieron establecer estrategias creativas que contengan una descripción de los elementos que se usarán en ella detallados a continuación:

## 5.7.1 Estrategia de Posicionamiento

### ESTRATEGIA N° 1: Posicionamiento de la Parroquia de Lagarto

#### **Objetivo**

Dar a conocer la parroquia de Lagarto bajo el concepto de un contacto con la naturaleza, haciendo usos de diferentes técnicas publicitarias, difundidas a través de los medios de comunicación idóneos, determinados en la investigación del campo.

#### **Descripción**

Llegar al mercado objetivo y potencial a través de los mensajes persuasivos y creativos, que incentiven a las personas para conocer esta localidad.

#### **Tácticas**

Actualizar la página web donde se podrá encontrar información turística y generalidades de la parroquia

Difundir esta parroquia a través de la televisión que es un medio que la mayoría de pobladores utilizan

Difundir por radio el potencial turístico de la parroquia

Complementar con campañas simultanea para difundir los atractivos turísticos de la localidad

#### **Políticas**

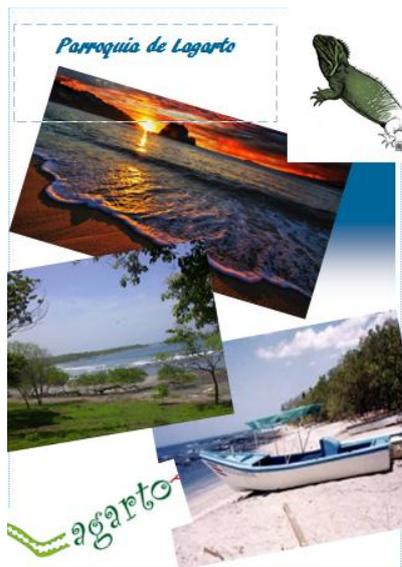
Optimizar la inversión publicitaria

El inicio de las campañas se mantendrá por un periodo de tres meses

Toda consultada realizada en la página web por los visitantes serán monitoreadas

#### **Medidas de Control**

Este plan se debe evaluar periódicamente para ver el impacto que ha causado en la localidad



## 5.7.2 Estrategias de Medio Masivo

### ESTRATEGIA N° 2: Medio Televisión

**Objetivo**

Llegar al mercado meta a través de imágenes que muestren a la parroquia de Lagarto Como un destino turístico

**Descripción**

Por ser la televisión el medio que permite que los mensajes lleguen a nivel auditivo, visual y que refuerzan el color, música y movimiento de las imágenes.

Por tal motivo se creará un anuncio publicitario donde se muestran los bellos paisajes naturales de la localidad

**Acciones**

Determinar los canales y programas idóneos para la publicidad

Contratar programas con horas y días según el perfil del grupo

**Medidas de control**

Comprobar la aceptación del mensaje en la televisión

Evaluar la popularidad de canales de televisión y programas seleccionados

Verificar que el mensaje se transmite en las horas y días seleccionados



### 5.7.3 Estrategias de Medio Radio

#### ESTRATEGIA N° 2: Medio Radio

**Objetivo**

Posicionar a través del medio radio a la parroquia de Lagarto como una opción de un destino turístico

**Descripción**

Por ser la radio el medio de mayor penetración en todo el territorio y que sus bajos costos ofrecen frecuencia de apoyo muy interesante permitiendo así una alta segmentación geográfica. Por tal razón se producirá una cuña de radio que permita describir la riqueza natural de la localidad.

**Acciones**

Clasificar las emisoras de acuerdo al perfil del grupo objetivo  
Contratar programas con horas y días según el perfil del grupo

**Medidas de control**

Comprobar la aceptación del mensaje de la cuña del radio  
Evaluar la popularidad de las radioemisoras y programas sugeridos  
Verificar que la cuña se transmite en las horas y días seleccionados



## 5.7.4 Estrategias de Medio Virtual

### ESTRATEGIA N° 2: Publicidad Virtual y Pagina Web

#### Objetivo

Mostrar a través del internet el potencial turístico con sus respectivos atractivos turísticos de la localidad.

#### Descripción

Por medio de la publicidad virtual subir la información de los atractivos turísticos de la parroquia, para que esta se difunda a nivel local, regional y alcancen niveles turísticos muy altos.

#### Acciones

Actualizar la página web de la parroquia de Lagarto

#### Medidas de control

Actualizar la página web cada tres meses.



## **5.8 Vialidad de la Propuesta**

La propuesta se puede desarrollar correctamente ya que la población se presentó agradada con la idea de promocionar los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia.

En lo que tiene que ver con el recurso económico se espera la colaboración de la junta parroquial y de la Administración Cantonal de Rio verde. En cuanto al talento humano se contara con el apoyo de los pobladores, el trabajo de un diseñador gráfico y los miembros de la junta parroquial. El proyecto es adaptable a los estándares turísticos de la localidad en poco tiempo

## REFERENCIAS

- (s.f.). Obtenido de <http://www.rioverde.gob.ec/index.php/es/2013-03-14-19-10-26/2013-03-14-19-30-23/parroquia-lagarto>
- Di-, B. M. (1991). Introducción al Turismo. Mexico: Trillas,S.A de C.V.
- Di-bella, M. g. (1991). Introducción al Turismo. Mexico: Trillas, S.A de C.V.
- G.A.D Parroquial Lagarto. (s/f). Recuperado el 25 de 05 de 2015, de G.A.D Parroquial Lagarto: <http://lagarto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-17>
- GADMR. Gobierno Autónomo de Rioverde. (02 de abril de 2015). Recuperado el 20 de marzo de 2015, de GADMR. Gobierno Autónomo de Rioverde: <http://www.rioverde.gob.ec/index.php/es/2013-03-14-19-10-26/2013-03-14-19-30-23/parroquia-lagarto>
- Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. (02 de abril de 2004). Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Quito. Recuperado el 20 de marzo de 2015, de GADMR. Gobierno Autónomo de Rioverde: <http://www.rioverde.gob.ec/index.php/es/2013-03-14-19-10-26/2013-03-14-19-30-23/parroquia-lagarto>
- Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. (2004). Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Quito.
- Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. (2004). Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Quito.
- La Hora Nacional. (06 de 04 de 2015). Recuperado el 20 de 03 de 2015, de la hora nacional: [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/916743/-1/Lagarto,\\_tierra\\_de\\_deliciosos\\_quesos.html#.VSKrr9yG9qU](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/916743/-1/Lagarto,_tierra_de_deliciosos_quesos.html#.VSKrr9yG9qU)

mapasamerica. (06 de 04 de 2015). Recuperado el 20 de 03 de 2015, de mapasamerica:

[http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0860016080001/PDyOT/15022013\\_153914\\_41\\_PLAN%20LAGARTO%20mapas%20%281%29.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0860016080001/PDyOT/15022013_153914_41_PLAN%20LAGARTO%20mapas%20%281%29.pdf)

Municipio de Rioverde. (s/f). Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de Rioverde . Recuperado el 25 de mayo de 2015, de <http://www.Rioverde.gob.ec/>

Parroquia de Lagarto. (2014). Recuperado el 25 de mayo de 2015, de : <http://lagarto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-17/ct-menu-item-35>

Parroquia Lagarto. (s/f). Recuperado el 25 de mayo de 2015, de <http://lagarto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-17/ct-menu-item-21>

PDOT- LAGARTO. (2011). Recuperado el 25 de 05 de 2015, de PDOT-LAGARTO: [http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0860016080001/PDyOT/15022013\\_153914\\_41\\_PLAN%20LAGARTO%20mapas%20\(1\).pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0860016080001/PDyOT/15022013_153914_41_PLAN%20LAGARTO%20mapas%20(1).pdf)

Plan de lagarto . (06 de 04 de 2015). Recuperado el 20 de 03 de 2015, de plan de lagarto:

[http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0860016080001/PDyOT/15022013\\_153914\\_41\\_PLAN%20LAGARTO%20mapas%20%281%29.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0860016080001/PDyOT/15022013_153914_41_PLAN%20LAGARTO%20mapas%20%281%29.pdf)

Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. (2004). Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Quito.

## APÉNDICES

### Apéndice A



#### INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO INTERNACIONAL ITHI

La presente encuesta tiene por objeto conocer el potencial de la parroquia Montecristi, Cantón Montecristi, Provincia de Manabí; las respuestas que amablemente Ud. contestará serán empleados con fines netamente académicos, por la cual agradezco su colaboración.

Edad: ( ) -20    ( ) 20-25    ( ) 26 -30    ( ) 31-35    ( ) 36-40    ( ) +  
40

Sexo: ( ) Masculino    ( ) Femenino

#### 1. ¿Qué actividad realiza usted?

Agricultura ( )    Ganadería ( )    Pesca ( )    Industria ( )    Comercio ( )

#### 2. ¿Practica usted turismo?

Si ( )    No ( )

Por que

#### 3. ¿Conoce usted los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia?

Si ( )    No ( )

Nombre los atractivos turísticos que conoce

1.....

2.....

3.....

4.....

**4. Según su criterio, ¿Qué tipo de turismo es el más importante en la parroquia?**

Cultural ( )      Natural ( )      Religioso ( )      Gastronomía ( )

**5. De las siguientes alternativas ¿Cuál cree usted es la mejor manera para potencializar los atractivos de la parroquia?**

Apoyo de las autoridades ( )      Publicidad ( )      Participación comunitaria ( )

**6. ¿Cree usted que la junta parroquial promociona a la parroquia turísticamente?**

Si ( )      No ( )

**7. ¿En qué etapa del año cree usted que la parroquia tiene más afluencia turística?**

Ferriados ( )      vacaciones ( )      fines de semana ( )

**8. ¿Cree usted que la planta turística de la parroquia está siendo bien aprovechada?**

Si ( )      No ( )

**9. Cree usted que la zona cuenta con los suficientes atractivos turísticos para que sea promocionado por las agencias de viaje**

Si ( )      No ( )

Por que

**10. Que medios usted recomienda para la promoción turística**

**Web ( )      TV ( )      Radio ( )      Volantes ( )      Trípticos ( )      Afiches ( )**

## Apéndice B



Instituto Superior Tecnológico

Entrevista

Fecha \_\_\_\_\_

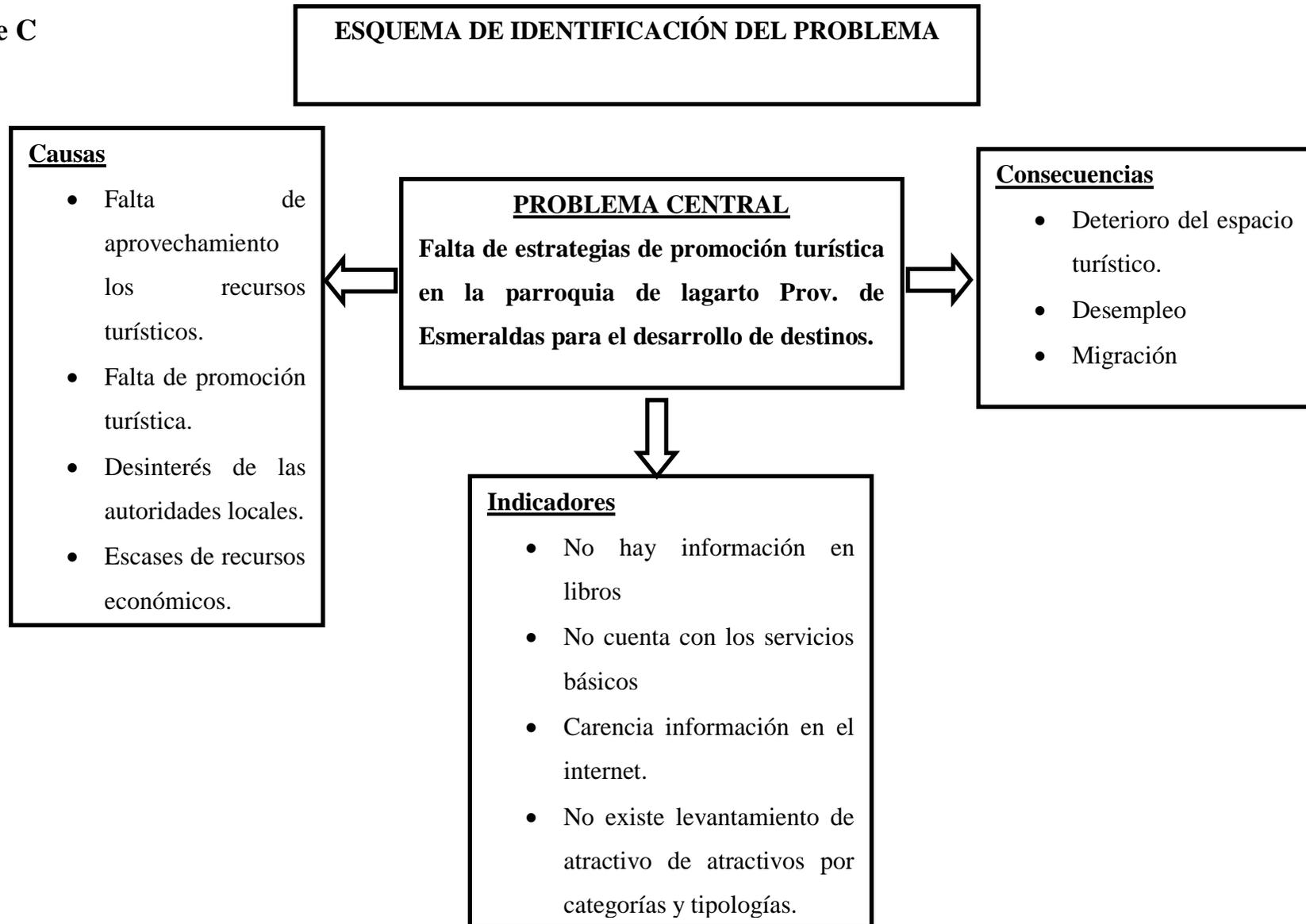
Lugar \_\_\_\_\_

Entrevistado \_\_\_\_\_

### Desarrollo

1. ¿Qué opina del turismo como actividad económica local?
2. ¿Qué programas o proyectos tiene el GAD parroquial con respecto de turismo?
3. ¿Qué información turística existe en el GAD?
4. Tienen guías nativos y son acreditados por el Ministerio de Turismo
5. Algunas entidades gubernamentales como el MINTUR los apoyado al adecuado turismo de la parroquia

## Apéndice C



**Playa Bocana de Vainilla**

**Apéndice D**



**Playa Vainillita y su estero**

**Apéndice E**



**Río Lagarto**

**Apéndice F**



**Apéndice G**

**Infocentro Lagarto**



**Apéndice H**

**Gastronomia**



**Apéndice I**

**Artesania , Cuevas de Vainillita**





## Anexo 2

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE	2. FICHA N	3.FICHAS ASOCIADAS	
4. CATEGORÍA	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: SUBTIPO:		
6.UBICACIÓN			
7. ACCESO			
8.Desde	9.Vía, tipo y estado	10 Medio de acceso	11 Tiempo
12. DESCRIPCIÓN			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES			
14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO	
		17. PERSONA CONTACTO	
18. TIPO DE PUBLICO Semana Fin de semana Feriados Largos Vacaciones			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO	
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>			
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA			
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS			
25. OBSERVACIONES			
26. Realizada Por:		Fecha:	

### Anexo 3

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN	2. FICHA N	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO	5. Email	6. WEB
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA:		
9. UBICACIÓN:		
Aislado	Núcleo poblacional	carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno
11 CAPACIDAD		
Con baño	con duchas	sin baño
Dobles		
Otras (múltiples)		
Total Habitaciones		
Total camas		
OTROS		
Capacidad Restaurante		
Capacidad salones		
21. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Restaurante con especialidades locales</li> <li>○ Restaurante cocina internacional</li> <li>○ Bar</li> <li>○ Comida para llevar</li> <li>○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros</li> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Jardines/ terrazas para uso de clientes</li> <li>○ Actividades recreativas para clientes con medios propios</li> <li>○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas</li> <li>○ Piscina</li> <li>○ Salones para reuniones</li> <li>○ Juegos para niños</li> <li>○ Primeros auxilios</li> <li>○ Formas de pago</li> <li>○ Otros</li> </ul>		
22. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:		
23. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fines de semana</li> <li>○ Semana</li> <li>○ Semana Santa</li> <li>○ Feriados</li> <li>○ Navidad</li> <li>○ Verano</li> </ul>		
24. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES		
25. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA		
26. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Boca oreja</li> <li>○ A través de operadora(cuales)</li> <li>○ De los hoteles y hosterías</li> <li>○ Promoción directa propia</li> <li>○ Pagina Web</li> <li>○ Reserva con anticipación</li> <li>○ Reserva teléfono Internet</li> <li>○ Otros</li> <li>○ Medios de transporte</li> </ul>		
27. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Todo el año</li> <li>○ temporal (indicar época)</li> </ul>		
28. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y licencias)		
20. Realizada por:		Fecha:

## Anexo 4

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN	2. FICHA N	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO	5. Email	6. WEB
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA:		
9. UBICACIÓN:		
Aislado	<b>Núcleo poblacional</b>	carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	<b>Edificio Tradicional</b>	Edificio Moderno
11 CAPACIDAD		
capacidad del Restaurante		
capacidad de los Salomes		
Capacidad de Terrazas		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Restaurante con especialidades locales</li> <li><input type="radio"/> Restaurante cocina internacional</li> <li><input type="radio"/> Bar</li> <li><input type="radio"/> Comida para llevar</li> <li><input type="radio"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros</li> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes</li> <li><input type="radio"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios</li> <li><input type="radio"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas</li> <li><input type="radio"/> Piscina</li> <li><input type="radio"/> Salones para reuniones</li> <li><input type="radio"/> Juegos para niños</li> <li><input type="radio"/> Primeros auxilios</li> <li><input type="radio"/> Formas de pago</li> <li><input type="radio"/> Otros</li> </ul>		
13. PERSONAL Y CAPACIDAD		
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Fines de semana</li> <li><input type="radio"/> Semana</li> <li><input type="radio"/> Semana Santa</li> <li><input type="radio"/> Feriados</li> <li><input type="radio"/> Navidad</li> <li><input type="radio"/> Verano</li> </ul>		
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Boca oreja</li> <li><input type="radio"/> A través de operadora(cuales)</li> <li><input type="radio"/> De los hoteles y hosterías</li> <li><input type="radio"/> Promoción directa propia</li> <li><input type="radio"/> Pagina Web</li> <li><input type="radio"/> Reserva con anticipación</li> <li><input type="radio"/> Reserva      teléfono      Internet</li> <li><input type="radio"/> Otros</li> <li><input type="radio"/> Medios de transporte</li> </ul>		
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Todo el año</li> <li><input type="radio"/> temporal (indicar época)</li> </ul>		
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y licencias)		
18. Ficha realizada por:		19. Fecha:

